

[เอกสารฉบับร่าง; ห้ามเผยแพร่หรืออ้างอิงโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้เขียน]

สงครามตัวตนในกระแสไทยป๊อป

(The Battles for the Cultural Selves in the Contemporary Thai Popular Culture)

พัฒนา กิตติอาษา

สาขาวิชาศึกษาทั่วไป

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

บทความทางวิชาการนำเสนอในการประชุมทางวิชาการระดับชาติทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 1

เรื่อง “คนมองคน: ตัวตนและชีวิตสมัยใหม่ในกระแสการเปลี่ยนแปลง”

จัดโดยศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร

ถนนบรมราชชนนี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

วันที่ 27-29 มีนาคม 2545

คำนำ

ผมเขียนเอกสารวิชาการชุดนี้ด้วยความหวั่นใจและไม่แน่ใจหลายอย่าง เพราะยังงงๆ ผมก็ยังรู้สึกว่าเป็นเรื่องใหญ่มาทั้งขอบเขต เนื้อหาและความสำคัญทางวิชาการ ทั้งๆ ที่ความจริงแล้ว เรื่องนี้ควรจะเป็นเรื่องธรรมดาสามัญที่เราพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ถึงตอนนี้ ตอนที่ผมปั่นต้นฉบับเอกสารทางวิชาการชุดนี้ออกมาเป็นรูปเป็นร่างแล้ว ผมก็ยังคิดว่า ไม่มีทางที่เราจะกล่าวถึงเรื่องนี้ได้ โดยปราศจากการตีกรอบหรือกำหนดขอบเขตความสนใจให้เฉพาะเจาะจงลงไป ผมหวั่นใจเพราะผมไม่รู้จะเริ่มต้นจากเรื่องอะไร ที่ไหน อย่างไร และทำไม ไม่ว่าจะเริ่มจากกระแสนี้อะไรก็ตาม ทุกเรื่องดูเหมือนว่ามีประเด็นเชื่อมโยงสัมพันธ์กันไปหมด ผมหวั่นใจเพราะยังผมกั๊กว่าและครุ่นคิดเกี่ยวกับกระแสนี้อะไร ผมก็ยังเกิดคำถามและข้อสงสัยดังเลมามากกว่าที่จะได้คำตอบหรือคำอธิบายที่เป็นเหตุเป็นผลทางวิชาการ กระแสนี้อะไรในชีวิตประจำวันเป็นเหมือนอะไรที่จับช้อนชอนเนียนอยู่ในตัว ทุกอย่างดูเหมือนว่าอยู่ใกล้ตัวมาก แต่เราก็ไม่อาจจะจับต้องมองเห็น หรือทำความเข้าใจให้กระจ่างชัดได้ในทันที

ในเอกสารทางวิชาการชุดนี้ ผมนำเสนอว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมคืออะไร มีรูปร่างหน้าตาอย่างไร ขณะเดียวกันก็พยายามจับกระแสนี้อะไรร่วมสมัยของไทยขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา 3 กรณี แต่ในตอนท้าย ผมก็ยังสละความหวั่นใจของตนเองไปไม่พ้น เสียงสะท้อนภายในตัวผมถามว่า “จับกระแสนี้อะไรแล้วไง” (so what?) “จะทำอะไรต่อให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมได้ไหม” “มีข้อเสนอที่จะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาสังคมหรือเปล่า” (เช่น ให้คำอธิบายแบบนักจิตวิทยาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวัยรุ่น แก้ไขปัญหาแบบอาจารย์ฝ่ายปกครองช่วยพ่อแม่ หรือเตือนสติสังคมเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคนิยมในสื่อโฆษณาหรือสื่อบันเทิง) จนแล้วจนรอดผมก็คิดว่า “ผมไม่มีคำตอบ” ผมทำอย่างนั้นไม่ได้ สิ่งที่ผมทำได้ในที่นี้มีเรื่องเดียวก็คือ เปิดพื้นที่ทางวิชาการตาม “สไตน์นักมานุษยวิทยาเก้าอี้รวมยุคโลกาภิวัตน์” ฟังเสียงบ่นสนทนาของคนไทยสายพันธุ์นี้อะไรบางกลุ่ม และทำความเข้าใจที่มาที่ไป รวมทั้งความหมายบางอย่างของกระแสนี้อะไรบางตัวเท่านั้นเอง

ตอนนี้ผมรู้สึกที่ผมทำได้แค่นี้ ถ้าคุณผู้อ่าน อาจารย์ พี่น้องและเพื่อนพ้องร่วมวงวิชาการ หรือใครต่อใครมองเห็นว่า ผมควรจะทำอย่างไรดีเพื่อจะสละความหวั่นใจและลังเลสงสัยของตัวเองออกไป โปรดอย่าได้เกรงใจ “ช่วยให้คำแนะนำผมด้วยครับ” เพราะผมจำเป็นต้องคิดทบทวน และเรียนรู้เพิ่มเติมโดยการ “ติดต่อและทำต่อ” จากสิ่งต่างๆ ที่ผมนำเสนอในเอกสารวิชาการฉบับนี้อย่างแน่นอนในอนาคตอันใกล้

ผมขอขอบพระคุณคณะกรรมการเตรียมงานประชุมทางวิชาการระดับชาติทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 1 เรื่อง “คนมองคน: ตัวตนและชีวิตสมัยใหม่ในกระแสการเปลี่ยนแปลง” ของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ภายใต้การนำของอาจารย์ ดร. ปรีดา เลอิมเผ่า กอนันต์คุณและคณะ ที่มอบโอกาสทางวิชาการครั้งนี้ให้ ขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร และนฤพนธ์ คิ้ววิเศษที่ประสานงานและเอื้อเพื่อให้ผมได้

ค้นคว้าและยืมหนังสือทางมานุษยวิทยาใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ขอขอบคุณสำหรับข้อคิดและความช่วยเหลือทางวิชาการที่ผมได้รับจากอาจารย์สุริยา สมุทคุปดีและจินตนา แก้วกล้า ซึ่งเป็นเพื่อนร่วมงานที่ห้องไทยศึกษานิทัศน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สุดท้ายนี้ น่านรวี แทนธรรม และตุ๊กตาให้ความรัก ความหวัง กำลังใจ และบรรยากาศในครอบครัวที่อบอุ่น ซึ่งทั้งหมดนี้แรงบันดาลใจและเบื้องหลังการทำงานทางวิชาการชิ้นนี้และชิ้นอื่นของผมตลอดมา

พัฒนา กิตติอาษา

ท่ามกลางไอแดดที่แผ่ความร้อน

มีนาคม 2545

โลกห้วยยาง, มทส.

โคราชบ้านเอ็ง

สารบัญ

คำนำ.....	2
บทคัดย่อ.....	5
Abstract.....	6
บทที่ 1: บทนำ.....	7
บทที่ 2: อคติและความคับแคบของกระบวนทัศน์ “วัฒนธรรมไทย”.....	14
2.1 มรดกของความคับแคบและอคติ.....	14
2.2 วิธีคิดแบบอาณานิคม.....	18
2.3 อคติและความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมโดยรัฐไทย.....	25
2.4 ความคับแคบของขบวนการวัฒนธรรมประชาชน.....	28
บทที่ 3: ทำไมต้องวัฒนธรรมสมัยนิยม.....	32
3.1 วัฒนธรรมศึกษา.....	32
3.2 วัฒนธรรมสมัยนิยมคืออะไรและทำไม.....	35
บทที่ 4: จับกระแสไทยป๊อป: ชุมทางการต่อสู้ดิ้นรน เพื่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนไทยยุคโลกาภิวัตน์.....	45
4.1 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 1.....	47
4.2 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 2.....	56
4.3 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 3.....	68
บทที่ 5: บทสรุป: เสียงพูดของคนไทยสายพันธุ์ป๊อป.....	82
บรรณานุกรม.....	87

บทคัดย่อ

เอกสารทางวิชาการชุดนี้วิเคราะห์กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยในช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 ผู้เขียนต้องการที่จะวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก และเปิดพื้นที่ทางวิชาการให้กับการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมในวงวิชาการมานุษยวิทยาในประเทศไทย ผู้เขียนเลือกนำเสนอกระแสไทยป๊อปบางส่วน โดยการศึกษาข้อมูลเอกสารที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการทำตลาดภาคซื้อเขียนต่างๆ จากหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน ประกอบกับการประยุกต์ใช้แนวคิดทางมานุษยวิทยาร่วมสมัยจำนวนหนึ่ง

ประเด็นนำเสนอที่สำคัญในเอกสารทางวิชาการชุดนี้ก็คือ ข้อวิจารณ์ที่ว่ากระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักแฝงไว้ด้วยอคติและความคับแคบในการอธิบายพลวัตและความหลากหลายของวัฒนธรรม เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวถูกตรึงแน่นไว้ด้วยวิธีคิดแบบอนุรักษนิยมและอำนาจนิยม วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงกลายมาเป็นตัวแทนที่สำคัญของ “ความเป็นอื่นในวัฒนธรรมไทย” ดังนั้น จึงไม่มีที่ว่างในปริภูมิของกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักสำหรับวัฒนธรรมสมัยนิยม หรือ “กระแสไทยป๊อป” ที่หล่อเลี้ยงชีวิตประจำวันของคนไทยทั่วประเทศ ผู้เขียนเชื่อว่า กระแสไทยป๊อปเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง หลากสีสัน และความหมายที่ชีวิตชีวามากที่สุด ผู้คนกลุ่มต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเฉพาะคนธรรมดาสามัญ ชาวบ้านร้านตลาด วัยรุ่นชายหญิง สาวสำนักงาน แม่ค้า แม่บ้าน ผู้หญิงประเภทสอง ผู้ใช้แรงงาน ชนชั้นกลาง ฯลฯ กำลังเปิดฉากสงครามวัฒนธรรมที่ไม่มีวันจบโดยการต่อรองและสนทนากับกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักอยู่อย่างเข้มข้นและแท้จริง

คำหลัก: วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมศึกษา กระแสไทยป๊อป กระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักความเป็นอื่นทางวัฒนธรรม

Abstract

This paper presents an analysis of selected popular cultural trends in Thailand in the early 2000s. It criticizes the hegemonic paradigm of the Thai culture, while argues for the dire need to understand the politics of the Thai pop. The author tries to capture the Thai popular cultural voices in the post-1997 economic crisis era through an intensive review of daily newspapers' achieves as well as an assistance of some current anthropological concepts.

It is argued in this paper that the ruling paradigm of the Thai culture is too politicized and narrow, thus, inadequate to cope with an ever-changing and highly diversified nature of the Thai popular culture. Undoubtedly, there is no room for the ordinary, popular voices in the dominant cultural discourses, since they are constantly portrayed by the authorities as fragmented rudiments of "un-Thai otherness" from the outset. While making a lengthy sketch of Thai popular cultural landscape, I believe that the Thai pop is the most colorfully dynamic and liveliest cultural current, in which mostly young women and men are contesting for and constructing their own cultural selves. Despite endless encounters with the authorities' gazes and the untidily fading-away fashion of the popular culture, they are intensively defining and redefining their own generation's cultural identities and place them in juxtaposition to those of the dominant ones.

Keywords: cultural studies, popular culture, Thai pop, dominant/hegemonic/ruling paradigm of the Thai culture

บทที่ 1

บทนำ

เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2545 “คมชัดลึก” นื่องใหม่ในวงการหนังสือพิมพ์รายวันของประเทศได้ตีพิมพ์บทความของพระพิพิธธรรมสุนทร ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดสุทัศนเทพวราราม กรุงเทพมหานคร เรื่อง “ไทยกำลังถูกกลืนพฤติกรรมและพันธุกรรม” ผู้เขียนใช้บรรยากาศและบริบทของ “วันกองทัพไทย” เป็นเงื่อนไขสำคัญในการวิพากษ์วิจารณ์กระแสวัฒนธรรมวัยรุ่นไทยอย่างตรงไปตรงมา โดยมุ่งหวังที่จะปลุกเร้าและปลุกฝังสำนึกชาตินิยมและความเป็นไทยให้กับคนรุ่นใหม่ ข้อเขียนของท่านส่วนหนึ่งนำเสนอว่า

“...หันมาดูสภาพสังคมไทยในปัจจุบัน ความหลงตัว หลงระเหิงของสังคมไทยเปลี่ยนแปลงพันธุกรรมไทย พฤติกรรมไทยอย่างน่ากลัว ทำไมจึงว่า “น่ากลัว” เพราะสภาพปัจจุบัน เรายกย่องชื่นชม “พันธุกรรมนอก พฤติกรรมนอก” จนเป็น “นอกคอก” ไปหมดแล้ว ใครมี “พันธุกรรมนอก พฤติกรรมนอก” เราชื่นชอบชื่นชมกันเหลือเกิน นำมาเชิดชูบูชากันเหลือเกินจนดูถูกดูแคลนความเป็นไทย ไทย เราลืมหมดแล้ว ลืมแดด ลืมดิน ลืมถิ่น ลืมไทย ลืมธง ลืมศีล ลืมธรรม...

ความแปรเปลี่ยน “พันธุกรรม” และ “พฤติกรรม” ปรากฏในวัยรุ่นดังนี้

ใส่รองเท้าดินโต

เหน็บโทรศัพท์มือถือ

ชอบพูดสำเนียงฝรั่ง

ชอบเดินศูนย์การค่า

ชอบใช้สินค้าฝรั่ง

ชอบทำตัวเสเพล

ชอบแต่งตัวใฝ่ดำ

ชอบเปลี่ยนชุดซ้ำ

ชอบพฤติกรรมเกย์เพศ

ชอบแต่งหน้าทาสี

ใส่ผ้าโจ้วสะตือ

ชอบพูด อื้อหือ...อ้าหา

บ้าคลั่งนักร้อง...ดารา

ชอบนินทาทะเล

ชอบฟังเพลงเย่...เย

ชอบฮาเฮ ผับ...บาร์

ชอบอวดกล้าแข่งขา

ชอบอิจฉาคนดี

ชอบควงลูกเศรษฐี

ชอบเป็นผีพนัน ฯลฯ

คำถามของผมก็คือ ถ้าเราไม่เรียกกระแสป็อบของวัยรุ่นข้างต้นว่าวัฒนธรรม แล้วพฤติกรรมหรือพันธกรรมของใคร ที่ไหน เวลาใด และลักษณะอย่างไรจึงจะเรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรม วัยรุ่นและคนหนุ่มสาวที่อยู่ในกระแสป็อบดังกล่าวกว่าก่อนประเทศต้องกลายเป็น “คนที่มีชีวิตแต่ปราศจากวัฒนธรรม” เพราะพวกเขามีพฤติกรรมทางสังคมและพันธกรรมที่น่ารังเกียจตลึงในสายตาของผู้ใหญ่และผู้มีอำนาจในสังคมไทยใช่หรือไม่ ด้วยวิธีคิดและตรรกะข้อเดียวกันนี้ เพลงลูกทุ่งยอดนิยม “คุณลำไย” ของคุณลูกนก สุภาพร ปันปรี ที่คนไทยเกือบทั้งประเทศนิยมชมชอบก็ไม่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนับญาติว่าเป็นวัฒนธรรม เพราะเพลงนี้บอกว่า “...เธอหรือจะมี แฟนที่หุ่นดีอย่างฉัน ทรวงทรวงนี้ลูกครึ่งแบบมะริกัน เปลี่ยนสไตล์ทุกวันนำแฟชั่นที่ทันสมัย จมูกคู่สันเป็นคน เส้นผมยังทำไฮโดรด์ กระเป๋าก็ค็อกโคดา[sic] กางเกงก็ยีนส์ลึวย จะเรียกลำไยคิดดูให้ดี...” (“คุณลำไย” ลูกนก สุภาพร ขับร้อง, ดำริ ธรรมบาล, คำร้อง-ทำนอง, สมปอง เปรมปรีดิ์ เรียบเรียง, 2544) “อา...ฮ่า...ที่แท้ก็คุณลำไยนี่เอง ที่เป็นตัวอย่างของคนไทย พฤติกรรมไทย และพันธกรรมไทยที่กำลังถูกกระแสดูผิดกรรมนอกและพันธกรรมนอกครอบงำจนใจหัวไม่ขึ้นในเวลานี้...” “ว้าย...บรรดาเจ้า วัยจีบ แฟนानุแฟนของคุณลำไยทั้งหลาย...รับมาเสียดิ...” “เค๊ะ...เค๊ะ...”

เราน่าจะและควรจะมีคำอธิบายและแนววิเคราะห์เกี่ยวกับกระแสป็อบและแฟชั่นสมัยนิยม รวมทั้งรื้อถอน โจมตีที่แท้จริงของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยที่น่าสนใจและมีพลังมากกว่าเสียงพร่ำบ่นของพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูบาอาจารย์ พระสงฆ์ ข้าราชการประจำ ข้าราชการการเมือง และสื่อมวลชนสายอนุรักษ์นิยม ผมเองก็ไม่ได้คิดว่าความแตกต่างระหว่างวัยและรุ่นอายุของคนในสังคม การโทษยุคสมัยที่เจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร การบริโภควัฒนธรรมต่างชาติ หรืออิทธิพลของสื่อมวลชนในกระแสบริโภคนิยมจะเป็นคำอธิบายที่เหมาะสมต่อการฉีกการจับไล่ไสส่งกระแสป็อบหรือกระแสแฟชั่นสมัยนิยมทั้งหลายออกจากกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักได้ทั้งหมด

ในบทความวิชาการชิ้นนี้ ผมจะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และนำเสนอมุมมองทางวิชาการเกี่ยวกับกระแส “วัฒนธรรมสมัยนิยม” หรือ “วัฒนธรรมประชานิยม” (popular culture)¹ ในสังคมไทยช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 ประเด็นปัญหาที่ผมใช้เป็นจุดเริ่มต้นของบทความนี้มีพื้นฐานสำคัญมาจากปัญหาทางวิชาการที่ผมเรียกใน

¹ การบัญญัติศัพท์คำว่า “popular culture” ในภาษาไทยยังไม่ลงตัวมากแก่ทั้งในวงวิชาการและวงการสื่อสารมวลชน กาญจนา แก้วเทพ (2544:267) ใช้คำว่า “วัฒนธรรมของประชาชน” (popular culture) ตามแนวคิดของ Antonio Gramsci ภัทร ด้านอุตรา (2541:351-63) ไม่ใช้คำภาษาไทยเลย แต่เรียกว่า “popular culture” วิริยะ สว่างโชติ (2542:270) ใช้คำว่า “วัฒนธรรมประชาชน” แทนคำว่า “popular culture” และใช้คำว่า “วัฒนธรรมสมัยนิยม” แทนคำว่า “pop culture” วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ (2545:135-41) ใช้คำทับศัพท์ว่า “ป๊อปคัลเจอร์” ในบทความนี้ ผมใช้คำว่า “วัฒนธรรมสมัยนิยม” “วัฒนธรรมประชานิยม” “กระแสป็อบ” หรือ “กระแสไฮโปป” สลับกันไปมาในความหมายของ Mukerji and Schudson (1991 cited in Harrington and Beilby 2001:2) ที่บอกว่า “...วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึงความเชื่อและปฏิบัติการ รวมถึงสิ่งของต่างๆ...ที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับการนิยมน้อยกว่าหลายโดยประชากรกลุ่มหนึ่ง”

ที่นี้ว่า “ความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรม”² ในแวดวงวิชาการทางสังคมศาสตร์ หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน และสาธารณชนทั่วไป กล่าวคือ ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ทั้งในระดับวาทกรรมและระดับปฏิบัติการที่สังคมไทยยอมรับกันอยู่ในเวลานี้ เป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นด้วยเครื่องมือและเป้าหมายทางการเมืองและทางวิชาการที่แฝงไว้ด้วยอคติ ความคับแคบ และขีดจำกัดในการทำความเข้าใจกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย

ความหมายทั่วไปของวัฒนธรรมในภาษาไทยและสังคมไทยของเรานั้น มักจะแฝงไว้ด้วยขีดจำกัดและความคับแคบ บางครั้งก็ตีเงินเสียงจนแทบจะไม่เหลือพื้นที่ให้กับสิ่งที่ผมเรียกในบทความนี้ว่า “วัฒนธรรมสมัยนิยม” สังคมไทยรวมทั้งวงวิชาการไทยดูเหมือนว่าจะบูชาวัฒนธรรม ยกย่องคุณค่าทางวัฒนธรรม อนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรม และบริโภควัฒนธรรมจนเกินพอดี (cf. สมชัย ใจดี และยรรยง ศรีวิริยาภรณ์ 2535) หรือไม่เช่นนั้นก็ให้ความหมายของวัฒนธรรมในลักษณะที่กำกวมและคลุมเครือ วัฒนธรรมอาจหมายถึงอะไรก็ได้ที่เป็นวิถีชีวิต เป็นระบบความสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ สืบทอด และปฏิบัติต่อกันเรื่อยมาจนเป็นประเพณี จนเป็นที่เข้าใจกันว่า วัฒนธรรมเป็นอะไรก็ได้ที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้มาโดยการเรียนรู้ และใช้ชีวิตในสังคม นักเรียนทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะนักมานุษยวิทยาและนักสังคมวิทยาหลายท่าน (cf. จามพิศ สัตย์สงวน 2538, ธิดา สาระยา 2539, บศ สันตสมบัติ 2540, Giddens 1996, Haviland 1989) ได้สรุปคำนิยามของวัฒนธรรมอย่างกว้างๆ ว่า แทบทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นพฤติกรรมและผลงานของมนุษย์สามารถจัดเข้าอยู่ในสารบบของ “วัฒนธรรม” ได้แทบทั้งนั้น ผมเห็นว่า นักเรียนวัฒนธรรมเหล่านั้นอาจจะลืมหรือมองข้ามไปว่า มีผลงานสร้างสรรค์และวิถีชีวิตของมนุษย์ที่เป็นสมาชิกของสังคมไทยบางกลุ่ม บางเพศ บางวัยจำนวนมากกำลังต่อสู้ดิ้นรนอย่างหนักหน่วงอยู่ในสังคมไทยยุคโลกไร้พรมแดน เพราะไม่ได้รับการนิยามว่าเป็นวัฒนธรรม แม้ว่าผลงานสร้างสรรค์และวิถีชีวิตเหล่านั้นจะได้รับความนิยมนิยมชมชอบและเกิดขึ้นในบริบทชีวิตประจำวัน แต่ก็ถูกกีดกันออกจากความหมายและปฏิบัติการทางวาทกรรมของวัฒนธรรมไทย กล่าวให้ชัดเจนก็คือ ผมมองเห็นว่า สังคมไทยของเรามักจะไม่มีที่ว่างในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยสำหรับผลงานสร้างสรรค์ วิถีชีวิต หรือระบบการให้คุณค่าของคนไทยบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนหนุ่มสาว วัยรุ่น หรือคนชายขอบกลุ่มต่างๆ ทั้งที่เปิดเผยตัวเองและหลบซ่อนอยู่ในซอกหลืบต่างๆ ของสังคมไทยยุคโลกาภิวัตน์

ในบทความนี้ผมต้องการชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมไทยของเราไม่เพียงแต่ไม่ได้นับรวมบรรดา “กระแสสมัยนิยม” “กระแสแฟชั่น” หรือ “กระแสป๊อป” ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เปลี่ยนแปลง หรือเลื่อนความนิยมไปตามยุคตามสมัยไว้ในตัวเท่านั้น หากยังมองผลงานสร้างสรรค์หรือวิถีชีวิตสมัยนิยมว่า เป็นภัยคุกคาม (threat) ต่ออัต

² การใช้คำว่า “ความคับแคบ” ในการวิพากษ์วิจารณ์ทัศนคติทางวิชาการปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในงานเขียนของสุริรัช หวังแก้ว (2543) ซึ่งแสดงให้เห็นขีดจำกัดของมโนทัศน์และกระแสนีโอโลกาภิวัตน์ ผมเห็นว่าแง่มุมในการวิพากษ์วิจารณ์ลักษณะนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำความเข้าใจการเมืองและเป้าหมายมโนทัศน์ “วัฒนธรรม” ในบริบทของสังคมไทยให้ชัดเจนและได้มุมมองทางวิชาการที่เฝ้ามองเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะไทย ความเป็นไทย และวัฒนธรรมไทย ซึ่งภัยคุกคามที่ว่ามีที่มาจากวัฒนธรรมต่างชาติหรือความคิด ปกติทางพฤติกรรมของคนบางกลุ่มบางกระแสที่ควรจะได้รับจัดการปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงเสียใหม่ให้ถูกต้อง ดีงาม และเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย ผมไม่เห็นด้วยกับนิยาม คำอธิบายและแนวคิดกระแสหลักในการ วิเคราะห์วัฒนธรรมดังกล่าว

ในการวิเคราะห์และนำเสนอความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยในทศวรรษที่ 2540 ผมตั้งคำถามว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมคืออะไรและสำคัญอย่างไรในทางวิชาการ โดยเฉพาะวิชามานุษยวิทยาสาขาสกุลหลัง ท้นสมัยนิยมและหลังโครงสร้างนิยม ทำไมนักมานุษยวิทยาและนักวิชาการสาขาที่เกี่ยวข้องควรจะหันมาให้ความสนใจวัฒนธรรมสมัยนิยมมากขึ้น ความคับแค้นของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยคืออะไรและมีที่ไปที่ไปอย่างไร วัฒนธรรมสมัยนิยมได้รับผลกระทบจากความคับแค้นของกระบวนทัศน์หลักดังกล่าวอย่างไร และใน กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมไทยร่วมสมัยที่ผมคัดเลือกมานำเสนอในบทความนี้บอกอะไรกับสังคมไทยได้บ้าง โดยเฉพาะภายใต้บริบททางเศรษฐกิจและการเมืองไทยยุคหลังวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจเดือนกรกฎาคม 2540 เราสามารถอ่านความหมายทางวิชาการอะไรได้บ้างจากผลงานสร้างสรรค์และวิถีชีวิตที่ถูกมองข้ามจากนิยาม วัฒนธรรมกระแสหลัก

ประเด็นนำเสนอที่สำคัญในบทความนี้คือ ผมพยายามจะชี้ให้เห็นว่า ประการแรก กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยได้ผลิตวาทกรรมที่แฝงไว้ด้วย “อคติ” และ “ความคับแค้น” ในแง่ของการปฏิเสธผลงานสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตร่วมสมัย โดยเฉพาะส่วนที่ได้รับความนิยมชมชอบอย่างแพร่หลายโดยชาวบ้านร้านตลาดและคน ธรรมดาสามัญในสังคม วาทกรรมวัฒนธรรมไทยถูกผลิตขึ้นโดยชนชั้นผู้นำและปัญญาชนเพื่อใช้เป็นเครื่องมือ สำคัญในการสร้างชาติ โดยใช้อำนาจฐานปรัชญาและอุดมการณ์ของชาติตะวันตกในยุคล่าอาณานิคมเป็นรากฐาน แนวคิดและแบบอย่างที่สำคัญ การผลิตซ้ำอุดมการณ์วัฒนธรรมไทยในความหมายใกล้เคียงกับอารยธรรมนับตั้งแต่ สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมาส่งผลให้กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยตกเป็นเครื่องมือทางการเมืองและทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง วาทกรรมวัฒนธรรมไทยจึงเป็นผลผลิตของความทันสมัย แต่ถูกทำให้มีเนื้อหาที่เน้นความ สำคัญของอุดมการณ์อนุรักษนิยมและการธำรงโครงสร้างอำนาจของชนชั้นนำของไทยอย่างยิ่ง

ประการที่สอง เดิมทีเดียว วาทกรรมวัฒนธรรมไทยแทบจะไม่มีที่ว่างให้กับวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือ ประชานิยม แต่ในบริบทของสังคมโลกและสังคมไทยยุคโลกาภิวัตน์ การสนทนาตอบโต้ ต่อรอง และเบียดขับ ระหว่างวัฒนธรรมไทยกระแสหลักกับวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างเข้มข้นได้ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่ ในปริบทวัฒนธรรมไทย ภาพของวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เคยถูกทับซ้อนหรือกดบังคับไว้เริ่มมีพื้นที่ของตัวเอง ทั้งนี้เพราะความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร บทบาทของสื่อมวลชนสมัยใหม่ และกระแสบริโภคนิยมในสังคม

ประการสุดท้าย จากการอ่านบททวนและเลือกนำเสนอกรณีตัวอย่างของวัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยจำนวนหนึ่ง ผมนำเสนอว่า พื้นที่ของวัฒนธรรมสมัยนิยมดังกล่าวเป็นเวทีที่มีการต่อสู้ คัดสรร ตัดกรอง และแสวงหาตัวตนและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่อย่างเข้มข้น ทศวรรษที่ 2540 เป็นช่วงเวลาประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทยร่วมสมัยอาจจะต้องบันทึกไว้ว่า ป้อมปราการของกระแสวิถีวัฒนธรรมไทยกระแสหลักอาจจะถึงคราวที่ต้องปรับกระบวนคิดครั้งสำคัญ วัฒนธรรมสมัยนิยมไม่เพียงแต่บอกเล่าเรื่องราวของช่องว่างระหว่างวัยและรุ่นของคนในสังคมไทย หากยังชี้ให้เห็นเป็นนัยด้วยว่า เนื้อหาและแนวโน้มของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมอาจจะเป็นการพลิกเปลี่ยนโฉมหน้าใหม่และสร้างระบบคุณค่าของวัฒนธรรมไทยในอนาคตก็เป็นได้

ผมเขียนบทความนี้ขึ้นมาจากการอ่านบททวนและค้นหาแง่มุมมองต่างๆ จากวรรณกรรมทางมานุษยวิทยาาร่วมสมัยในสายสกุลมานุษยวิทยาหลังทุนสมัยนิยม หลังโครงสร้างนิยม และวัฒนธรรมศึกษาจำนวนหนึ่ง ขณะเดียวกันผมก็ได้ลงมือค้นคว้าทำวิจัยเอกสารในห้องสมุด ทั้งที่ห้องสมุดของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และห้องสมุดส่วนตัวของผมเอง ในการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกรณีวัฒนธรรมสมัยนิยมต่างๆ ที่ปรากฏในบทความนี้ ผมและผู้ช่วยวิจัย (จินตนา แกล้วกล้า) ได้ช่วยกันคัดสรรและทำกฤตภาคบทความ สารคดี รายงานข่าวและข้อเขียนอื่นๆ จากภาคหนังสือพิมพ์รายวัน และรายสัปดาห์จำนวนหนึ่ง เช่น มติชนรายวัน มติชนสุดสัปดาห์ สยามรัฐรายสัปดาห์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ บ้านเมือง ผู้จัดการรายวัน และคมชัดลึก ระหว่างปี 2540-2545 ควบคู่ไปกับการอ่าน จับใจความ และคิดวิเคราะห์เพื่อค้นหาประเด็นและความหมายทางวิชาการ

ผมอยากจะชี้แจงด้วยว่า ผมไม่ได้มีเจตนาที่จะรวบรวมและศึกษากรณีวัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยเชิงสำรวจอย่างเป็นระบบในระดับภาพรวมแต่อย่างใด ผมทำได้เพียงแค่รวบรวม คัดเลือก และนำเสนอกรณีศึกษากระแสโปปต่างๆ ด้วยเหตุผลทางวิชาการ ความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจส่วนตัวเป็นหลัก ที่สำคัญผมเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า “การพูดถึงโปปคัลเจอร์ทั้งหมด...เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ เราทำได้แค่เพียงพูดถึงมันกว้างๆ และหยิบยกตัวอย่างคร่าวๆ บางประการมาเป็นตัวแทนเพื่อช่วยในการอธิบาย[ปรากฏการณ์หรือกระแสสมัยนิยมทั้งหลาย] เช่น เพลงโปป นวนิยายชายดี สตรีหลังข่าว ภาพยนตร์[ทำรายได้]ดีอันดับ...กางเกงยีนส์ลีวาย คาลวิน ไคลน์ โลโก้แม็คโดนัลด์ หรือรูปนางพรายทะเลบนถ้วยกาแฟสตาร์บัคส์ ฯลฯ” (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ 2545:137)

ข้อเสนอทางวิชาการและกระบวนการในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และนำเสนอประเด็นต่างๆ ในบทความนี้เจ้ไปเพื่อเรียกร้องและเปิดพื้นที่ทางวิชาการ โดยเฉพาะในสาขาวิชามานุษยวิทยาสำหรับการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยให้คึกคักและมีชีวิตชีวาเพิ่มมากขึ้น ในท่ามกลางกระแสโปปและกระแสแฟชั่นสมัยนิยมทั้งหลายกำลังไหลหลากท่วมท้นพื้นที่สาธารณะและแทรกตัวอยู่ในแทบทุกอณูของปริภูมิชีวิตประจำวันของสังคมไทยปัจจุบัน นักเรียนมานุษยวิทยาอาจจะต้องเท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ โดยการเพิ่มเติม

แนวการวิเคราะห์และมุมมองทางทฤษฎีใหม่ๆ ลงไปในงานเขียนที่เคยเคร่งครัดและหนักแน่นอยู่กับข้อมูลสนามที่ผูกติดอยู่กับวัฒนธรรมหลวงและวัฒนธรรมราชสำนักมานาน ผมเชื่อว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมกำลังทำให้ปรากฏการณ์เส้นแบ่งเขตแดนระหว่างเมืองกับชนบท ชนชั้นสูงกับชาวบ้านร้านค้า หรือวัฒนธรรมประเพณีนิยม/ท้องถิ่นนิยมกับวัฒนธรรมต่างชาติพร่าเลือนไป ขณะเดียวกันก็ได้สร้างกระแสที่หลากหลาย ทับซ้อน และสั่นไหวให้กับปริบทวัฒนธรรมไทยมากขึ้นเป็นลำดับ ข้อเสนอทางวิชาการต่างๆ ที่ปรากฏในบทความนี้ได้รับการจัดวางไว้เพื่อสนทนา ตอบโต้ และสะท้อนแย้งคิดบางประการต่อกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักที่ปรากฏอยู่ในวงวิชาการ แวดวงสื่อมวลชน หน่วยงานราชการ และสาธารณชนไทยเป็นสำคัญ

บทที่ 2

ความคับแคบ อคติ และขีดจำกัดของกระบวนทัศน์ “วัฒนธรรมไทย”

การทำความเข้าใจที่มามีไปของความคับแคบ อคติ และขีดจำกัดของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะในส่วนที่ได้ชื่อว่าเป็นกระแสหลักนั้น เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เพราะกระแสแนวคิดและแนวปฏิบัติต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และสลับซับซ้อนอยู่ในตัว บางครั้ง ลำพังการทำความเข้าใจวัฒนธรรมไทยโดยการจัดแบ่งลำดับยุคตามเส้นแบ่งเวลาจากอดีตถึงปัจจุบัน หรือจากปัจจุบันย้อนกลับไปในอดีตก็ไมอาจช่วยให้เรามองเห็นสิ่งที่เราต้องการมากนัก ผมนำเสนอในที่นี้ว่า ความคับแคบและอคติทั้งในเนื้อหาและแนวคิดหลักในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยมีรากเหง้าที่ฝังลึกอยู่ในเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ วิธีคิดและวิธีการให้ความหมายและใช้ประโยชน์จาก “วัฒนธรรม” ของชนกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเกี่ยวเนื่องทับซ้อนกันภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยของสยามประเทศนับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา ดังต่อไปนี้

1. ชนชั้นผู้นำสยามรับเอา “มรดกความคับแคบและอคติ” ในการนิยามวัฒนธรรมในนามของอารยธรรมหรือความศิวิไลซ์มาจากมหาอำนาจยุโรปในคริสต์ศตวรรษที่ 19
2. ชนชั้นผู้นำและรัฐบาลไทยให้ความหมาย และใช้ประโยชน์จากกระบวนทัศน์วัฒนธรรมแบบ “อณานิคม”
3. กระบวนทัศน์วัฒนธรรมนิยมของระบอบราชการไทย รวมทั้งการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมในความหมายของ “ของเก่า” “สินค้ำ” และ “ภูมิปัญญาพื้นบ้าน/ท้องถิ่น” ในความหมายที่คับแคบเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการหารายได้ที่เป็นตัวเงิน โดยเฉพาะในช่วง 2-3 ทศวรรษหลังสุด
4. ความคับแคบและอคติในการต่อสู้ทางการเมืองและอุดมการณ์เพื่อวัฒนธรรมประชาชนและวัฒนธรรมพื้นบ้านของปัญญาชนและนักวิชาการไทยฝ่ายก้าวหน้า

ผมจะอธิบายเกี่ยวกับรากเหง้าของความคับแคบ อคติ และขีดจำกัดที่แฝงเร้นอยู่ในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักดังต่อไปนี้

2.1 มรดกของความคับแคบและอคติ Raymond Williams นักวิจารณ์วรรณกรรมและนักกิจกรรมเพื่อชนชั้นผู้ใช้แรงงานที่ได้ชื่อว่าเป็นผู้บุกเบิกคนสำคัญในวงวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาของอังกฤษ ได้กล่าวถึงมโนทัศน์วัฒนธรรมไว้ว่า “...วัฒนธรรมเป็นหนึ่งในสองหรือสามคำที่มีความหมาย การใช้ และความเป็นมา)ซับซ้อนที่สุดในภาษาอังกฤษ ที่เป็นเช่นนี้ส่วนหนึ่งมาจากพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของคำนี้ในหลายๆ ภาษาของยุโรป แต่เหตุผลสำคัญที่ทำให้คำนี้ซับซ้อนมาก น่าจะเป็นเพราะว่าคำนี้ได้รับการยอมรับและถูกนำไปใช้งานในฐานะที่เป็นมโนทัศน์หลักในหลากหลายสาขาวิชาและระบบความคิดที่แตกต่างกันและไปด้วยกันไม่ได้

เลย...” [ยกตัวอย่าง เช่น ประวัติศาสตร์ ปรัชญา ศาสนา วรรณคดี สังคมวิทยา มานุษยวิทยา เกษตรศาสตร์ ชีววิทยา พันธุกรรมศาสตร์ ฯลฯ] (Williams 1976:87) ในข้อเขียนสั้นๆ ของท่าน Williams ให้คำอธิบายเกี่ยวกับที่มาที่ไปและพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของการใช้คำนี้ในบริบททางวิชาการและภูมิปัญญาของยุโรปอย่างละเอียด แต่ประเด็นที่ผมให้ความสนใจและเห็นว่าเกี่ยวข้องกับกำเนิดและพัฒนาการของมนทัศน์วัฒนธรรมในสังคมไทยน่าจะอยู่ที่แง่คิดและมุมมองเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท่าน ซึ่งผมอ่านจับใจความและหยิบยกมานำเสนอตามความเข้าใจของตนเองดังต่อไปนี้

ประการแรก ความหมายของ “วัฒนธรรม” ในยุคสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ “อารยธรรม” (civilization) และ “การปลูกฝังความเจริญงอกงาม” (cultivation) เริ่มปรากฏในคริสต์ศตวรรษที่ 16 แต่ทั้งปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดนับตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา พัฒนาการดังกล่าวเกิดขึ้นคล้ายคลึงกันทั้งในภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และเยอรมัน

ประการที่สอง การใช้ความหมายของ “วัฒนธรรม” ในความหมายเดียวกับอารยธรรมและการปลูกฝังความเจริญงอกงามเป็นรากฐานสำคัญของกระบวนทัศน์ทางทฤษฎีแบบวิวัฒนาการนิยมและวิวิธคติที่มองว่าสังคมและเชื้อชาติของยุโรปเป็นยอดปิรามิดของความเจริญ (Eurocentrism) ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุดในวงวิชาการของยุโรปในช่วงเวลาดังกล่าว กระบวนทัศน์ข้างต้นนี้ได้สร้างความชอบธรรมทางการเมืองให้กับลัทธิล่าอาณานิคมและการขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของชาติมหาอำนาจในทวีปยุโรปไปทั่วโลก วิชาการสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หลายแขนงโดยเฉพาะมานุษยวิทยาที่เติบโตขึ้นมาจากการศึกษาวัฒนธรรมในความหมายของอารยธรรมแบบสากลนิยม (universalism) ก่อนที่จะพัฒนามาเป็นการศึกษาวิถีชีวิตของคนเฉพาะกลุ่ม เฉพาะสังคมวัฒนธรรม และเฉพาะสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (particularism) ในเวลาต่อมา รวมทั้งข้อถกเถียงที่ว่านักมานุษยวิทยาควรจะเน้นศึกษาวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นระบบการผลิตเชิงวัตถุ (material production system) หรือระบบสื่อความคิดหรือความหมายผ่านการใช้สัญลักษณ์ (signifying or symbolic system)¹

ประการที่สาม การใช้คำว่า “วัฒนธรรม” ในภาษาอังกฤษเต็มไปด้วยข้อถกเถียงและโต้แย้งอย่างเผ็ดร้อน (hostility) นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 และต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา เหตุผลสำคัญก็คือ วัฒนธรรมได้รับการนิยามและใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนอุดมการณ์ของชนชั้นสูงและการต่อต้านการใช้คำนี้ในการปลุกกระดมชวนเชื่อของเยอรมันในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 1 ประเด็นสำคัญที่เป็นเหตุให้คำนี้

¹ กาญจนา แก้วเทพ (2544:8-16) แบ่งชุดการศึกษาความหมายของวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ออกเป็น 4 ชุด ได้แก่ (1) ชุดวางรากฐานในสมัยกรีก (2) ชุดวัฒนธรรมชั้นสูง (Elite) ในยุโรปจนถึงความรุ่งเรืองของการล่าอาณานิคม (3) ชุดวัฒนธรรมเสมอภาค (Egalitarian) นำไปสู่ทฤษฎีวิชาการทางมานุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะมานุษยวิทยา และ (4) ชุดวัฒนธรรมในแง่ของกระบวนการและการต่อสู้ ซึ่งเป็นที่มาของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ในกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 จนถึงปัจจุบัน

ตกเป็นเป้าหมายของการวิพากษ์วิจารณ์ อาจเนื่องมาจากการให้คำนิยามที่ว่า (1) วัฒนธรรมเป็นเรื่องของความรู้และศิลปะวิทยาการขั้นสูงที่เหนือกว่า[คนอื่น] (superior knowledge) (2) ลักษณะนิสัยที่ได้รับการศึกษาอบรมมาเฉพาะ สั่งสอนมาเป็นอย่างดี (refinement) และ(3) การแบ่งแยกอย่างชัดเจนระหว่างศิลปะของชนชั้นสูง (high art) กับศิลปะและสื่อบันเทิงของสามัญชนทั่วไป (popular art and entertainment) พุคให้ชัดเจนก็คือ มโนทัศน์วัฒนธรรมถูกโจมตีเพราะวัฒนธรรมถูกผูกขาดการนิยามและใช้ในความหมายที่เอื้อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมของชนชั้นสูง ชนชั้นผู้ปกครอง และชนชั้นผู้นำ ในขณะที่วิถีชีวิตของชนธรรมดาสามัญ ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของสังคมถูกมองข้าม ได้รับการดูถูกเหยียดหยาม หรือไม่ได้รับพิจารณาว่าเป็นวัฒนธรรม

ความหมายของ “วัฒนธรรม” ที่กล่าวมาข้างต้นย่อมตกทอดถึงวิชามานุษยวิทยา ซึ่งเริ่มก่อร่างสร้างตัวขึ้นในราวกลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 อย่างเลี่ยงไม่พ้น คำนิยามแรกสุดของ “วัฒนธรรม” ที่สร้างขึ้นโดยนักมานุษยวิทยาเป็นของ Edward B. Tylor ในปี 1871 ระบุว่า “วัฒนธรรม หมายถึง องค์กรที่ซับซ้อน ซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม กฎหมาย ประเพณี และความสามารถหรืออุปนิสัยอื่นๆ ที่มนุษย์ได้มาโดยการเป็นสมาชิกของสังคม” (อ้างใน Carrithers 1997:98) แม้ว่าวงวิชาการสาขามานุษยวิทยาจะผลิตความหมายและแนวการศึกษาวิเคราะห์จำนวนมากรวมทั้งมีประเด็นโต้แย้งต่างๆ ในระยะเวลาที่ผ่านมา แต่คำนิยามของ Tylor เรียกได้ว่ามีความเป็นอมตะและสะท้อนมุมมองของนักมานุษยวิทยาที่มีต่อวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน นักมานุษยวิทยารุ่นต่อๆ มาอาจจะมองวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไปตามแนวคิดทฤษฎี อุดมการณ์ทางการเมือง และข้อมูลสนามที่ตนเองศึกษา แต่โดยรวมแล้วนักมานุษยวิทยาร่วมสมัยมักจะพิจารณาวัฒนธรรมใน 3 ลักษณะ ได้แก่ วัฒนธรรมเป็นระบบของสัญลักษณ์ (a system of symbols) วัฒนธรรมเป็นเรื่องของวัตถุและการปรับตัว (material dimension and adaptation) และวัฒนธรรมเป็นเรื่องของการตีความเพื่อค้นหาความหมาย (an interpretation in search of meaning) (Carrithers 1997:98-101) ความหมายของวัฒนธรรมที่วนเวียนนี้ได้ว่า ครอบคลุมมิติต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในวงวิชาการมานุษยวิทยานานาชาติร่วมสมัยพอสมควร ในตำรามาตรฐานทางมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น “Anthropology” (Haviland 1989) “Sociology” (Giddens 1996) ต่างก็ให้ความหมายของวัฒนธรรมในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตและผลงานการสร้างสรรค์ของมนุษย์ในระดับองค์กรวม มองว่าวัฒนธรรมมีทั้งที่เป็นคุณค่านามธรรมและพฤติกรรมทางสังคมที่เป็นรูปธรรม ซึ่งได้มาโดยการเรียนรู้ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม

คุณูปการของข้อเขียนชิ้นนี้ของ Williams (1976) และ Carrithers (1997) ได้ช่วยคลี่คลายปัญหาที่ผุดขึ้นไว้นับหลายประการ ความเข้าใจมโนทัศน์วัฒนธรรมในบริบททางประวัติศาสตร์ของสังคมยุโรปที่ให้อำนาจคำนี้และการใช้คำนี้ในวงการมานุษยวิทยานานาชาติ จะเป็นกุญแจดอกสำคัญในการตอบคำถามว่าทำไมกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยจึงแฝงไว้ด้วยความคับแคบ อคติบางอย่างและขีดจำกัด ผมจะใช้แง่คิดข้างต้นนี้เป็นเครื่องนำทางย้อนกลับไปพิจารณาต้นกำเนิดของมโนทัศน์อารยธรรมหรือความศิวิไลซ์ และวัฒนธรรม ณ จุดเริ่ม

ต้นยุคแห่งความทันสมัยของสยามประเทศ โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ หรือรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์เป็นต้นมา เมื่อพิจารณาต้นกำเนิดของชุดวโนทัศน์ที่ว่านี้ในบริบททางประวัติศาสตร์ชาติไทยสมัยใหม่อาจจะช่วยให้เรามองเห็นและเข้าใจความคับแคบ อคติและขีดจำกัดของมโนทัศน์วัฒนธรรมไทย เพราะว่า ผู้นำและปัญญาชนชาวสยามในสมัยรัตนโกสินทร์ต่างก็ปักใจเชื่อและยอมรับอย่างมั่นคงว่า อารยธรรม หรือความศิวิไลซ์ (วัฒนธรรมในเวลาต่อมา) ล้วนแต่เป็นของคิมิประโยชน์ในทางโลก เป็นเครื่องแสดงถึงความเจริญงอกงาม และการอบรมบ่มเพาะปลูกฝังมาดีทั้งในระดับชาติและระดับบุคคล ความหมายที่วโนทัศน์ก็คือ การนิยามวัฒนธรรม 3 ข้อ (superior knowledge, refinement, and distinction between high art and popular art/entertainment) ซึ่งเต็มไปด้วยข้อถกเถียงและโต้แย้งในทวีปยุโรปในคริสต์ศตวรรษที่ 19 และต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 นั่นเอง

ทวิศักดิ์ เผือกสม (2541:253-313) แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนและกระบวนการสร้างวาทกรรมเพื่อทำอารยธรรม “ตะวันตกให้เป็นตะวันออก” (Orientalizing the Occidental) ของชนชั้นผู้นำสยามในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ผู้นำของสยามในเวลานั้น โดยเฉพาะรัชกาลที่ 4 และเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (จำ บุนนาค) มีบทบาทสำคัญในการคัดสรร คัดเลือก ให้คำอธิบาย และตอบโต้กับความรู้และอารยธรรมตะวันตกที่สยามควรรับเข้ามา แม้ว่าในสมัยแรกๆ สยามเชื่อมั่นว่าความรู้ในทางธรรมของตนเหนือกว่าความรู้ในทางโลกย์ของตะวันตก แต่ในระยะเวลาต่อมา โดยเฉพาะช่วงหลังวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 ในสมัยรัชกาลที่ 5 และบทบาทในการบริหารบ้านเมืองของเจ้านายรุ่นใหม่ที่ได้รับการศึกษาจากประเทศยุโรป จิตสำนึกเกี่ยวกับสถานะภาพของตัวเองดังกล่าวเริ่มสั่นคลอนและเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด สยามเปิดรับและยอมรับความเหนือกว่าและยิ่งใหญ่พลังอำนาจของความรู้ทางโลกจากตะวันตกเรื่อยมา ความอ่อนแอและไร้พลังทางปัญญาของสยามในการทำตะวันตกให้เป็นตะวันออกได้กลายมาเป็นปัญหาใหญ่ และเป็นประเด็นคำถามสำคัญในประวัติศาสตร์ชาติไทยสมัยใหม่

ข้อคิดบางประการที่ผมได้เรียนรู้จากบทความของทวิศักดิ์ เผือกสม (2541) ก็คือ ในการนำสยามไปเชื่อมโยงหรือเป็นตัวแทนของวาทกรรมตะวันตกตามความคิดของ Edward Said นั้น เราจะต้องอธิบายให้ได้ว่า “ตะวันตก” ในกรณีนี้มีลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์ การเมืองวัฒนธรรม และกาลเวลาเป็นอย่างไร ความเป็นตะวันตกในที่นี้ น่าจะเกิดจากมุมมองของตัวนักเรียนประวัติศาสตร์แต่ละคนมากกว่าอย่างอื่น ไม่ใช่ “ตะวันตก” ในสายตาของประเทศอาณานิคมหรือในสายตาของชนชั้นผู้นำของสยามในคริสต์ศตวรรษที่ 19 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาว่าทหกรรมการทำตะวันตกให้เป็นตะวันออกในกรณีข้างต้น จะเห็นได้ว่า เมื่อเราพิจารณาบริบทแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ให้กว้างกว่าการถกเถียงในแวดวงของชนชั้นผู้นำและปัญญาชนแล้ว จะเห็นได้ว่า สยามยอมรับความยิ่งใหญ่ของตะวันตกอย่างชัดเจนในแง่ของการบริโภคสินค้าและบริการที่ทันสมัยจากยุโรป บางทีข้อสรุปที่ว่าความรู้ทางธรรมของสยามที่เหนือกว่าความรู้ทางโลกของฝรั่งนั้น อาจจะเป็นเพียงตรรกะที่มี

¹ก.ศ.ร. กุณฑล ปัญญาชนแกนสำคัญสมัยรัชกาลที่ 4-5 ใช้คำว่า “สivilิซ” หรือ “คนสivilิซ” (อ้างในเจิดา สาระยา 2539:68)

ชนชั้นสูงและปัญญาชนจำนวนน้อยเท่านั้นที่มองเห็นและเข้าใจ ในขณะที่คนสยามแทบทุกคนชั้นต้นตื้น ดันตะลึง ทึ่ง และจนสนทนากับความวิเศษมหัศจรรย์ของเทคโนโลยีหรือสินค้าบริการจากตะวันตก ผมคิดว่าการบริโภคนิยมแบบเห่อฝรั่งเห่อของนอกน่าจะเป็นเงื่อนไขสำคัญยิ่งที่ทำให้พลังทางปัญญาของสยามในการแข่งขันหรือเรียนรู้ให้ทำทันฝรั่งอ่อนแอลงในเวลาต่อมา ยิ่งเป็นเจ้านาย ขุนนางหรือเชื้อพระวงศ์ชั้นสูงในวังยังมีโอกาสเข้าถึงสินค้าและบริการที่ทันสมัยนั้นก่อนสามัญชนคนธรรมดา ดังตัวอย่างที่ปรากฏในงานของสมรภัย ชัยสิงห์กานานนท์ (2544:99) ที่ระบุว่า “ความคลั่งไคล้ในการบริโภค[ของนอก]” ของคนสยามโดยเฉพาะชนชั้นสูงมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4-5 เป็นอย่างน้อย

ชัย เรื่องศิลป์ (2517) กล่าวถึงพฤติกรรมบริโภคนิยมดังกล่าวว่า “เวลาเรือเมล์จากต่างประเทศเข้ามาถึงกรุงเทพฯ ผู้ที่ขึ้นไปซื้อสินค้าในเรือก่อนใครๆ ก็คือ พวกเจ้านายและพวกขุนนาง สินค้าที่ขายคล่อง ได้แก่ เครื่องแต่งกายที่ทันสมัย มีหมวก เสื้อนอก เสื้อเชิ้ตสีขาว กระดุมทอง เน็คไท สายนาฬิกาพก กางเกง ถุงเท้า รองเท้า กับของใช้ในบ้าน เช่น ช้อน ส้อม ถ้วยชาม ผ้าเช็ดมือ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าปูโต๊ะอย่างฝรั่งใช้ เจ้านายรุ่นพระอนุชาและพระโอรส... รู้ภาษาอังกฤษดี ...พวกนี้นิยมสั่งซื้อหนังสือภาษาอังกฤษ หนังสือพิมพ์ข่าวภาษาอังกฤษและหนังสือนิยายสารแทบทุกวง พระเจ้าแผ่นดินและเจ้านายนิยมสร้างตำหนักแบบฝรั่ง แต่งห้องใช้โต๊ะ ตู้ เก้าอี้ฝรั่ง ติดภาพถ่ายหรือภาพเขียนใส่กรอบกระจกที่ฝา... เสวยอาหารโดยใช้ช้อนส้อม มีดและผ้าเช็ดมือ... เจ้านายที่อยากได้ชื่อว่าเป็นคนสมัยใหม่ก็ต้องปฏิบัติเอาอย่าง...” (อ้างในสมรภัย ชัยสิงห์กานานนท์ 2544:99-100) ทรงชัย วิโนจะกุล (2544:58) อธิบายพฤติกรรมบริโภคนิยมเช่นนี้ว่าเป็น “การไขว่คว้าหาความศิวิไลซ์ เพราะชนชั้นนำสยามไม่มีทางยอมให้ถูกหาว่าล้าหลัง ป่าเถื่อน”

2.2 วิธีคิดแบบอาณานิคม ไม่มีปัญหาแต่อย่างใดว่า อารยธรรมหรือความศิวิไลซ์ และมโนทัศน์วัฒนธรรมเป็นมรดกทางปัญญาชิ้นสำคัญที่สุดชิ้นหนึ่งของยุคแห่งความทันสมัยในสยามประเทศ กำเนิด พัฒนาการ และอิทธิพลของมโนทัศน์ชุดนี้ที่มีต่อสังคมไทยร่วมสมัยเป็นผลผลิตโดยตรงของชนชั้นผู้นำของสยามประเทศจากอิทธิพลของวิธีคิดเกี่ยวกับอารยธรรมและวัฒนธรรมแบบอาณานิคมที่ชนชั้นนำของสยามประเทศรับมาจากมหาอำนาจยุโรป ผมพยายามจะชี้ให้เห็นว่า ทำไมกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยโดยรวมจึงไม่มีที่ว่างให้กับวัฒนธรรมร่วมสมัย ทั้งหมดนี้อาจพิจารณาได้จากการต่อสู้ช่วงชิงและต่อรองในการให้คำนิยามและประยุกต์ใช้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมในสังคมไทยในช่วงเวลากว่าศตวรรษที่ผ่านมา

กล่าว่อารยธรรม ความศิวิไลซ์ และวัฒนธรรมเป็นมโนทัศน์ใหม่และนำเข้าจากยุโรปในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ก็จริง แต่รากฐานของความคิดในการแบ่งแยกกลุ่มคนที่เจริญหรืออารยะกับกลุ่มคนที่ป่าเถื่อนหรือนารยะปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในหลักฐานทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีทางศาสนาของกลุ่มชาติพันธุ์ใด/ไท และชาวสยามโบราณมานานพอสมควร คนป่าหรือนารชนในสายตาของคนสยามและกลุ่มชาติพันธุ์ใด/ไทก่อนหน้าการรับอารยธรรมตะวันตกอย่างเข้มข้นในสมัยต้นรัตนโกสินทร์มักจะถูกแบ่งแยกโดยการยึดเอาศาสนาและ

การเมืองท้องถิ่นนิยมเป็นเกณฑ์สำคัญ กล่าวคือ คนนอกรัตนอกศาสนา ไม่ได้นับถือพุทธศาสนาด้วยกัน ไม่ได้อยู่ร่วมราชอาณาจักรภายใต้พระบรมโพธิสมภารของกษัตริย์องค์เดียวกัน หรือไม่ได้เป็นแผ่นดินเดียวกันจะถูกมองว่าเป็น “คนป่าคนเถื่อน” “คนอื่น” “พวกอื่น” (the others) ซึ่งมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกันตนเอง ดังเช่น ในตำนานจามเทวีวงศ์ และจินกาลมาลีปกรณ์ เรียกพวกคนป่าพื้นเมืองเดิม เช่น พวกลาวว่า เป็น มิลักขุหรือมิลักขุ บางทีก็เรียกกลุ่มคนที่ไม่เจริญว่า พวกยักษ์ก็มี แม้แต่ฝรั่งเศสตะวันตกก็ยังถูกมองว่าเป็นคนป่าผมหงอก ก่อนโลกทัศน์เกี่ยวกับฝรั่งเศสตะวันตกจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการคบค้าสมาคมกันมากขึ้นนับตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นต้นมา (ธิดา สารยา 2539:61-62)

Pinkaw Laungaramsri (2000:58-62) ได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า “วาทกรรมคนป่า” หรือการนิยามและสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ไม่ใช่คนสยามหรือคนในบังคับของสยามเป็นผลผลิตทางการเมืองโดยตรงของชนชั้นผู้นำและปัญญาชนของสยาม บทนิพนธ์หลายชิ้นของเจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรี (เจิม แสงชูโต) พระยาประชาบดีกิจ และพระประจักษ์จวรจักรกล่าวถึงคนป่าหรือคนพื้นเมืองดั้งเดิมในดินแดนล้านนาและล้านช้าง เช่น ข่า/ข้า อย่างไรก็ตาม กล่าวโดยเนื้อหาสาระแล้ว วาทกรรมคนป่าเป็นเครื่องมือทางการเมืองที่สำคัญในการแบ่งแยกกลุ่มชาติพันธุ์และอาณาเขตในการปกครองของราชอาณาจักรสยาม ขณะเดียวกันก็เป็นวาทกรรมที่แตกหน่อมาจากมรดกทางความคิดเกี่ยวกับเชื้อชาติ (race) และอารยธรรม/ศิวิไลซ์ (civilization) ซึ่งชนชั้นผู้นำสยามรับมาจากประเทศมหาอำนาจอาณานิคมยุโรป โดยเฉพาะอังกฤษและฝรั่งเศส ในตอนปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 และต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 (โปรดดู อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ 2538; Thongchai Winichakul 1993, 1994, 2000)

นักเรียนประวัติศาสตร์ที่ให้ความสนใจประวัติศาสตร์สยามประเทศสมัยใหม่มักจะเรียกช่วงศตวรรษแรกของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยเฉพาะสมัยรัชกาลที่ 3, 4, และ 5 ว่าเป็น “อรุณรุ่งของยุคแห่งความทันสมัยของสยาม” (the dawn of modernization in Siam) เป็นยุคสมัยที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่พลิกโฉมหน้าระหว่างสยามเก่ากับสยามใหม่อย่างชัดเจน นักประวัติศาสตร์จำนวนหนึ่งได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยของสยามประเทศอย่างละเอียด (โปรดดู นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2527; Keyes et al. 1994; Reynolds; Thongchai Winichakul 1994) ข้อสรุปร่วมกันของนักเรียนประวัติศาสตร์เกี่ยวกับกระบวนการดังกล่าวก็คือ ความทันสมัยเป็นสิ่งที่ถูกนำเข้าจากยุโรปและประเทศเพื่อนบ้านที่ตกเป็นอาณานิคมของยุโรป ผู้นำ โดยเฉพาะพระมหากษัตริย์ เจ้านายเชื้อพระวงศ์และกลุ่มขุนนางที่มีอิทธิพลในแต่ละสมัยเป็นผู้บทบาทสำคัญในการคัดสรรเลือกเฟ้น และปรับแต่งเอา “ชิ้นส่วน” ของความทันสมัยต่างๆ จากยุโรป เช่น เทคโนโลยี อุดมการณ์ความคิด ความรู้ ฯลฯ ให้สอดคล้องกับคุณค่าและขนบธรรมเนียมประเพณีของสยาม พุดง่าย ๆ ก็คือ ชนชั้นผู้นำจะรับผิดชอบในการนำเข้าและทำของฝรั่งให้เป็นไทยในลักษณะที่คิดว่าไม่เป็นพิษเป็นภัยและเหมาะสมกับสังคมไทยเสียก่อน Thongchai Winichakul (1994:3) เรียกกระบวนการดังกล่าวนี้ว่า “ความทันสมัยแบบคัดสรร” (selective

modernization) ทั้งนี้เพราะผู้นำที่ยิ่งใหญ่ของสยามโดยเฉพาะพระมหากษัตริย์ได้ทรงคัดสรร เลือกเฟ้น และรับเอาเฉพาะสิ่งดีๆ และเหมาะสมจากชาติตะวันตกเข้ามาเพื่อสร้างความเจริญให้กับประเทศชาติ ขณะเดียวกันก็ได้อนุรักษ์คุณค่าและประเพณีดั้งเดิมของสยามไว้อย่างเต็มกำลังความสามารถ ตรรกะและวิธีคิดเช่นนี้เป็นวาทกรรมกระแสหลักของสังคมไทยในการมองอดีตและพิจารณาอัตลักษณ์ชาติไทยและความเป็นไทยที่ยังมีผลสืบเนื่องมาจนถึงยุคปัจจุบัน

Thongchai Winichakul (Ibid.) ตั้งคำถามไว้ว่า สิ่งที่ดี เหมาะสม เป็นประโยชน์และถูกต้องตามวิสัยทัศน์ของชนชั้นผู้นำสยามนั้น ยากที่จะนิยามหรือระบุให้ชัดเจนได้ว่าเป็นอะไรและมีอะไรบ้าง บางยุคบางสมัยผู้นำสยามเองก็ไม่ได้ให้ความสนใจคำถามที่ว่านี่อย่างจริงจัง ความคลุมเครือในการนิยามนี้เป็นเหตุให้มีการตีความหมายและนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “สิ่งทันสมัย” ที่สยามประเทศต้องการหรือไม่ต้องการออกมาหลายสำนวนตามมาภายหลัง เช่น รัชกาลที่ 5 ทรงปฏิเสธความคิดเกี่ยวกับระบบพรรคการเมืองและรัฐสภา รัชกาลที่ 6 มีพระราชวินิจฉัยว่าตำราเรื่อง “ทรัพยากรศาสตร์” หรือตำราทางเศรษฐศาสตร์เล่มแรกของไทยไม่เหมาะสมกับสังคมไทย พระองค์ทรงชี้ให้เห็นว่า สถาบันมหากษัตริย์และพุทธศาสนามีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดต่อความเป็นชาติไทย เป็นต้น

ประเด็นปัญหาข้างต้นนี้ค่อนข้างจะซับซ้อนและยากที่จะตอบให้ชัดเจนลงไปได้ เพราะกระบวนการคัดสรรและเลือกรับสิ่งทันสมัยทั้งหลายไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่เกิดขึ้นแบบสะสมทีละเล็กละน้อยอย่างต่อเนื่องและชนชั้นนำของสยามก็ไม่ได้มีความพยายามในการคัดสรรสิ่งทันสมัยอย่างเป็นระบบอย่างจริงจัง แต่ผมเห็นว่า การวิเคราะห์หมโนทัศน์อารยธรรม/ศิวไลซ์/วัฒนธรรมอย่างละเอียดอาจจะมีส่วนช่วยคลี่คลายปัญหาดังกล่าวได้ ทั้งนี้เพราะหมโนทัศน์ชุดนี้ถูกผลิตขึ้นและใช้เป็น “เทคโนโลยีของอำนาจ” (technology of power) (Foucault 1977:23) หรือเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ในการสร้างชาติและสร้างความชอบธรรมทางการเมืองให้กับชนชั้นผู้นำสยามที่ทรงพลังมากที่สุดและส่งผลสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบันมากที่สุดที่สำคัญ ปฏิบัติการทางวาทกรรมของกระบวนการหมโนทัศน์อารยธรรม/ศิวไลซ์/วัฒนธรรม เป็นเทคโนโลยีของอำนาจที่ทำงานเป็นระเบียบวินัยควบคุมพฤติกรรมและวิธีคิดของคนในสังคมที่คนส่วนใหญ่มองไม่เห็น ไม่รู้ตัวและยอมรับอย่างแบบขลนแบบเนียนมากที่สุด (discipline as an invisible technology of power) (Anagnost 1994:229)

ในหนังสือเรื่อง “อารยธรรมไทย” ซึ่งเป็นตำราเรียนมาตรฐานระดับอุดมศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์อารยธรรมไทย วัฒนธรรมไทย และไทยศึกษา ธิดา สารเยา (2539:29) ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับอารยธรรมและวัฒนธรรมไทยว่า “...การรับรู้อารยธรรมไทยกับวัฒนธรรมไทย...เป็นเรื่องเดียวกัน วัฒนธรรมหมายถึงวิถีชีวิต อารยธรรมคือโครงสร้าง (structure) อันเป็นองค์รวมของวัฒนธรรม องค์รวมอันประมวลไว้ซึ่งวัฒนธรรมส่วนต่างๆ...” คำนิยามข้างต้นนี้ถูกสร้างขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานเขียนในหัวเรื่องนี้ทั้งในระดับแนวคิดทฤษฎีและงานค้นคว้าที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เมื่อย้อนกลับไปศึกษารากเหง้าและที่มาที่ไปของมโน

ทัศนอารยธรรม/วิถี/วัฒนธรรมที่ได้รับการนำเสนอมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 จนถึงปัจจุบันอย่างละเอียด ท่านก็ได้ข้อสรุปว่า ความหมายของอารยธรรมและวัฒนธรรมไทยเป็นเรื่องเดียวกัน มโนทัศน์เหล่านี้มีที่มาจากคำว่า “civilization” และ “culture” ในภาษาและประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของยุโรปและได้เข้ามาปรากฏตัวในภาษาไทยเราผ่านการบัญญัติ นิยามและคัดสรรโดยชนชั้นผู้นำ เจ้านาย ขุนนางและปราชญ์ราชบัณฑิตในอดีต

ในการแสดงปาฐกถาเรื่อง “อำนาจของภาษาและสถาบันวิชาการ: เพื่อใคร” ศ. ศิวรักษ์ (2540) ได้ใช้เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์กรุงรัตนโกสินทร์นับจากรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา เป็นการเปิดศักราชในการพลิกเปลี่ยนโฉมหน้าของสยามใหม่อย่างเป็นทางการ กล่าวคือ เป็นจุดเริ่มต้นของความทันสมัยในความหมายที่ว่า ชนชั้นนำของสยามเดินตามและรับอารยธรรมตะวันตกและหันหลังให้กับภูมิธรรมดั้งเดิมและความเป็นไทยที่สืบทอดมาแต่โบราณ ขาดภูมิปัญญาในการปรับเปลี่ยนภูมิรู้และภูมิธรรมแบบฝรั่งให้สัมพันธ์กับ “ฤๅษ-ฤๅษะ” ของตนเอง ดังที่ท่านแสดงความคิดเห็นต่อกรณีการปรับและรับวิถีคิดและอารยธรรมตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ 4 ต่อไปนี้

“พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าฯ เอง เมื่อจะโปรดให้ขุนนางใส่เสื้อเข้าเฝ้า ไม่ได้ทรงคำนึงถึง ฤๅษ กับ ฤๅษะ เลย... กลับมีพระราชปรารภว่า การไม่ใส่เสื้อเข้าเฝ้าแสดงถึงความป่าเถื่อน ให้แลเห็นกลาเกลื่อน ทั้งๆ ที่การใส่เสื้ออย่างฝรั่ง แฉกสวมสายสะพาย คิดดวงตราทับไปที่อกเสื้อในเมืองร่อนนั้น เพื่อแสดงความอารยะอย่างฝรั่งนั้น เราไม่แลเห็นเลยหรือ หรือเราขี้ใจยอมรับแล้วเลยเริ่มเห็นดีเห็นงามตามไป จนภายหลังถึงกับแต่งตัวอย่างฝรั่งเข้าวัด ใส่เกือกเข้าโบสถ์อย่างฝรั่งเอาเลย รวมถึงการสร้างตึกฝรั่งในพระบรมมหาราชวังอย่างไม่คำนึงถึงจักรวาลวิทยาเดิมอีกด้วย โดยที่ภูมิธรรมเดิมนั้น การสร้างบ้าน สร้างเมืองทุกหนแห่งย่อมคำนึงถึงดินฟ้าอากาศ ฝืนสางเทวดา และอารักษ์ต่างๆ ซึ่งก็คือ การทำตามจารีตหรือประเพณีการปลูกบ้านแปงเมืองให้เหมาะสมกับกาลเทศะ หรือเทศกาลบ้านเมืองในระบบ ฤๅษ ฤๅษะนั้นเอง...” (ศ. ศิวรักษ์ 2540:15)

ตัวอย่างข้อวิจารณ์การรับอารยธรรมตะวันตก หรือการตอบโต้ว่าทหกรรมความศิวิไลซ์ของ ศ. ศิวรักษ์ข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงร่องรอยของการปะทะกันอย่างชัดเจนระหว่างภูมิธรรมของสยามเก่ากับอารยธรรม/วิถีคิดแบบตะวันตก นักประวัติศาสตร์ Reynolds (1976:203-220) นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2527) และอรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2538) อธิบายการปะทะกันระหว่างโลกทัศน์แบบไตรภูมิกับโลกทัศน์สมัยใหม่แบบตะวันตกว่า สะท้อน

ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในระดับโลกทัศน์ของชนชั้นผู้นำสยาม ขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงใน าระดับการผลิตและระบบเศรษฐกิจจากยังชีพในระดับฐานรากก็ได้สร้างชนชั้นกรรมพีขึ้นในกรุงเทพฯ ซึ่งทั้ง ชนชั้นผู้นำโดยเฉพาะเจ้านายเชื้อพระวงศ์ ขุนนาง และกลุ่มพ่อค้าคนจีนต่างก็มีบทบาทสำคัญในการรับเอาความ ทันสมัยหรือความศิวิไลซ์จากประเทศอาณานิคมยุโรปและประเทศเพื่อนบ้านที่ตกเป็นเมืองขึ้นของยุโรป

เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (เจ้า บุนนาค) แต่ง “หนังสือแสดงกิจจานุกิตย” ในราว พ.ศ. 2410 หรือปลายสมัย รัชกาลที่ 4 เนื้อหาสำคัญของหนังสือเล่มนี้ได้รับการกล่าวถึงโดยนักเรียนประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ว่า เป็นตัวอย่าง สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการวิพากษ์วิจารณ์และทบทวนวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองของชนชั้นผู้นำสยาม โดย ใ้กรอบวิธีคิดและวิธีการพิจารณาปัญหาแบบตะวันตก หนังสือเล่มนี้ให้ความรู้สมัยใหม่แบบตะวันตก ขณะ เดียวกันผู้ประพันธ์ก็ปรับเปลี่ยนความรู้แบบฝรั่งให้สอดคล้องกับคนอ่านและพื้นฐานทางวัฒนธรรมของไทย ดัง เนื่อความตอนหนึ่งในคำนำที่ระบุว่า

“อนึ่งเห็นว่าในประเทศสยามนี้ มีหนังสือสำหรับที่จะอ่านนั้นน้อยนัก แล้ว หนังสือที่จะอ่านนั้นเล่า ก็เป็นแต่เรื่องประโลมโลกย์ยัถย์ลักนาง มนุษย์รบกับ ยัถย์มีฤทธิ์เหาะได้ฆ่าไม่ตาย ชุบคนตายให้เป็นขึ้นมาได้ แล้วก็อ้างว่าเป็นเรื่อง เก่า ความแต่ชาติก่อนของคนผู้มีบุญ อย่างนี้มีโดยมาก ถ้าจะเป็นเรื่องราวคำรา บ้างก็เป็นตำราภาหลงนั้นมีมาก ตำราภาให้ฉลาดนั้นมีน้อย เรื่องราวเหล่านั้น อ่านยังคำ ไม่เป็นคุณไม่เป็นประโยชน์อันใดนักกลับชักให้หลงไปเสียอีก มา เห็นว่าคนบางจำพวกในประเทศนี้ จิตจางต่อศาสนาไมใคร่แสวงหาความจริง คนต่างประเทศเขามีความอุตสาหะสั่งสอนกัน ก็ชาวสยามนี้ก็เกียจสั่งสอนกัน ดู เป็นน่าอดสูแก่คนเหล่านั้น ข้าพเจ้ามีความปรารถนาจะให้คนที่ไม่รู้ในทาง ศาสนานั้นรู้ขึ้น จะไม่ต้องอดสูแก่ผู้ที่เขารู้นั้น”

“...ข้อศาสนาเล่าก็เป็นเรื่องใหญ่เพราะจะต้องนับถือไปจนวันตายจะเอาเป็นที่ พึ่งไปจนถึงโลกย์น่าว ศาสนาเล่าก็มีต่างๆ คนที่ถือศาสนาเล่าก็มีมาก คนถือศา สนาไหน ก็เข้าใจว่าศาสนาของตัวเอง ดีกว่าศาสนาอื่น ไม่คิดสืบเสาะว่าศาสนา ไหนจะดีจะแยบคายบ้าง ในตาก็มี หูก็มี ปัญญาก็มีด้วยกันทุกคน แต่เอาความ ถือศาสนาตามบิดามารดา ตามครูบาอาจารย์มาปิดตาปิดหู ปิดปัญญาของตัวเองเสีย ดูไม่ชอบเลย ถ้าลืมตาเปิดหูเที่ยวดูเที่ยวฟัง แล้วเอามาเทียบเคียงกัน บ้างนี่เป็นการดี ข้าพเจ้ามีความปรารถนาจะให้ท่านทั้งปวงที่สงสัยในพุทธ

ศาสนายูไนต์นั้น ลืมตาเปิดหูตกรองในทางศาสนา คำสั่งสอนของตัวที่
ถืออยู่ ฤาของผู้อื่นจะมีความวิเศษเป็นที่ไว้ใจแก่ตนอย่างไรบ้าง ถ้าเห็นดีแล้ว
จะได้ถือเอาเป็นที่พึ่งไปจนวันตาย จะไม่ได้นิยมการโลกย์ต่างๆ ที่ได้รับรู้ได้เห็น
ขึ้นทุกๆ ปี...” (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ 2508[2410]:172-73)

ความเห็นของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ข้างต้นนี้วิพากษ์วิจารณ์ว่า หนังสือตำราในสยามประเทศหาได้น้อย
ที่มีอยู่ก็เป็น “ตำราภาพหลง” และมีแต่เรื่อง “ประโลมโลกย์” ขาดความรู้ที่ทันสมัยโดยเฉพาะความรู้แบบวิทยา
ศาสตร์ตามแนวทางของมหาอำนาจตะวันตก กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ท่านต้องการให้ “หนังสือแสดงกิจจานุกิตย”
เป็นเครื่องชี้นำแสงสว่างทางปัญญาทั้งทางโลกและทางธรรมช่วยให้คนสยาม โดยเฉพาะเยาวชนและผู้ต้องการ
ศึกษาหาความรู้ไปให้พ้นจากความมั่งงายที่ตกทอดมาจากโลกทัศน์แบบดั้งเดิมหรือโลกทัศน์แบบไครภูมิ ขณะ
เดียวกันก็ใช้เป็นเครื่องมือใน “การสนทนา” กับความรู้และอารยธรรมตะวันตกที่สยามต้องเผชิญหน้าอยู่ในเวลา
นั้น ความคิดของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ในหนังสือเล่มนี้ตอกย้ำข้อสรุปของทวิศักดิ์ เสืออกสม (2541:253-313) ที่ว่า
ชนชั้นนำของสยามยอมรับความรู้ทางโลกย์โดยเฉพาะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของฝรั่งว่าเหนือกว่าสยาม แต่
ภูมิธรรมในพุทธศาสนานั้น สยามเหนือกว่าคริสต์ศาสนาหรือศาสนาธรรมอื่นๆ

นอกจากนั้น ชนชั้นนำสยามนับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมามักจะเน้นความสำคัญของอิสรภาพ
และเอกราชของชาติ ซึ่งเป็นผลมาจากอภัยภูมิตะวันตก แม้ว่าจะต้องเผชิญภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและ
การเมืองหลายครั้ง เช่น การเสียสิทธิสภาพนอกอาณาเขตหลังสนธิสัญญาเบาว์ริงและสนธิสัญญาในลักษณะ
เดียวกันในปี พ.ศ. 2398 หรือการเสียดินแดนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงและหัวเมืองเขมรให้แก่ฝรั่งเศส ในท่ามกลาง
การคุกคามของมหาอำนาจตะวันตกดังกล่าว ชนชั้นนำสยามเชื่อว่า ทางรอดที่สำคัญก็คือ จำเป็นต้องยกระดับ
และพัฒนาตัวเองทุกด้าน โดยเฉพาะการปรับปรุงโครงสร้างระบบบริหารราชการแผ่นดิน การพัฒนาทาง
เศรษฐกิจ การชุด การศึกษา และด้านอื่นๆ (cf. สมภพ มานะรังสรรค์ 2536; นครินทร์ เมฆไตรรัตน์ 2537)

คำอธิบายข้างต้นนี้เป็นเรื่องที่ค่อนข้างคุ้นเคยกันอยู่แล้วในวงการประวัติศาสตร์ไทย อย่างไรก็ตาม นัก
ประวัติศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านไทยศึกษาในวงวิชาการนานาชาติหลายคนกลับเห็นว่า สยามได้รับอิทธิพล
ของลัทธิอาณานิคมอย่างเต็มตัว แม้ว่าจะไม่ตกเป็นประเทศเมืองขึ้นโดยตรง สยามมีอิสระในการบริหารกิจการ
ภายในของตนเอง แต่ได้เสียเอกราชทางเศรษฐกิจ การเมือง และการสวาระหว่างประเทศ รวมทั้งมีฐานะพิเศษ
เป็นรัฐกึ่งชนระหว่างอังกฤษและฝรั่งเศสเท่านั้น ขณะเดียวกันสยามก็รับเอาวิธีคิดแบบอาณานิคม รวมทั้งแบบ
อย่างการจัดการอาณานิคมของมหาอำนาจตะวันตกมาใช้ในการนำพาประเทศไปสู่ความทันสมัย ยกตัวอย่างเช่น
ระบบการบริหารราชการแผ่นดินที่รวมเอาหัวเมืองและอาณาจักรต่างๆ ที่เคยเป็นอิสระและมีอัตลักษณ์ทางชาติ

พันธุ์และวัฒนธรรมของตนเองเข้าไว้ด้วยกันภายใต้การปกครองของสยามซึ่งมีอำนาจศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพฯ นักวิชาการบางท่านเรียกวิธีการบริหารจัดการดังกล่าวว่าเป็นรูปแบบ “การปกครองอาณานิคมภายใน” (internal colonization)

ภายใต้กระบวนการพัฒนาประเทศสู่ความทันสมัยนั้น เทคโนโลยีของอำนาจอย่างหนึ่งที่ชนชั้นผู้นำสยามใช้อย่างได้ผลในการยกระดับและพัฒนาตัวเองให้ทันสมัยและทัดเทียมกับนานาชาติอารยประเทศ โดยเฉพาะมาให้อำนาจอยุโรปก็น่าจะได้แก่ การผลิตข้าวทกรรมเกี่ยวกับอารยธรรมหรือความศิวิไลซ์ และวัฒนธรรมในเวลาต่อมา สำหรับผมแล้ว อารยธรรมหรือความศิวิไลซ์ เป็นวาทกรรมในการสถาปนารัฐชาติไทยที่ทรงพลังมากที่สุด ปฏิบัติการทางวาทกรรมดังกล่าวนี้ทำงานอย่างเข้มข้นมากที่สุดในปริบทของประเพณี ความเชื่อ รวมทั้งการสร้างมาตรฐานทางสังคมว่าด้วยเรื่อง “รสนิยม”

บทพระราชนิพนธ์เรื่อง “พระราชพิธีสิบสองเดือน” ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 (2538[2455]) อาจถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในความพยายามของกษัตริย์และชนชั้นนำของสยาม เพื่อจัดระบบและวางรากฐานทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีในราชสำนักในยุคหัวเลี้ยวหัวต่อของการเปลี่ยนแปลง พระราชพิธีต่างๆ ที่ทางราชสำนักสยามได้ยึดถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยาได้รับการชำระและวางแนวทางการประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องและเป็นระบบ บทพระราชนิพนธ์เล่มนี้อธิบายว่า การผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อในพระราชพิธีต่างๆ มีรากฐานที่มาจากไสยศาสตร์ในลัทธิพราหมณ์หรือฮินดูและพุทธศาสนา รวมทั้งคตินิยมอื่นๆ ตามยุคสมัย ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างมาตรฐานการแบ่งแยกระหว่างวัฒนธรรมราชสำนักหรือวัฒนธรรมหลวงกับวัฒนธรรมของชาวบ้านทั่วไปอย่างชัดเจน แม้ว่าพระราชพิธี 12 เดือนของทางราชสำนักจะใกล้เคียงกันมากกับประเพณี 12 เดือนของชาวบ้านในภูมิภาคต่างๆ ของสยามประเทศ เช่น ฮีต 12 ของอีสาน แต่แนวคิดจากบทพระราชนิพนธ์เล่มนี้เหมือนจะบอกว่า ของหลวงกับของชาวบ้านแตกต่างกัน ศักดิ์สิทธิ์ อลังการหรือขลังไม่เหมือนกัน รวมทั้งมีการชำระสะสางเพื่อจัดเรื่องลัทธิพิธีมรดกไว้เหตุผลทางไสยศาสตร์ออกไปจากวัฒนธรรมราชสำนัก หรืออย่างน้อยต้องมีคำอธิบายที่สมเหตุสมผลมารองรับ ทั้งนี้เพราะความมั่งงายในเรื่องผีสังเทวดาและความไม่มีเหตุผลเป็นสัญลักษณ์สำคัญของความไม่ศิวิไลซ์ ซึ่งชนชั้นนำของสยามต้องการที่จะผลักหนีไปให้ไกล

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2544) ได้นำเสนอว่า การที่จะยกระดับพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของประเทศนั้น ชนชั้นนำสยามผลิตและใช้ปฏิบัติการทางวาทกรรมของความศิวิไลซ์อย่าง

ต่อเนื่องในนามของ “รสนิยม” (taste) ซึ่งครอบคลุมวิถีชีวิตและแบบแผนพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นชีวิตที่ดีและได้รับการยอมรับ รวมทั้งเป็นชีวิตในอุดมคติของสังคมแต่ละยุค รสนิยมเป็นมโนทัศน์ที่ซับซ้อน แต่ทว่าชนชั้นผู้นำสยามในยุคแห่งความทันสมัยแบบราชาธิปไตยก็ได้แสดงให้เห็นว่า “การมีรสนิยม...เป็น ideal ใหม่ในการจัดลำดับและแบ่งกลุ่มทางสังคมที่แตกต่างไปจากระบบการจัดการลำดับแบบเดิมๆ เช่น การจัดลำดับตามยศฐาบรรดาศักดิ์ ชาติตระกูล หรือฐานะทางเศรษฐกิจ...” (หน้า 6) เป็นที่น่าสังเกตว่า รสนิยมที่วาทน์ ชนชั้นนำสยามทั้งในอดีตและปัจจุบันมักจะเน้นที่เรื่องของการบริโภคมากกว่าอย่างอื่น รสนิยมดีหรือรสนิยมอุดมคติในสังคมไทยนับตั้งแต่ต้นรัตนโกสินทร์เป็นต้นมา มักจะเป็นเรื่องของ การบริโภคสินค้าและบริการโดยยึดเอาอารยธรรมชาติดุโรป (ชาตินิยมอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของโลก เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นในเวลาต่อมา) เป็นแม่แบบมาโดยตลอด

2.3 อคติและความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมโดยรัฐไทย ธิดา สาระยา (2539:60-94) นำเสนอว่า ความรับรู้เกี่ยวกับอารยธรรมในสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมักจะมองเห็นว่า อารยธรรมเป็นเครื่องบ่งชี้ความเจริญ (อารยธรรมหรือ)วัฒนธรรมแสดงถึงความเป็นชาติ และอารยธรรมไทยในกระแสโลก ท่านชี้ให้เห็นว่า อารยธรรมไทยสัมพันธ์กับการรับอารยธรรมภายนอกไม่ว่าจะเป็นอารยธรรมอินเดีย จีน หรือชาติตะวันตก สังคมไทยได้ปรับตัวและเปลี่ยนแปลงมาหลายยุคหลายสมัย แต่เนื้อหาสำคัญประการหนึ่งที่เป็นหัวใจหลักของกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็คือ ชาติไทยและความเป็นไทยได้รับการนำเสนอโดยมีอารยธรรมหรือวัฒนธรรมเป็นฐานรากที่สำคัญอย่างเข้มข้นนับตั้งแต่สยามประเทศเริ่มรับความเจริญและวิทยาการจากประเทศตะวันตกอย่างเข้มข้นในสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา

เทคโนโลยีของอำนาจสำคัญที่รัฐไทยใช้ในการผลิตวาทกรรมอารยธรรม/ความศิวิไลซ์/วัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ก่อให้เกิดอคติและความคับแคบในแง่ของการแบ่งแยกระหว่างความเป็นไทยหรืออารยธรรมไทยกับสิ่งที่ไม่ใช่ น่าจะได้แก่ (1) การเขียนประวัติศาสตร์ชาติไทย (2) การปลูกฝังลัทธิชาตินิยม (3) การดัดแปลงถึงสำคัญของภาษาไทย และ(4) การปลูกฝังและอบรมสั่งสอนคุณลักษณะของ “คนไทย” ในอุดมคติ ผมนำเสนอว่า เครื่องมือหรือเทคโนโลยีของอำนาจทั้ง 4 ข้อนี้ได้หล่อหลอมให้วาทกรรมวัฒนธรรมไทยออกมาในลักษณะของค่านิยมที่ปรากฏในพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 ที่ระบุว่าวัฒนธรรม หมายถึง “...ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน...” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525, 2539:757)

กรมมหามณฑล (น.ม.ส.) ทรงบัญญัติศัพท์ “กุศุมรส” จากคำว่า “good taste” ในภาษาอังกฤษ ตรงข้ามกับคำว่า “สฤตรส” (bad taste) ดังที่ปรากฏในบทหรือทรงของทำนองหนึ่งว่า “...กุศุมรสพรตปฏิบัติในจิต ในทางจิตทางทำนุขี้อ สฤตรสปลดปล่อยจิตชก ให้ชูชกศึกษิตสโม

ข้อถกเถียงเกี่ยวกับความเป็นมาของบรรพบุรุษไทยและการเขียนประวัติศาสตร์ชาติไทยอาจจะไม่ให้เหตุผลโดยตรงที่ทำให้สังคมไทยเลือกใช้วัฒนธรรมในความหมายของความเจริญงอกงาม ขนบธรรมเนียมอันดีและศีลธรรมจรรยา แต่การเขียนและนำเสนอประวัติศาสตร์ชาติไทยโดยทางราชการได้สร้างสมความคิดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะบางอย่างของคนไทย ยกตัวอย่างเช่น สมเด็จพระยาตากษัตริย์ราชานุภาพทรงนำเสนอว่า “คนไทยรักสงบ ประสานประโยชน์และเกลียดวิหิงสกรรม” (อ้างอิง) คำกล่าวเช่นนี้แสดงว่าลักษณะอุปนิสัยหรือพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากนี้ย่อมแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นคนไทย หรือมีเป็นคนไทยน้อยลง ยิ่งต่างจากมาตรฐานอัตลักษณ์ที่วันนี้มากเท่าใดก็ยิ่งจะเป็นไทยน้อยลงไปด้วย

ขณะเดียวกัน การเขียนประวัติศาสตร์ชาติไทยก็เป็นเป้าหมายสำคัญของลัทธิชาตินิยมและรัฐนิยม โดยเฉพาะการสร้าง “ศัตรูแห่งชาติ” เช่น กลุ่มคนเชื้อสายจีน หรือพม่า และการสร้างอุดมการณ์หลักทางอุดมการณ์ชาตินิยม “ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์” โดยการเขียนแบบอุดมการณ์ชาติของอังกฤษในสมัยรัชกาลที่ 6 ในบทพระราชนิพนธ์เรื่อง “พระร่วง” พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงนำเสนออย่างชัดเจนว่า “...ชาติไทยของเราไม่ใช่ชาติใหม่ และไม่ใช่ชาติที่เป็นคนป่า หรือที่เรียกตามภาษาอังกฤษว่า “อินซิวไลซ์” ชาติไทยเราได้เจริญรุ่งเรืองมานานแล้ว เพราะฉะนั้นควรที่จะรู้สึกอภัยแก่ใจว่าในกาลปดจุบันนี้ อย่าว่าแต่จะสู้ผู้อื่น แม้แต่จะสู้คนที่เป็นคนโคตรเราเองก็ไม่ได้...” (ต้องหาอ้างอิงเพิ่มเติมและขยายความเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาตินิยมในสยาม)

ประวัติศาสตร์นิพนธ์กระแสหลักที่ผมมองเห็นว่ามีบทบาทสำคัญในการให้กำเนิดวัฒนธรรมชาติไทยสมัยใหม่นั้น ตรงกับที่ ธงชัย วินิจจะกูล (2544:56-65) เรียกว่า “ประวัติศาสตร์แบบราชาชาตินิยม” (royal-national history) ซึ่งเป็นแม่บทของประวัติศาสตร์ไทย (the master narrative of Thai history) หรืออุดมการณ์หลักทางประวัติศาสตร์ที่ครอบงำสังคมไทยสมัยใหม่ โครงเรื่องสำคัญของประวัติศาสตร์ดังกล่าวนี้จะเน้นเรื่องการต่อสู้เพื่อเอกราชที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าในยุคต่างๆ ได้แก่ “สมเด็จพระยาตากษัตริย์ราชานุภาพเน้นการเสียกรุงศรีอยุธยา 2 ครั้ง สมัยรัชกาลที่ 6 เพิ่มเรื่องสุโขทัย พระร่วงต่อสู้ขอมเข้าไป ต่อมาผู้เพิ่มเรื่องน่านเจ้าเป็นไทย แต่ถูกจีนคุกคามจนต้องอพยพลงได้ [เช่น ในหนังสือ “หลักไทย” ของขุนวิจิตรมาตรา (สง่า กาญจนาคพันธุ์)] หลวงวิจิตรวาทการอาศัยโครงเรื่องเดียวกันนี้เองเพิ่มเรื่องราววีรบุรุษ วีรสตรีที่เป็นขุนพลขุนศึกอีกหลายคน บางจังหวัด บางท้องถิ่น ขอเพิ่มวีรบุรุษ วีรสตรีของท้องถิ่นเขาดำโครงเรื่องเดียวกัน เพิ่มเข้าไปในประวัติศาสตร์แห่งชาติ” (เรื่องเดียวกัน, หน้า 57) ในข้อเขียนชิ้นนี้ ธงชัยได้แสดงให้เห็นด้วยว่า ปัจจัยที่เสริมให้ประวัติศาสตร์แบบราชาชาตินิยมมีอิทธิพลและมีพลังอำนาจในการครอบงำการรับรู้เกี่ยวกับอดีตของสยามประเทศมาจนนั้น ประกอบด้วย การใช้ภาษาในการเล่าเรื่องแบบสมัยใหม่ (modern narrative prose) การไขว่คว้าหาความดี วิไลซ์ เพราะชนชั้นนำสยามไม่มีทางยอมให้ถูกหาว่าล้าหลัง ป่าเถื่อน และใช้วิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 เป็นรากฐานในการกำหนดความรู้ต่ออดีต ซึ่งกลายมาเป็นรากฐานความรู้ประวัติศาสตร์ไทยมาจนถึงปัจจุบัน (เรื่องเดียวกัน, หน้า 58)

นอกจากนี้ การผลิตนิยามในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยแม่บทโดยชนชั้นนำและรัฐไทยได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับภาษาไทย กล่าวคือ ในสายตาของชนชั้นนำและรัฐไทย ภาษาไทยเป็นเครื่องบ่งบอกถึงอารยธรรมไทย ชาติไทย และความเป็นไทยที่ชัดเจนที่สุด ภาษาไทยเป็นมรดกและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติที่น่าภาคภูมิใจ โดยเฉพาะการตอกย้ำในสิ่งที่บรรดาปราชญ์ทางภาษาไทยหลายท่านเรียกว่า “อัจฉริยภาพของภาษาไทย” กล่าวเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทย นักปราชญ์และราชบัณฑิตยสถานนับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมาเริ่มคิดค้นและบัญญัติศัพท์ในภาษาไทยที่สอดคล้องกับคำว่า “culture” ในภาษาอังกฤษ บุคคลที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการให้กำเนิดคำว่า “วัฒนธรรม” ในภาษาไทยได้แก่ พลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปกประพันธ์ ในข้อเขียนเรื่อง “ข้อควรคิดในภาษาไทย” ท่านได้อธิบายลักษณะที่เป็นอัจฉริยะของภาษาไทย รวมทั้งกลวิธีเฉพาะที่ช่วยให้ท่านบัญญัติศัพท์จากภาษาต่างประเทศให้เป็นภาษาไทย แล้วสังคมไทยยอมรับอย่างน่าสนใจ ในส่วนของการบัญญัติศัพท์ “วัฒนธรรม” ท่านทรงชี้ให้เห็นว่า “...ความกระเพื่องหรือจังหวะของเสียงตามพยางค์ของคำก็มีความสำคัญมาก ถ้าจังหวะไม่เข้ากับเสียงในภาษาไทย ถึงแม้ว่าความหมายจะเป็นการถูกต้องแล้ว คำนั้นก็ยังไม่ดี เมื่อแรกคิดศัพท์ ข้าพเจ้าไม่ได้นึกถึงข้อนี้ ฉะนั้นสำหรับคำว่า culture ข้าพเจ้าจึงได้นำใช้คำว่า พฤทธิธรรม ตามรูปสันสกฤต ข้าพเจ้าเองก็รู้สึกว่ามันยังหนักๆ อยู่ ยังไม่เป็นที่พอใจ คนอื่นที่ใช้ตามก็ยังไม่เป็นที่พอใจ ครั้นวันหนึ่งข้าพเจ้าเขียนบทนาให้หนังสือพิมพ์ “ประชาชาติ” คำว่า วัฒนธรรม ก็ดลใจมาเอง และข้าพเจ้าก็รู้สึกทันทีว่าคำนั้นจะดี เพราะจังหวะเสียงในภาษาไทยสนิทดี เหมาะสมกับอัจฉริยลักษณะแห่งภาษาไทย” (พลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปกประพันธ์ 2537-2538:5 [2502])

ส่วนความคิดหลักที่ว่าภาษาไทย โดยเฉพาะการใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และมีศิลปะทั้งภาษาพูดและภาษาเขียนนั้น เป็นหัวใจหลักของวัฒนธรรมไทยได้ปรากฏให้เห็นในผลงานของปัญญาชน นักวิชาการ และนักปราชญ์ราชบัณฑิตคนสำคัญหลังสมัยรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมาหลายท่าน เช่น พระยาอนุমানราชชน หลวงวิจิตรวาทการ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นต้น ความคิดที่เชื่อมโยงภาษาไทยกับวัฒนธรรมดังกล่าวนี้อาจสะท้อนจากข้อเขียนตอนหนึ่งของภาวาส บุญนาค ปรมาจารย์ด้านภาษาไทยคนสำคัญที่ว่า “คำพูดที่ชัดเจนเต็มคำเป็นคำของผู้ได้รับการศึกษาอบรมมาดี มีวัฒนธรรมทางภาษา คำพูดที่ผิดๆ สั้นๆ ลวกๆ เป็นคำของคนด้อยการศึกษาและไม่มีวัฒนธรรม” (ภาวาส บุญนาค 2537-2538:17--ตัวเอียงในต้นฉบับ)

กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักที่ผลิตโดยชนชั้นนำและรัฐไทยไม่ได้ต้องการเพียงแค่สร้างองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ การปลูกฝังลัทธิชาตินิยม และการตอกย้ำความเป็นไทยผ่านการใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง หากยังต้องการปลูกฝัง อบรมขัดเกลา และสร้าง “ลักษณะที่พึงปรารถนาของคนไทย” ให้เกิดขึ้นในแบบแผนพฤติกรรม จรรยาบรรณและความประพฤติปฏิบัติของคนไทย โดยเฉพาะในหมู่เยาวชนอย่างเข้มข้น กระบวนการปลูกฝังคุณสมบัติของคนไทยผู้ได้ชื่อว่ามีความวัฒนธรรมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น รัชกาลที่ 6 ให้กำเนิด

คณะเสื่อป่า ม.ล. เปีย มาลากุลแต่งหนังสือเรียนเรื่อง “สมบัติของผู้ดี” พลตรี พระยาอนุภาพไตรภพ (จรัส เทพ ถัสดิน ณ อุรุยา) แต่งหนังสือเรื่อง “การสมาคม” ในปี พ.ศ. 2477 และรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ประกาศใช้พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 รวมทั้งประกาศรฐนิยมฉบับต่างๆ ในเวลาต่อมา

การปลูกฝังกระบวนทัศน์วัฒนธรรมที่กล่าวมานี้ เมื่อพิจารณาควบคู่กับความพยายามของรัฐบาลไทย โดยเฉพาะหลังทศวรรษ 2520 เป็นต้นมาในการเสริมสร้างเอกลักษณ์แห่งชาติ การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นบ้าน การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นภูมิปัญญาพื้นบ้าน ฯลฯ น่าจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เราเข้าใจได้ว่าทำไมสังคมไทยจึงให้ความสำคัญ คำนิยาม และใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมเฉพาะด้านบวกหรือสร้างสรรค์ สอดคล้องกับอุดมการณ์ทางการเมืองของชนชั้นผู้นำ อุดมการณ์ของทางราชการ และการปฏิเสธความแตกต่างหลากหลายของวิถีชีวิต โดยเฉพาะในส่วนที่ไม่สอดคล้องกับอุดมการณ์หลักข้างต้น

2.4 ความคับแคบของขบวนการวัฒนธรรมประชาชน โหมน้ำใหม่ของสงครามแย่งชิงพื้นที่และการนิยามความหมาย “วัฒนธรรม” ทวีความเข้มข้นมากขึ้นโดยเฉพาะในแวดวงปัญญาชนหัวก้าวหน้า นักคิด นักเขียน และนักกิจกรรมทางการเมืองของสยามประเทศ ตัวอย่างบุคคลสำคัญที่มีส่วนต่อสู่และผลักดันวัฒนธรรมฝ่ายประชาชนมักปรากฏให้เห็นในนามของวรรณกรรมเพื่อชีวิต ศิลปะเพื่อชีวิต และงานของนักวิชาการทางสังคมศาสตร์และปราชญ์พื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ผลงานของศรีบูรพา จิตร ภูมิศักดิ์ ศรีศักร วัลลิโภดม สุจิตต์-ปราณี วงษ์เทศ ธิดา สาระยา เอกวิทย์ ณ ถลาง สุทธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ สมหมาย เปรมจิตต์ ปรีชา พิณทอง จารุวรรณ ธรรมวัตร ฯลฯ กระแสการต่อสู้ทางวัฒนธรรมแนวนี้มีเส้นทางยาวนานและซับซ้อนควบคู่กับการต่อสู้ทางการเมืองของฝ่ายปัญญาชนและประชาชนภายใต้ระบอบเผด็จการทหารนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ปรากฏของความหวังและความเปราะบางของการศึกษาวัฒนธรรมประชาชนเริ่มต้นอย่างจริงจังหลังชัยชนะของขบวนการนักศึกษาและประชาชนในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2516 แต่ขยายตัวอย่างกว้างขวางในทศวรรษที่ 2530-2540 ที่ผ่านมานี้เอง

ผมเรียกกระแสวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ว่าเป็น “ธารกระแสวัฒนธรรมประชาชนและวัฒนธรรมพื้นบ้าน” ซึ่งมีลักษณะสำคัญหลายประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก “ธารกระแสวัฒนธรรมประชาชนและวัฒนธรรมพื้นบ้าน” ต้องการที่จะสร้างวาทกรรมวัฒนธรรมทางเลือกเพื่อตอบโต้วาทกรรมอารยธรรม ความศิวิไลซ์ และวัฒนธรรมที่ผลิตโดยชนชั้นผู้นำและรัฐ เป็นการใช่วัฒนธรรมนำหน้าการต่อสู้อุดมการณ์ทางการเมืองและการเรียกร้องความสำคัญของท้องถิ่นนิยมหรือภูมิภาคนิยม ซึ่งถูกครอบงำและควบคุมโดยรัฐและหน่วยงานราชการจากส่วนกลางที่กรุงเทพมหานครอย่างเคร่งครัด นับตั้งแต่การปฏิรูปหัวเมืองในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา

ประการที่สอง ต้องการนำเสนอวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคนยากคนจน คนธรรมดาสามัญ และผู้เสียเปรียบในสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น วัฒนธรรมข้างต้นนี้มักจะถูกมองข้ามหรือไม่ได้

รับการยอมรับในสายตาของชนชั้นผู้นำและรัฐ ประชาชนหรือคนธรรมดาสามัญก็มีวัฒนธรรมเช่นกัน ในข้อเขียนชิ้นอื่นของผม (พัฒนา กิตติอาษา 2544) ผมเรียกกระแสนี้ว่า “กระแสท้องถิ่นนิยม” (localism) แต่ในกรณีนี้จะยึดเอาคำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำหลักของการวิเคราะห์ จึงกลายมาเป็น “กระแสวัฒนธรรมท้องถิ่นนิยม”

ประการที่สาม กระแสวัฒนธรรมประชาชนได้รับการยอมรับจากทั้งหน่วยงานทางราชการ สถาบันการศึกษา องค์การพัฒนาเอกชน รวมทั้งปราชญ์หรือปัญญาชนในท้องถิ่นทั่วไปประเทศ โดยเฉพาะตั้งแต่ทศวรรษที่ 2530 เป็นต้นมา แต่เป็นที่น่าสนใจว่า นิยามวัฒนธรรมยังคงเน้นคุณค่าและสิ่งดีงามที่ปรากฏในขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปกรรม พิธีกรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นคล้ายคลึงกับนิยามวัฒนธรรมกระแสหลักของชนชั้นผู้นำและรัฐไทย กล่าวคือ เน้นคุณค่าและวิถีชีวิตด้านบวกบางอย่างที่เหมาะสมและควรค่าแก่การยกย่อง ส่งเสริม อนุรักษ์ สืบสาน พัฒนา และนำไปประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการเมืองการปกครองได้ (โปรดดู สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2532; เพ็ญศรี ดึกและคณะ 2539)

ประการที่สุดท้าย กระแสวัฒนธรรมประชาชนได้สร้างความหลากหลายและขยายตัวมากขึ้น จนในที่สุดได้ถูกหลอมรวมเข้าเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของวาทกรรมวัฒนธรรมกระแสหลักไป แม้ว่าหลายส่วนของวัฒนธรรมประชาชนจะเริ่มต้นด้วยการต่อต้านการครอบงำทางวัฒนธรรมของรัฐและหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในท้องถิ่นและสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ แต่ตัวแทนของรัฐและลัทธิทุนนิยมบริโภคนิยมก็ได้แสดงพลังที่เหนือกว่าในการหลอมรวมกับวัฒนธรรมประชาชน หรือริบเอาจิตวิญญาณของวัฒนธรรมประชาชนไปในนามของการอนุรักษ์ การสืบสาน การพัฒนา การส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น สุริยา สมุทคุปต์และคณะ (2543) วิเคราะห์การเมืองวัฒนธรรมในบุญพะเหวด หรือประเพณีเทศน์มหาชาติของจังหวัดร้อยเอ็ดแล้วพบว่า ประเพณีพื้นบ้านกำลังถูกนักการเมืองและข้าราชการทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นริบเอาไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง เศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการผลิตซ้ำอุดมการณ์ทางการเมืองของรัฐอย่างชัดเจน แนวโน้มการเมืองวัฒนธรรมดังกล่าวนี้สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในปริภูมิของการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นทั่วประเทศ เช่น ประเพณีผีตาโขนที่ด่านซ้าย จังหวัดเลย ประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีบั้งไฟ จังหวัดยโสธร เทศกาลกินเจ จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

กระแสวัฒนธรรมประชาชนและวัฒนธรรมพื้นบ้านมีพลังอย่างมากในการนำเสนอทางเลือกและวิพากษ์วิจารณ์ข้อจำกัดของวัฒนธรรมกระแสหลักในช่วง 30-40 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม กระแสวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะในส่วนที่ถูกครอบงำและนำเสนอโดยหน่วยงานของรัฐและบริษัทธุรกิจเอกชน มักจะเลียงอคติและความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมกระแสหลักไปไม่พ้น กล่าวคือ วัฒนธรรมยังคงถูกนิยามและนำมาใช้ในความหมายของอารยธรรม วัฒนธรรมกลายมาเป็นเรื่องของคุณค่าและสิ่งที่ดีงามเท่านั้น วัฒนธรรมส่วนใหญ่เป็นเรื่องของอดีตและความเก่าแก่ที่หยุดนิ่ง เส้นแบ่งทางอุดมการณ์ของวัฒนธรรมพื้นบ้านและวัฒนธรรมส่วนกลางเริ่มพร่าเลือน ทุกสิ่งทุกอย่างที่เก่าแก่ มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ นำมาวางขายในท้องตลาดและมีศักยภาพ

ภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ สิ่งนั้นคือวัฒนธรรม ผมคิดว่า วิธีคิดและวิธีการให้ความหมายเช่นนี้ยิ่งตอกย้ำความคับแคบและอคติที่เกิดขึ้นและกำลังเป็นอยู่ในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักมากยิ่งขึ้น ในที่สุดกระแสวัฒนธรรมประชาชนก็ไม่อาจต้านทานพลังการรุกรานของอุดมการณ์ทางการเมืองของรัฐบาลทหารไทย และพลังการครอบงำของทุนนิยมบริโภคนิยมและกระแสโลกาภิวัตน์ เราไม่อาจจะวิเคราะห์หรือทำความเข้าใจวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบโคดเคียวแยกขาดจากกระแสโลกได้อีกต่อไป ยกตัวอย่าง เช่น การใช้คำว่า “วัฒนธรรมไทย” “ภูมิปัญญา” และ “ที่สุดในโลก” ในการโฆษณาสินค้าและบริการ หรือประชาสัมพันธ์ประเพณีในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2540 โฆษณาชิ้นหนึ่งของบริษัทยูโนแคล ไทยแลนด์จำกัดใช้ข้อความที่ว่า “อย่าให้หยาดเหงื่อและฝีมือบรรพบุรุษไทยต้องสูญสิ้นไปกับกาลเวลา ช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีนี้ไว้เสียแต่วันนี้ UNOCAL ภูมิใจในวัฒนธรรมไทย”^๖

ผมได้คัดเลือกเอาแง่คิดจากข้อเขียนของนักคิดและนักวิชาการ 3 ท่าน ที่ผมเห็นว่าสะท้อนถึงการวิพากษ์วิจารณ์ความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักได้อย่างถึงแก่น ข้อเขียนที่ว่านั้นประกอบด้วยความเห็นต่อการนิยามวัฒนธรรมกระแสหลักของเอกวิทย์ ณ ถลาง ที่ว่า “งานวัฒนธรรมเป็นงานที่คนส่วนใหญ่ในประเทศไม่ค่อยเข้าใจ และชอบเอา ‘ศิลปะ’ มาปนกับ ‘วัฒนธรรม’ รวมทั้งเชิดชูความเป็นไทยอย่างฉาบฉวยเพื่อมุ่งหวังอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยเป็นสำคัญ แท้ที่จริงผมได้รู้แจ่มแจ้งเมื่อลงมือทำงานว่างานวัฒนธรรมเป็นงานที่เกี่ยวกับชีวิตจิตใจ วิธีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งสิ้นทั้งปวงของคน ศิลปะและเรื่อง ‘เกิดเหิง’ ทั้งหลายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเท่านั้น” (เอกวิทย์ ณ ถลาง 2545:55) ส่วนศรีศักร วัลลิโภดมก็ได้ให้คำอธิบายอย่างชัดเจนว่า ศิลปะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม เพราะวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตของคนที่อยู่รวมกัน ในสังคม เราควรจะเรียกรวมวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนว่า “ชีวิตวัฒนธรรม” “...ชีวิตวัฒนธรรมนี้มิใช่พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง จำเป็นต้องพัฒนาเพื่อความหมายต่อสังคมและเพื่อให้มนุษย์รู้จักความเป็นมนุษย์ ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน สังสรรค์กัน ดำเนินชีวิตให้อยู่รอดร่วมกัน...” (อ้างใน ธีรฯ สารฯ 2539:91)

ส. ศิวรักษ์เป็นนักคิดและปัญญาชนอีกท่านหนึ่งที่วิพากษ์หรือ “ลอกกรอบ” วัฒนธรรมไทยร่วมสมัยได้อย่างถึงแก่นแกนและลึกลงไปถึงจิตวิญญาณ ท่านนำเสนอว่า “...วัฒนธรรมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ผมบอกแล้วไง วัฒนธรรมขุนแผนเลวร้ายมาก แต่เรามาสรางพระขุนแผน อันนี้ไม่ใช่ของดี...เราต้องเปลี่ยนครับ พวกเราผู้ชายเอาเปรียบผู้หญิงมานาน... พวกเราที่เป็นคนชั้นกลางเอาเปรียบคนชั้นล่างมานาน... เราต้องเปลี่ยนอันนี้ เปลี่ยนจากวัฒนธรรมมาหาพุทธธรรมครับ ไม่ใช่เปลี่ยนพุทธธรรมไปหาวัฒนธรรม...” (ส. ศิวรักษ์ 2544:185)

สองท่านแรกได้ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมเกินความกว้างและลึกกว่าศิลปะ เช่นเดียวกับคำอธิบายของ Willis (1997:206) ที่ระบุว่าวัฒนธรรมแตกต่างจากศิลปะอย่างชัดเจนตรงที่วัฒนธรรมรวมเอาทุกสิ่งทุกอย่างเข้า

^๖ ศิลปวัฒนธรรม, 19, 2 (ธันวาคม 2540): 38.

ไว้กับตัว ส่วนศิลปะแยกแยะ คัดสรร และคัดเลือกกว่าอะไรเป็นหรือไม่เป็นศิลปะ (Where arts exclude, culture includes.) ส่วนท่านสุดท้าย (ส. ศิวรักษ์) ได้ชี้ให้เห็นถึงพิษภัยและความคับแคบของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักอย่างชัดเจน ในตอนท้ายท่านได้ต่อยอดถึงคุณค่าของพุทธธรรมที่แท้จริง ซึ่งท่านเห็นว่าเป็นหนทางหนึ่งที่จะเยียวยาการป่วยไข้ที่เกิดจากอคติและความคับแคบของวัฒนธรรมไทยบางด้านได้ ท่านชี้ให้เห็นด้วยว่ากระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักไม่เพียงแต่แฝงไว้ด้วยอคติและความคับแคบ หากยังเป็นวาทกรรมที่สนับสนุนการใช้อำนาจของชนชั้นนำและกลุ่มคนที่ได้เปรียบในสังคมในการกดบังคับและเอารัดเอาเปรียบคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมอีกด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว อคติและความคับแคบในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก โดยหน่วยงานราชการ สื่อมวลชนและสาธารณชนทั่วไปนั้น อาจพิจารณาได้จากการนิยามวัฒนธรรมว่า เป็นสิ่งดีงาม ความเจริญงอกงาม สืบทอดมาจนเป็นประเพณี ที่สำคัญวัฒนธรรมมักจะถูกรองในลักษณะที่แยกขาดจากชีวิตธรรมดาสามัญ วิธีชีวิตคนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลกทั้งหลายไม่ได้ถูกนับรวมให้อยู่ในความหมายของวัฒนธรรม เช่น การกิน การนอนหลับพักผ่อน การสืบพันธุ์ การจับจ่ายของเสีย การบริโภค การผลิตและกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตประจำวันไม่ถูกนับรวมเข้าเป็นวัฒนธรรม หน่วยงานราชการไทยมักจะคุ้นกับวัฒนธรรมในความหมายของประเพณี สังคมหรือชุมชนทั่วไปจึงมีวัฒนธรรมได้เพียงปีละครั้ง หรือวิถีชีวิตถูกนำมารวมกันเข้าเป็นวัฒนธรรมแบบแยกส่วน แยกขาดจากความเป็นจริง ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริง “วัฒนธรรมเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญ” (Williams 1997:6) วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับชีวิตและสังคม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่วกับชีวิตประจำวันและกิจกรรมทางโลกิยะ ไม่แพ้เรื่องทางโลกุตระและสิ่งดีงามที่ศักดิ์สิทธิ์สูงส่ง อคติและความคับแคบดังกล่าวนี้มีความซับซ้อนอยู่ในตัวเอง มีที่มาที่ไปและเหตุปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ในที่นี้ผมเลือกนำเสนอ 4 ข้อสำคัญ ได้แก่ การรับมรดกความคับแคบของคำว่าอารยธรรมในนามของความศิวิไลซ์ วิธีคิดแบบอาณานิคมของชนชั้นผู้นำสยามและรัฐไทย การสร้างกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักเพื่อใช้เป็นอุดมการณ์ทางการเมืองของรัฐราชการไทย และขีดจำกัดของกระแสวัฒนธรรมประชาชนหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีต่อกระแสโลกยุคบริโภคนิยมและยุคโลกาภิวัตน์

ผลกระทบที่เกิดจากอคติและความคับแคบที่ฉกาจฉกรรจ์มากที่สุดในการบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักก็คือ การปฏิเสธหรือลดทอนคุณค่าวัฒนธรรมสมัยนิยมของคนหนุ่มสาวในแต่ละยุคแต่ละสมัย ทั้งๆ ที่คนหนุ่มสาวเป็นสมาชิกกลุ่มใหญ่ในสังคม ทั้งๆ ที่วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นปริณชาลวัฒนธรรมสาธารณะที่คลึกคลั่ง ตื่นเต้น มีชีวิตชีวา และเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเข้มข้นที่สุด และที่สำคัญวัฒนธรรมสมัยนิยมไม่เคยตายเกิดขึ้น เปลี่ยนไป แตกดับแต่คงอยู่และสืบทอดกันเรื่อยมาผ่านคนรุ่นแล้วรุ่นเล่า ไม่แพ้กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักเช่นกัน

บทที่ 3

ทำไมต้องวัฒนธรรมสมัยนิยม

จากอคติ ความคับแคบ และขีดจำกัดของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก ผมพยายามจะชี้ให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้ว ในปริบทเขตทางวัฒนธรรมของสังคมไทยนั้น กระแสวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญมากไม่แพ้ขนบธรรมเนียมประเพณีหรือความเจริญงอกงามด้วยธรรมเนียมอันดี ได้แก่ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” (popular culture) เพราะว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมครอบคลุมปริบทหลักที่สำคัญที่สุดของชีวิตและสังคมมนุษย์ นั่นคือ ชีวิตประจำวัน ในปริบทดังกล่าว มนุษย์ประกอบกิจกรรมทางโลกอย่างเข้มข้นตามครรลองและยถาวิถี โดยเฉพาะในกระบวนการผลิตและบริโภคที่หล่อเลี้ยงชีวิตของตนเองและชุมชน ขณะเดียวกันวัฒนธรรมสมัยนิยมก็เป็นเรื่องของคนหนุ่มสาวที่มีวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและเกี่ยวข้องกับกระแสนิยมต่างๆ ในสังคมอย่างใกล้ชิดอยู่ตลอดเวลา เช่น แฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องสำอาง ความนิยมโทรศัพท์มือถือ เพลงยอดนิยม กีฬาชื่อดัง ภาพยนตร์ยอดนิยม รายการโทรทัศน์หรือวิทยุยอดนิยม ฯลฯ ผมไม่คิดว่าเราจะทำความเข้าใจกระแสสมัยนิยมเหล่านี้ได้เลย หากเราไม่พิจารณาปรากฏการณ์ทางสังคมเหล่านี้ตามแนวทางของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก

แม้ว่าในทศวรรษ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” หรือ “วัฒนธรรมประชานิยม” (popular culture) จะได้รับการกล่าวถึงมานานในวงวิชาการทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นานาชาติ แต่ความสนใจในการประยุกต์ใช้โมเดลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมในวงวิชาการมานุษยวิทยายังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ที่เพิ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในราวทศวรรษที่ 1960-1970 เป็นต้นมา

3.1 วัฒนธรรมศึกษา วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นโมเดลหลักและหน่วยในการวิเคราะห์หลักของกลุ่มนักวิชาการในสาขาวิชาใหม่ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมศึกษา” (cultural studies) ซึ่งมีลักษณะเป็นสหวิทยาการทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยนักวิชาการสาขาต่างๆ เช่น วรรณคดีวิจารณ์ ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์และวรรณคดีตะวันตก ประวัติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา วารสารศาสตร์และสื่อมวลชน นิเทศศาสตร์ ฯลฯ นักวิชาการในกลุ่มนี้มองเห็นว่า งานศึกษาวัฒนธรรมที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นกรรมสิทธิ์ของนักมานุษยวิทยานั้น ไม่จำเป็นต้องถูกจำกัดหรือผูกขาดศึกษาโดยนักวิชาการสาขาใดสาขาหนึ่งอีกต่อไป ทั้งนี้เพราะ โดยตัวของมันเอง วัฒนธรรมมีขอบเขตและความหมายครอบคลุมหลายสาขาวิชา มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับแทบทุกแง่มุมของชีวิตและสังคมมนุษย์ในช่วงเวลาต่างๆ ในประวัติศาสตร์ นักวิชาการสายสกุลวัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสนใจเป็นพิเศษกับปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมในปริบทที่เรียกว่า “พื้นที่สาธารณะ” (public culture) ดังนั้น การศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัยจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น วรรณคดี กฎหมายหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี หรือข้อมูลจากการศึกษาภาคสนามทางมานุษยวิทยา ควรที่จะได้รับการวิเคราะห์โดยความร่วมมือ

และการแลกเปลี่ยนแง่คิด มุมมอง และประสบการณ์ทางวิชาการจากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขาวิชามากขึ้นและกว้างขวางขึ้น

กลุ่มนักวิชาการที่ให้งำเนิดสาขาวิชาใหม่ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมศึกษา” จำนวนมากเกิดขึ้นในภาควิชาภาษาอังกฤษและวรรณคดีวิจารณ์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลียและประเทศต่างๆ ในภาคพื้นทวีปของยุโรป นักวิชาการคนสำคัญในสาขาวิชาดังกล่าว ได้แก่ Tony Bennett, Stuart Hall, John Fiske, Edward Said, และ Raymond Williams สำนักหรือสถาบันการศึกษาที่ได้ชื่อว่าเป็นผู้ให้งำเนิดแนวการศึกษาและทฤษฎีสำคัญที่สุดในแวดวงวัฒนธรรมศึกษา ได้แก่ Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham ประเทศอังกฤษ ซึ่งก่อตั้งมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1964 แนวการศึกษาของสำนักดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในนามของ “วัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ” (British Cultural Studies) (โปรดดูรายละเอียดเกี่ยวกับความเป็นมาและเนื้อหาพรมของวิชาวัฒนธรรมศึกษา รวมทั้งผลงานของนักคิดคนสำคัญในข้อเขียนของ Gray and McGuigan 1997; Miller and McHoul 1998; Nelson, Treichler and Grossberg 1992:1-16; Storey 1993; ในข้อเขียนภาษาไทยโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ 2544:264-312; ภัทร ดำนอุดตรา 2541:351-63; วสันต์ ปัญญาแก้ว 2543:11-30; และวิริยะ สว่างโชติ 2542:268-300; สุทธาริน อุณผล 2541:167-214)

นักวิชาการในสายสกุลวัฒนธรรมศึกษามองเห็นตรงกันว่า การศึกษาวัฒนธรรมในบริบทของโลกสมัยใหม่ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายไว้เพื่อบันทึกเรื่องราวหรือวังของที่กำลังเลือนหายไปกับกาลเวลา เหมือนกับที่นักมานุษยวิทยาในยุคเริ่มแรกได้เคยคิดและปฏิบัติสืบต่อกันมา วัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ควรจะได้รับการพิจารณาในฐานะที่เป็น “เวที” หรือ “พื้นที่/ปริภูมิ” ที่ปฏิบัติการของอำนาจและวาทกรรมโดยมีชนชั้นนำ ชนชั้นกลาง รวมทั้งผู้คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมเป็นผู้เล่นผู้แสดงที่สำคัญในการสร้าง ต่อรอง ช่างชิงหรือผลิตซ้ำวัฒนธรรมเฉพาะหรือวัฒนธรรมร่วมอยู่ตลอดเวลา เนื้อหาของวัฒนธรรมไม่ได้หมายถึงแบบแผนของวิถีชีวิตที่ครั้งหนึ่งนักวิชาการและสมาชิกในสังคมยึดถือร่วมกันอย่างตายตัวหรือสืบทอดจนเป็นประเพณีอย่างไม่ขาดสายอีกต่อไป ในโลกสมัยใหม่ วัฒนธรรมเป็นผลผลิตของสื่อมวลชนและเป็นสินค้าในระบบทุนนิยมที่ได้รับการผลิตคิดค้น นำเสนอ และเผยแพร่ในสังคมหนึ่งเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและอุดมการณ์ทางการเมืองของคนเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ วัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ยังเป็นผลผลิตของกระบวนการครอบโลกที่เรียกว่า “โลกาภิวัตน์” (globalization) ซึ่งข่าวสารข้อมูล อุดมการณ์ความคิด เทคโนโลยี เงินทุน หรือประชากรโลกต่างก็ติดต่อกัน สื่อสารและมีอิทธิพลต่อกันและกันข้ามพรมแดนรัฐชาติและข้ามพรมแดนวัฒนธรรมในความหมายดั้งเดิมอย่างใกล้ชิด วัฒนธรรมในความหมายใหม่นี้เองที่นักวิชาการสายสกุลวัฒนธรรมศึกษาเรียกอย่างกว้างๆ ว่า “วัฒนธรรมประชานิยม” หรือ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” ที่สำคัญ กำเนิดและกระแสน้ำแรงของวัฒนธรรมศึกษา รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม นับว่าเป็นรูปธรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์เอาเมโทดส์และกรอบแนวคิดทางทฤษฎีในสายสกุลหลังทันสมัยนิยม (postmodernism)

และหลังโครงสร้างนิยม (poststructuralism) มาใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมในโลกยุคหลังสงครามเย็นและยุคข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์

การตีพิมพ์หนังสือเล่มสำคัญต่อไปนี้ “Cultural Studies” (Grossberg et. al 1992); “Studying Culture: An Introductory Reader” (Gray and McGuigan 1997); “Popular Culture and Everyday Life” (Miller and McHoul 1998); และ “Popular Culture: Production and Consumption” (Harrington and Bielby 2001); “Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture” (Hartley 1996); และ “Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies” (Mukerji and Schudson 1991) นับได้ว่าเป็นตัวอย่างผลงานที่บ่งบอกถึงความตื่นตัวของวงวิชาการโลกในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 และต้นศตวรรษที่ 21 ในการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างลึกซึ้งและมีวิวิธชีว หลักสูตรของมหาวิทยาลัยในประเทศยุโรปตะวันตกและอเมริกาเหนือหลายแห่งได้เพิ่มรายวิชาเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษา และวัฒนธรรมสมัยนิยมเข้าไป หลายแห่งได้เกิดภาควิชาหรือสถาบันวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษา วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมบริโภคนิยม หรือวัฒนธรรมการสื่อสารมวลชน ฯลฯ อย่างเป็นระบบ

กล่าวโดยรวมแล้ว เนื้อหาของสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษาให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาทางวิชาการอย่างน้อย 6 ประการ ได้แก่

ประการแรก วัฒนธรรมศึกษาเป็นปฏิบัติการทางอุดมการณ์และการเมือง ใครเป็นคนลงมือศึกษาวิจัยศึกษาเพื่ออะไรและทำไม เท่าที่ผ่านมาประวัติศาสตร์ของการศึกษาวัฒนธรรมมักจะกระทำโดยปัญญาชนและนักวิชาการที่เป็นสมาชิกของชนชั้นนำหรือชนชั้นผู้ปกครองภายใต้ลัทธิอาณานิคมเดิม เป้าหมายของการศึกษาวัฒนธรรมส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อเป้าหมายทางการเมือง การปกครองและเศรษฐกิจการเมืองของชนชั้น

ประการที่สอง วัฒนธรรมศึกษาเป็นเรื่องของการนำเสนอบางแง่มุมของความจริง (partial truth) (Clifford 1986:1-26) ไม่ใช่องค์รวมหรือภาพรวมทุกแง่มุมของความจริง เพราะไม่มีใครพูดหรือเข้าถึงความจริงได้ทั้งหมด องค์ความรู้ส่วนที่ปรากฏในข้อเขียนหรือการศึกษาวัฒนธรรมทุกประเภทเป็นเพียงความจริงจากบางแง่มุม ผลการศึกษาวัฒนธรรมเป็นผลมาจากเรื่องเล่า ข้อมูล มุมมอง ประสบการณ์ การตีความ และความคิดเห็นเฉพาะของผู้ศึกษาหรือผู้เขียนเกี่ยวกับวัฒนธรรมเฉพาะแทบทั้งสิ้น

ประการที่สาม วัฒนธรรมศึกษาจะต้องมีนัยของการต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงอคติและการกดขี่บังคับทางเพศ ประเด็นปัญหานี้ให้ความสำคัญกับการต่อสู้เรียกร้องสิทธิและความเสมอภาคทางเพศที่ได้รับการนำเสนอในเชิงวิชาการ ความเหลื่อมล้ำทางเพศจะต้องได้รับการศึกษาวิเคราะห์ทั้งในระดับโครงสร้างและอุดมการณ์ สังคมคลกสมัยใหม่ต้องเรียนรู้บทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างเพศมิติต่างๆ ในสังคม เพราะเพศในฐานะที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมนั้นมีมากกว่าเพศชายและหญิง งานวิเคราะห์ทางวัฒนธรรมศึกษาจำเป็นต้องนำเสนอแง่มุมเหล่านี้ให้ชัดเจน ครอบคลุมและสอดคล้องกับความเป็นจริง

ประการที่สี่ วัฒนธรรมศึกษาต้องให้ความสำคัญกับสิทธิและเสียงของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยและกลุ่มที่เสียเปรียบในสังคมแต่ละแห่ง แม้ว่ากลิ่นอายของลัทธิอาณานิคมจะจางหายไปจากสังคมคลกสมัยใหม่ แต่การเกิดรัฐชาติใหม่และชนชั้นนำในแต่ละประเทศก็ได้จำลองเอารูปแบบการเมืองการปกครองวัฒนธรรมและอุดมการณ์ทางการเมืองมาจากประเทศอาณานิคมเดิม ส่งผลให้เกิดการแบ่งแยกชาติพันธุ์และวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศกับกลุ่มคนที่มีชาติพันธุ์และวัฒนธรรมย่อยต่างๆ ภายในดินแดนของรัฐชาติเดียวกัน ดังนั้น วัฒนธรรมศึกษาต้องตระหนักด้วยว่าสิทธิและเสียงของชนกลุ่มน้อยได้รับการกล่าวถึงเพียงพอหรือไม่ อย่างไรและทำไม

ประการที่ห้า วัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจกับปริณทณของชีวิตประจำวันในสังคมโลกยุคหลังทันสมัย วัฒนธรรมศึกษาชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ เส้นแบ่งระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมชั้นต่ำเต็มไปด้วยความพร่าเลือนเต็มที และวัฒนธรรมเป็นเรื่องของการผลิตและการบริโภคในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่พิธีกรรมและความเชื่ออันศักดิ์สิทธิ์ในรอบปีเพียงอย่างเดียว วัฒนธรรมเป็นของคนส่วนใหญ่ในสังคมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในชีวิตประจำวันทั่วไป

ประการสุดท้าย วัฒนธรรมศึกษาเป็นสหสาขาวิชาการโดยธรรมชาติ เกิดจากการรวบรวมเอาแนวคิดทฤษฎีและระเบียบวิธีวิจัยจากหลากหลายสาขาวิชาการมาผสมผสานกัน เพื่อทำความเข้าใจปริณทณชีวิตประจำวันในโลกยุคหลังทันสมัย สาขาวิชาการต่างๆ ที่มารวมกันเข้าเป็นวัฒนธรรมศึกษามาจากทั้งมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งมีแนวการวิเคราะห์ที่เน้นความละเอียดอ่อนของประสบการณ์ชีวิต ความเป็นมนุษย์ และสุนทรียภาพในเชิงอัตวิสัย (subjectivity) มากกว่าวัตถุวิสัย (objectivity)

3.2 วัฒนธรรมสมัยนิยมคืออะไรและทำไม Storey (1993:87) ได้สรุปบทวนความคิดเกี่ยวกับนิยาม “วัฒนธรรม” ของ Williams (1976:87) ว่าประกอบด้วยความหมาย 3 กลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ (1) กระบวนการทั่วไปที่ทำให้เกิดพัฒนาการทางปัญญาความรู้ จิตวิญญาณและสุนทรียภาพ (2) วิถีชีวิตเฉพาะเจาะจง ทั้งของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง หรือในช่วงเวลาหนึ่ง และ (3) ผลงานและกิจกรรมทางปัญญาทั้งหลาย โดยเฉพาะงานทางศิลปะ ในความหมายที่ 3 นี้ ทั้งตัวบท (text) และปฏิบัติการของตัวบทมีหน้าที่สำคัญในการสื่อความหมายและสร้างโอกาสในการในการผลิตความหมาย Storey สรุปว่า ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมจะเคลื่อนไหวไปมาระหว่างความหมายที่ 2 กับ 3 นั่นคือ หมายถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มในเฉพาะช่วงเวลาด้วย และก็หมายถึงความหมายที่ได้จากตัวบทและปฏิบัติการทางสังคมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตเหล่านั้นด้วย

ในการให้คำนิยามของวัฒนธรรมสมัยนิยมนั้น คำถามสำคัญที่จะต้องอธิบายให้ชัดเจนก็คือ อะไรคือความนิยมของยุคสมัย (what is the popular?) เราจะวัดความนิยมแพร่หลายของปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมต่างๆ ได้อย่างไร พิจารณาโดยใช้อะไรเป็นเกณฑ์ ตามความคิดของ Williams (1976:237) ซึ่งขยายความเพิ่มเติมโดย Harrington and Bielby (2001:2) เกณฑ์ในการพิจารณาว่าอะไรคือความนิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย อะไร

ควรที่จะจัดว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมนั้นอาจพิจารณาได้จากเกณฑ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ (1) เป็นสิ่งที่ชื่นชอบ ชื่นชม หรือยอมรับโดยผู้คนจำนวนมาก (well-liked by a lot of people) (2) เป็นสิ่งที่มักถูกมองว่าต่ำชั้นและไม่มีคุณค่า/รสนิยมทางศิลปะ (inferior and unworthy) (3) เป็นสิ่งที่ออกแบบหรือสร้างขึ้นเพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบ สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในทางการค้าและบริโภคนิยม (win favour with the people/explicitly commercial) (4) เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนเพื่อพวกเขาเอง (actually made by the people for themselves) แต่ส่วนใหญ่วัฒนธรรมสมัยนิยมได้รับการกล่าวถึงหรือศึกษาวิเคราะห์โดยคนอื่น เช่น นักวิชาการ สื่อมวลชน นักวิจัยการตลาด บริษัทโฆษณา ฯลฯ

เมื่อพิจารณาบทวนความหมายของมโนทัศน์วัฒนธรรมสมัยนิยมตามที่มีนักคิดนักทฤษฎีกลุ่มต่างๆ ได้ให้คำอธิบายเอาไว้ Storey (1993:7-16) ได้จัดหมวดหมู่ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมออกเป็นทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มแรก วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมอะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนจำนวนมาก นิยามข้อนี้ครอบคลุมเนื้อหาของวัฒนธรรมโดยทั่วไป แต่มีจุดอ่อนในแง่ที่ขาดขอบเขตที่ชัดเจนหรือไม่สามารถระบุลักษณะเฉพาะเจาะจงของวัฒนธรรมแต่ละอย่าง ซึ่งมักจะมีรายละเอียดปลีกย่อยและแตกต่างกันอย่างมากในหลายด้าน เช่น พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ บริบททางเศรษฐกิจ การเมือง รวมทั้งความหมายต่อวิถีชีวิตของผู้เป็นเจ้าของหรือมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนั้น

กลุ่มที่สอง วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่หลงเหลืออยู่จากการให้คำนิยามวัฒนธรรมของชนชั้นนำหรือวัฒนธรรมของชนชั้นสูง (high culture) ในแง่นี้ วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึงวัฒนธรรมที่อยู่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมของชนชั้นผู้นำหรือวัฒนธรรมของชนชั้นส่วนใหญ่ในสังคม

กลุ่มที่สาม วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมมวลชน (mass culture) นิยามในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับรูปแบบต่างของวัฒนธรรมที่ถูกผลิต เผยแพร่และโฆษณาในตลาด สินค้าของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่ได้รับการนิยม แฟชั่นเสื้อผ้าอาภรณ์ เครื่องสำอาง คนตรี กีฬา ภาพยนตร์ ฯลฯ ต่างก็เป็นตัวอย่างสำคัญของวัฒนธรรมสมัยนิยมในความหมายนี้ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมมวลชนมักจะถูกตีความหมายในลักษณะที่เชื่อมโยงกับการครอบงำทางวัฒนธรรมจากประเทศตะวันตกหรือประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสื่อวัฒนธรรมในกลุ่มดังกล่าว

กลุ่มที่สี่ วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชน เป็นวัฒนธรรมขนานแท้และดั้งเดิมของประชาชนหรือชาวบ้านร้านค้าตลาดทั่วไป ในแง่นี้ วัฒนธรรมสมัยนิยมคือวัฒนธรรมประชาชน

กลุ่มที่ห้า วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง พื้นที่หรืออาณาบริเวณของการต่อสู้ระหว่างพลังของกลุ่มคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบกับกลุ่มคนผู้ที่มีอำนาจครอบงำในสังคม วัฒนธรรมสมัยนิยมในแง่นี้ไม่ใช่ทั้งของชนชั้นผู้นำ

หรือชนชั้นผู้เสียเปรียบในสังคม แต่เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ ต่อรองและช่วงชิงทางอุดมการณ์และผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ในสังคม นิยามดังกล่าวนี้ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากบทโน้ตการณ์การครอบครองความเป็นใหญ่ (hegemony) ของ Antonio Gramsci นักมาร์กซิสต์คนสำคัญชาวอิตาลี

กลุ่มสุดท้าย วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการพัฒนาอุตสาหกรรมและการขยายตัวของชุมชนเมือง นิยามในกลุ่มนี้สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนและการคมนาคมสื่อสารของโลกสมัยใหม่ที่บทบาทสำคัญในการก่อรูปและขยายตัวของวัฒนธรรมในชุมชนเมืองขนาดใหญ่มีความเป็นไปได้ วิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมและวิถีชีวิตในเมืองทำให้ผู้คนจำนวนมากเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในสังคมเกษตรกรรมหรือสังคมชนบทไปอย่างมโหฬาร โลกของความทันสมัยก่อให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ชีวิตประจำวันกลายมาเป็นปริณทณที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมที่มีชีวิต ไม่ว่าเราจะนิยามมันว่าอย่างไร วัฒนธรรมสมัยนิยมน่าจะเป็นเหมือนกระแสน้ำหรือพลังที่เรามองไม่เห็น แต่รู้สึกได้ บริโภคได้ และใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในขณะที่เราตื่นนอน ทำงาน พักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

คำถามสำคัญที่ตามมาก็คือ ตัวตนหรือรูปร่างหน้าตาของวัฒนธรรมสมัยนิยมคืออะไร เราจะรู้ได้อย่างไรว่าอะไรคือกระแสป๊อปหรือสมัยนิยมในแต่ละสังคม ข้อมูลที่ปรากฏในบทความของวุฒิชัย ฤกษ์ประภังกรกิจ และคณะ (2545:135-41) สามารถให้ภาพของวัฒนธรรมสมัยนิยม หรือป๊อปคัลเจอร์ในสังคมโลกยุคหลังสมัยใหม่อย่างเป็นรูปธรรม ดังที่ผมได้คัดลอกมานำเสนอข้างล่างนี้

“ป๊อปคัลเจอร์ปรากฏตัวอยู่ทั่วไปในหลายๆ รูปแบบ

1. วัตถุสิ่งของ เช่น ตู้ถ่ายสตูดิโอ ไซเบอร์แคม คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ รถไฟไร้วีลไครฟ์ เสื้อสายเดี่ยว [รองเท้าส้นตึก] กระเป๋าถือแบรนด์เนม
2. รายการโทรทัศน์เรตติงสูง หนังสืออันดับบ็อกซ์ออฟฟิศ เพลงที่เปิดทางวิทยุบ่อยๆ ละคร ข่าวดัง ทอล์กโชว์ เกมโชว์ เกมเศรษฐี RealTV MTV หนังสือเบสต์เซลเลอร์
3. พฤติกรรม เช่น การสัก การเจาะ ทำแต่น้ำ การดูหนัง เดินช้อปปิ้ง การสะสมของที่ระลึกจากหนัง การไปนั่งที่ลานเบียร์การ์เดน การกินฟาสต์ฟู้ด การดื่มไวน์
4. เทรนด์ เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความคิดชาตินิยมใหม่ การโยกหัวคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ฟิตเนส ชีวิตจิต หมาย กังฟู อัลเทอร์เนทีฟ อินดี้...

5. เหตุการณ์ เช่น การไปดูฝนดาวเทียม Y2K สุริโยไท การก่อการร้ายที่อเมริกา คอนเสิร์ตรอบปี วิลเลียมส์ ฟุตบอลโลก
6. บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น โอซามา บิน ลาดิน แฮร์รี พอตเตอร์ เดวิด เบคแฮม บริทนี สเปียร์

ถ้าคุณอยากจะลองทดสอบว่า อะไรบ้างที่เป็นป๊อปคัลเจอร์รอบๆ ตัวคุณ ง่ายที่สุดคือลองมองหาสิ่งเหล่านี้

1. เรื่องที่เพื่อนสนิทหรือพี่น้องของคุณพูดซ้ำแล้วซ้ำเล่า
2. พาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ หรือประเด็นในการถกเถียงทางรายการทอล์กโชว์
3. พฤติกรรมพิลึกๆ ล่ำสุดที่คุณทำตามแบบเพื่อนๆ
4. เทรนด์ล่าสุดที่คุณรู้สึกสนใจชื่นชอบ หรือแม้แต่หมั่นเบื้อ
5. การเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ใหญ่ๆ สำคัญๆ ครั้งล่าสุด
6. ดาราคนโปรดของคุณ หนังสือโปรด เพลงโปรด เว็บไซต์โปรด และช่วยตอบเหตุผลให้ตนเองด้วยว่าทำไม?” (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ 2545:136)

“ตัวตน” (self) หรืออัตลักษณ์ (identity) เป็นคำหลักของการวิเคราะห์กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม ในที่นี้ผมใช้ทั้ง 2 คำในความหมายใกล้เคียงกัน แม้ว่าจะมีที่มาที่ไปในภาษาอังกฤษไม่เหมือนกันทั้งหมดก็ตาม ผมมองเห็นว่าในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยการนิยาม ช่างชิงการนิยาม และนำเสนอ “ความเป็นตัวตน/ความเป็นตัวฉัน” ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับกลุ่มอย่างเข้มข้น ความเป็นตัวตนเป็นสิ่งที่สามารถพบได้ทั้งในระดับปัจเจกและระดับกลุ่ม แต่ในการวิเคราะห์วัฒนธรรมสมัยนิยม ผมเน้นหน่วยในการวิเคราะห์ในระดับสังคมวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงความเป็นตัวตนของปัจเจกกับอัตลักษณ์ของกลุ่มเข้าด้วยกัน รวมทั้งลักษณะการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปมาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ความเป็นตัวตนของผู้คนที่เวียนว่ายอยู่ในกระแสสื่อ

ในทางทฤษฎีแล้ว การวิเคราะห์ตัวตนในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมอาจพิจารณาได้จากเกณฑ์ในการแบ่งอย่างกว้างๆ ต่อไปนี้

“ตัวตนของคนเราในโลกที่ห้อมล้อมไปด้วยป๊อปคัลเจอร์ สามารถแบ่งพิจารณาออกเป็น 5 ลักษณะ คือ

1. ตัวตนที่ได้มาจากการเสกสือ มีประสบการณ์ต่างๆ ผ่านสื่อแล้วนำมาสร้างความเป็นตัวตนให้กับตนเอง
2. ตัวตนที่เกิดในโลกความจริงที่เหนือความจริง ส่วนใหญ่เป็นความจริงที่สื่อเป็นผู้สร้างหรือมาภาพว่ามันคือความจริง เช่น บอกว่า ผู้หญิงที่สวยงามจะต้องมีสัดส่วนที่ผอมบาง
3. ตัวตนที่ถูกแยกย่อย เช่น กลุ่มเกย์ กลุ่มเด็กเซ่นเดอร์ฟ้อยท์ กลุ่มคนทำงานโสด คนทำงานแต่งงานแล้ว และอื่นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การคิด การใช้ การบริโภค และการสร้างความหมายที่ต่างกัน
4. ตัวตนที่อยู่ในโลกที่ขัดแย้งกัน อันเกิดจากการสร้างความหมายที่ขัดกัน เช่น ผู้หญิงที่ต้องเป็นทั้งแม่ และต้องเป็นสาวเปรี้ยวในวงเพื่อน หรือภาพในภาพยนตร์ที่ผู้ชายไว้ผมยาว แต่ความจริงต้องตัดผมสั้น
5. ตัวตนในโลกแห่งสุนทรียะที่มีระดับ แยกไปตามอำนาจที่ผู้อื่นเป็นผู้กำหนด เช่น คนมีเงินก็ดูหนังตามโรงชั้นหนึ่ง ผู้ใช้แรงงานก็ดูหนังควบตามโรงชั้นสอง ถ้าฟังเพลงแจ๊ซ ส่วนคนใช้ที่บ้านก็ฟังลำเพลินหมอลำซึ่งเป็นต้น

ในกระบวนการสร้างความหมาย แต่ละคนจะอาศัยการตีความ การเลือกเปิดรับสื่อ รูปร่างลักษณะภายนอกของตน จังหวะ โอกาส และสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้นๆ มาประกอบการสังเคราะห์เป็นตัวตนของแต่ละคนขึ้นมาเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นตัวตน เพศสภาพ สัญชาติ สถานะทางสังคมต่างๆ และความหมายที่เกิดขึ้นก็มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่น แฟชั่นเสื้อผ้า ทรงผม และเครื่องประดับ ที่ยุคสมัยหนึ่ง เราก็แต่งตัวแบบหนึ่ง [หรือ] ...สังคมไทยถือว่า “แม่” เป็นบุคคลสำคัญ เราแต่ละคนมีความหมายของแม่ เป็นประสบการณ์ตรงอยู่แล้ว แต่สื่อโฆษณาในสังคมบริโภคนิยมก็มี

การใช้ความหมายของแม่น้ำใส่ไว้ในสินค้าหรือบริการของตน แล้วประมวลเป็นความหมายใหม่ว่า “แม่น้ำจะเป็นแม่ที่ดีได้ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ชั้นน่านั่นๆ” และถ้าความหมายนี้กระเจาออกไปกว้างขวางก็กลายเป็นป๊อปคัลเจอร์” (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ 2545:140; โปรดดู Hartley 1996; Wilson 1995)

การพิจารณาวิเคราะห์ตัวตนหรืออัตลักษณ์แทบจะเป็นไปไม่ได้ หากไม่พิจารณาควบคู่กันไปกับมโนทัศน์เรื่องอำนาจ จริงอยู่กระบวนการสร้างตัวตนเป็นเรื่องของการนิยามและให้ความหมาย แต่ตัวตนไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้เองด้วยเจตจำนงอิสระของปัจเจกชนล้วนๆ ในทางตรงข้ามตัวตนมักเกิดขึ้นจากการทำงานของอำนาจและเครื่องมือของอำนาจเสมอ ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2544) เรียก ตัวตนหรืออัตลักษณ์อย่างกระชับว่า เป็นการ “เลือกสังกัด” หรือ “การขึ้นต่ออำนาจที่อยู่เหนือตัวตน” ท่านอธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจโดยเฉพาะอำนาจรัฐกับอัตลักษณ์ว่า “...มนุษย์ทุกคนต่างมีสังกัด หรือการขึ้นต่ออำนาจที่อยู่เหนือตัวตน ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน แต่การมีรัฐ มีอำนาจธิปไตยมีผลให้สังกัดของคนแต่ละคนเปลี่ยนแปลงไปโดยมีลักษณะเชิงบังคับและมีความชิงคังตัวมากขึ้นเป็นลำดับ สังคมเริ่มมีลักษณะเป็นสังคมสัญญามากขึ้น...” (ชัยอนันต์ สมุทวณิช 2544:28)

การสร้างตัวตนย่อมเป็นปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับอำนาจและเครื่องมือของอำนาจในบริบทของวัฒนธรรมสมัยนิยม วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ (2545:138-139) นำเสนอว่า เครื่องมือสำคัญที่สุดในการสร้างตัวตนในป๊อปคัลเจอร์ หรือการสร้างกระแสป๊อปขึ้นมาก็คือ “การโฆษณาชวนเชื่อ” กลวิธีหลักของการโฆษณาชวนเชื่อที่มีอิทธิพลในการสร้างกระแสป๊อปประกอบด้วยกลวิธี 7 อย่าง ได้แก่

- “1. คำขวัญ การใช้คำขวัญสั้นๆ นับว่าได้ผลดีทั้งในการโฆษณา ตั้งแต่การโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคไปจนถึงการโฆษณาหาเสียงทางการเมือง คำขวัญสั้นๆ เปรียบเหมือนกับมนตรา หรือคำภาวนาที่จำง่ายและฝังลึกเข้าไปในจิตใจ มีมนต์สะกดจิตที่สามารถดึงดูดและรวบรวมผู้คนกลุ่มใหญ่ให้เข้ามามีอารมณ์ร่วมกันได้
2. การตราหน้า เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ โดยไม่พิจารณาเหตุผลอื่นประกอบ โดยการตราหน้าใช้คำเรียกหรือคำที่มีความหมายไม่ดีเรียกบุคคล กลุ่ม ชาติ เชื้อชาติ หรือสินค้าของบริษัทอื่น ที่พวกเขาต้องการให้เกิดความรู้สึกไม่ดี...

3. การเหมารวม เป็นวิธีการของโฆษณาชวนเชื่อที่มุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดี ประทับใจต่อสิ่งนั้นๆ โดยปราศจากการวิเคราะห์ ตรวจสอบ มีลักษณะเหมือนการตราหน้า แต่ให้ผลตรงกันข้าม คือให้ความรู้สึกในทางบวก...
4. การถ่ายโอนสัญลักษณ์ ใช้สัญลักษณ์ของสิ่งที่น่าเชื่อถือ เป็นที่เคารพ มาเพื่อถ่ายโอนลงสู่ของอีกสิ่งหนึ่ง ช่วยในการปลูกเร้าอารมณ์ทำให้อยากได้ของนั้น...
5. การแห่ตาม คือการกระตุ้นสัญชาตญาณสัตว์สังคมของมนุษย์ ทำให้เกิดความรู้สึกอยากมีพวกพ้อง ด้วยการร่วมบริโภคสินค้าเช่นเดียวกับคนอื่นในสังคม ใช้หลักการว่า ถ้าคนอื่นๆ ทำกัน เราก็ต้องทำด้วย เราจะเขยไปทำไม...
6. เนื้อหิ้งมึงสา sex appeal ปรากฏอยู่ในภาพโฆษณาให้เราเห็นกันดาษดื่น และรู้สึกว่ามันเป็นเรื่องปกติธรรมดา เรื่องเพศถูกทำให้กลายเป็นสินค้า และการกระตุ้นความรู้สึกทางเพศ ก็เป็นการดึงดูดให้คนหันมาสนใจสินค้าได้อย่างชะงัด ถือเป็นเครื่องมือการโฆษณาชวนเชื่อที่คลาสสิกที่สุดและคงจะใช้ต่อไปตลอดกาลนาน ทั้งกับผู้ชายและผู้หญิง
7. เลี้ยงคนตรี การนำเพลงมาประกอบในโฆษณาจะส่งผลในการกระตุ้นอารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตามได้มาก เห็นได้ชัดเจนจากโฆษณาในโทรทัศน์ที่มักจะนำเพลงที่ติดหูฟังง่ายๆ มาประกอบ และเพลงนั้นก็กลายเป็นตัวแทนของโฆษณานั้นไปในทันที เมื่อใดที่คุณได้ยินเพลงนั้นอีก ไม่ว่าจะ ณ ที่ใด ก็จะมีถึงสินค้านั้นตามไปด้วยอย่างเป็นอัตโนมัติ” (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ 2545:138-139)

นอกจากนี้ ผมเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ป๊อปคัลเจอร์เป็นเหมือนน้ำที่เหล่าฝูงปลาแหวกว่าย ป๊อปคัลเจอร์คือ วัฒนธรรมที่รวมถึงวัตถุ ประเพณี กระแส และกิจกรรมในสังคมที่เราเห็นเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ... ป๊อปคัลเจอร์เป็นวัฒนธรรมที่มีฐานรากอยู่ที่มหาชน แต่ไม่ใช่แค่กระแสนิยม เพราะมนุษย์มีกระบวนการสร้างความหมายของตนเอง ป๊อปคัลเจอร์จึงมีความหลากหลาย ไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และมีความสัมพันธ์กับการสร้างตัวตนของคนเราแบบมีอิทธิพลต่อกันและกัน” (อ้างแล้ว, หน้า 138, 141) ข้อความข้างต้นนี้อธิบายวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อย่างชัดเจน ทั้งยังสามารถใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการอภิปรายต่อไปได้ด้วยว่า วัฒนธรรม

ธรรมสมัยนิยมสำคัญอย่างไร ทั้งจากแง่มุมทางวิชาการและแง่มุมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองยุคหลังทันสมัย

ความสำคัญของการทำความเข้าใจวัฒนธรรมสมัยนิยมอาจจะมีหลายแง่มุมหลายเหตุผล แต่ผมคิดว่าเหตุผลประการสำคัญที่เราจะต้องให้ความสนใจกับวัฒนธรรมสมัยนิยมก็คือ ประการแรก เรากำลังใช้ชีวิตอยู่ในโลกยุคหลังทันสมัยที่เส้นแบ่งระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมชั้นต่ำ วัฒนธรรมหลวงกับวัฒนธรรมราษฎร์ วัฒนธรรมเมืองกับวัฒนธรรมชนบท วัฒนธรรมศูนย์กลางกับวัฒนธรรมท้องถิ่น/พื้นบ้านได้พร่าเลือนไปหมดแล้ว เราไม่อาจแบ่งแยกระหว่างคู่ขนานข้างต้นนี้แบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาดและชัดเจนได้อีกต่อไป โลกยุคหลังทันสมัยกำลังทำให้การสื่อสารเชื่อมโยง การเคลื่อนไหวไปมาทั้งทางกายภาพและทางสัญลักษณ์ และการจินตนาการระหว่างพรมแดนคู่ขนานต่างๆ นั้นเป็นไปได้และสามารถเป็นไปได้ในอัตราเร่ง ปริมาณ และขอบเขตที่ไม่เคยมีไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนเลย ปริณิพจน์ทางวัฒนธรรมกลายมาเป็นพื้นที่ของการผสมผสาน คู่อยู่ควบคู่กัน แลกเปลี่ยน ตอบโต้ ฯลฯ ของวัฒนธรรมกระแสต่างๆ ที่หลากหลายและทับซ้อนมากขึ้น เปลี่ยนแปลงรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ประการที่สอง การทำความเข้าใจวัฒนธรรมสมัยนิยมช่วยให้เรามองเห็นและเข้าใจพลังงานทางสังคม รวมทั้งกระบวนการสื่อความหมายต่างๆ ในสังคม (signification) ในระนาบที่กว้างขวางมากขึ้นและเห็นเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีของเงื่อนไข ปัจจัยและกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมมากขึ้น วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นส่วนที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง เต็มไปด้วยพลวัต และมีชีวิตชีวามากที่สุด อย่างน้อยก็มากกว่าระบบวัฒนธรรมที่เป็นผลจากการนิยามและศึกษาวิเคราะห์โดยสาขาวิชาในกรอบคิดหรือธรรมเนียมทางวิชาการดั้งเดิม

ประการที่สาม การทำความเข้าใจวัฒนธรรมสมัยนิยมจะช่วยค้ำนักวิชาการและนักวัฒนธรรมศึกษาทั้งหลายกลับมาสู่โลกของความเป็นจริงในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมไม่ใช่เฉพาะด้านที่ดงาม เจริญ สูงส่ง ไม่ใช่เฉพาะส่วนที่เป็นประเพณีปิละครั้ง หรือไม่ใช่เฉพาะความเชื่อที่ศักดิ์สิทธิ์ยิ่งใหญ่ วัฒนธรรมแท้ที่จริงเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ เป็นเรื่องของชีวิตประจำวัน และเป็นเรื่องของคนทุกคน

ประการที่สี่ การทำความเข้าใจวัฒนธรรมสมัยนิยมต้องพิจารณาเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมขยายตัวอย่างรวดเร็วในสังคมสมัยใหม่เป็นบริบทหรือฉากหลังประกอบ นั่นคือ เราต้องเชื่อมโยงวัฒนธรรมสมัยนิยมให้เข้ากับบริบทของโลกยุคหลังทันสมัยที่ให้กำเนิดและพลิกเปลี่ยนโฉมหน้าปริณิพจน์ของชีวิตประจำวันของคนทั้งโลก บริบทที่สำคัญเหล่านั้น ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ การขยายตัวของเมืองและชนชั้นกลางในเมือง อิทธิพลของสื่อมวลชน การผลิตแบบมวลชนอุตสาหกรรม กระแสบริโภคนิยม และกระแสท้องถิ่นนิยม

ประการสุดท้าย ถ้าจะพิจารณาลักษณะสำคัญหรือเนื้อหาต่างๆ ของวัฒนธรรมสมัยนิยมให้ครอบคลุมมากขึ้น เราอาจจะพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้ (anything goes) เกิดขึ้น เปลี่ยนแปลง และเสื่อมสลายไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคมและกาลเวลา ยิ่งในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ยิ่งเต็มไปด้วยกระแสความนิยม เหตุการณ์ สื่อบันเทิง สินค้าและบริการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่มีศักยภาพในการถูกนำเสนอ หรือได้รับการยอมรับโดยผู้คนจำนวนมากในสังคม ทำให้มีโอกาสกลายมาเป็นกระแสนิยมทางวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น

2. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องธรรมดาสามัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ (ordinary/common culture in the realm of everyday life) เป็นที่น่าสังเกตว่า ชีวิตประจำวันเป็นคำที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งในตัวเอง เพราะเป็นคำที่ฟังดูแล้วเข้าใจง่าย ๆ เหมือนสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบรอบตัวของแต่ละคน แต่บางครั้งเราก็ไม่อาจจะจับต้องมองเห็น หรือสรุปให้ชัดเจนได้ว่า ชีวิตประจำวันนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง สำคัญต่อตัวเราอย่างไร เพราะ “ชีวิตประจำวันเคลื่อนไหวไปมาระหว่างชั่วของชีวิตที่ซ้ำซากจำเจกับชั่วของชีวิตที่พิเศษและกล้าศึกของจิตวิญญาณและสุนทรียภาพ” (Miller and McHoul 1998:9)

3. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเยาว์ภาพ (culture of the youth) วัฒนธรรมสมัยนิยมบางอย่างอาจจะมีผลกระทบหรือเป็นที่ชื่นชอบโดยผู้คนทุกเพศทุกวัยทุกชนชั้นในสังคม แต่วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของคนหนุ่มสาวโดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงาน คนกลุ่มดังกล่าวมีกำลังผลิต กำลังซื้อ กำลังบริโภค และกำลังในการติดตามแสวงหาความสนุกสนานรื่นรมย์ของชีวิตที่ได้จากกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมรูปแบบต่างๆ

4. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลกีย์ (culture of the mundane) กระแสสมัยนิยมเกือบทั้งหมดเป็นเรื่องทางโลกีย์หรือโลกียะแทบทั้งสิ้น ไม่ใช่โลกุตระ ร่างกายและจิตวิญญาณของผู้คนในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมย่อมเป็นฐานที่ตั้ง เป็นเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตและบริโภคสื่อวัฒนธรรมสมัยนิยมทุกรูปแบบ วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงยากที่จะหลีกเลี่ยงจากกำไรของธุรกิจการค้า เงินตรา อำนาจและค่านิยมทางสังคมในรูปแบบต่างๆ เพราะสิ่งทั้งหลายเป็นกระแสธรรมดาโลกีย์ที่ไม่เที่ยงแท้และไม่ยั่งยืนอย่างยิ่ง

5. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (hybrid culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดขึ้นจากหลายแหล่งที่มา และเกิดจากการดัดแปลงหรือรวมเอาองค์ประกอบปลีกย่อยต่างๆ จากทั้งในและนอกวัฒนธรรมขึ้นมา แล้วนำเสนอเพื่อสร้างกระแสการยอมรับและตอบสนองรูปแบบต่างๆ จากสังคม รูปแบบการผสมผสาน ดัดแปลง หรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมแบบลูกผสมมักจะเกิดขึ้นในลักษณะที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย

6. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากรวมกันเข้าของการแยกส่วนและแตกตัวออกเป็นเสี่ยงๆ (fragmented culture) เราไม่อาจพิจารณาวัฒนธรรมโดยการเน้นการทำความเข้าใจภาพรวม เนื้อหาที่เป็นเอกภาพในพรมแดนหรือขอบเขตที่ชัดเจนอีกต่อไป วัฒนธรรมสมัยนิยมจำนวนมากเต็มไปด้วยการแยกส่วน แตกตัว

และไม่จำเป็นต้องให้ความหมายที่สัมพันธ์กับรากฐานหรือความเป็นมาดั้งเดิมของตนเอง หรือบริบทของสังคมใหม่ที่หล่อเลี้ยงกระแสเหล่านั้นอยู่

7. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค (consumers' culture) หรือเป็นวัฒนธรรมตลาด ซึ่งถูกผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมในปริมาณมหาศาลและกระจายผลผลิตออกไปสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อที่จะสร้างกระแสในการบริโภคให้เกิดขึ้นในสังคม ในแง่นี้วัฒนธรรมสมัยนิยมอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “วัฒนธรรมตลาด” เป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นและเติบโตตามกลไกของตลาด ขายดี มีคนซื้อ มีคนนิยมชมชอบมากก็อยู่ได้และเติบโต ถ้าขายไม่ได้ไม่มีใครต้องการก็ล้มหายตายจากไปตามกระแส ขณะเดียวกัน คำว่าวัฒนธรรมตลาดยังมีความหมายโดยนัยที่บ่งบอกว่า ทุกคน ทุกชั้นวรรณะ โดยเฉพาะชาวบ้านร้านตลาด คนธรรมดาสามัญ คนเล็กคนน้อยเข้าถึงและมีส่วนร่วมในกระแสวัฒนธรรมดังกล่าวอย่างคึกคักและมีชีวิตชีวา

8. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร หรือวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน (mass media-saturated culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมจำนวนมากจึงเป็นความจริงที่เกิดจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชน เป็นความจริงที่ต้องทำความเข้าใจด้วยอาศัยตรรกะของสื่อมวลชนและวิเคราะห์ทำความเข้าใจให้สนับต่างๆ ที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาของวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชนสมัยใหม่

9. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม (culture of fashion and popular trend) วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเกิดเร็ว ได้รับความนิยมเร็ว รวมทั้งจืดจางไปอย่างรวดเร็ว เพราะถูกแทนที่ด้วยกระแสอื่นที่ใหม่กว่า สดกว่า และเร้าความสนใจของผู้คนได้มากกว่า กระแสนิยมจึงเป็นเสมือนคลื่นลูกเก่าไล่หลังคลื่นลูกใหม่ถาโถมเข้าสู่ฝั่ง แต่กระแสคลื่นเหล่านั้นก็ก่อตัวเพิ่มพลัง และถาโถมไล่หลังกันเรื่อยมาอย่างไม่เคยขาดสาย

10. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ (battles of/for cultural identities/selves) ผู้คนเวียนว่ายอยู่ในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเพื่อค้นหา เลือกรับ ต่อรอง และ/หรือปฏิเสธสังกัดของตนเอง ไม่ว่าสังกัดที่ว่ำนั่นจะเป็นสโตร์ชีวิต กลุ่มเพื่อน ครอบครัว ที่ทำงาน ชุมชน ชาติพันธุ์หรือแม้กระทั่งชาติ ลักษณะข้อนี้ทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมมีพลังและความหมายสำคัญในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง บางทีเราอาจทำความเข้าใจการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อค้นหาตัวตนของคนที่แตกต่างกันชาติพันธุ์ ชนชั้น รุ่นอายุ และภูมิหลังต่างๆ ได้ในกระแสสมัยนิยม เพราะกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมให้พื้นที่และเครื่องมือในการต่อรอง ผลิตซ้ำ และได้เถียงกันของตัวตนหรืออัตลักษณ์ในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องและมีชีวิตชีวาเป็นอย่างยิ่ง

บทที่ 4

จักรกระแสไทยป๊อป:

“ชุมทาง” การต่อสู้ดิ้นรนเพื่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนไทยยุคโลกาภิวัตน์

Miller and McHoul (1998:x-xi) นำเสนอว่า นักวิชาการในสายวัฒนธรรมศึกษาส่วนใหญ่พิจารณาวัฒนธรรมสมัยนิยมในลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก มักจะมองวัฒนธรรมสมัยนิยมด้วยท่าทีตื่นเต้นและสนใจเป็นพิเศษในลักษณะที่ค่อนข้างพิลึกพิลั่นหรือไม่ปกติธรรมดาของกระแสป๊อปต่างๆ (the spectacular) ประการที่สอง มักจะพูดถึงกระแสป๊อปต่างๆ ในลักษณะคาดเดาสถานการณ์ (the speculative) และประการสุดท้าย มักจะมีข้อสมมติฐานในใจว่า กระแสป๊อปต่างๆ เป็นตัวแทนของพลังทางสังคมที่กว้างกว่า (the representation) ทั้งสองท่านแย้งแนวการศึกษาข้างต้นว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมมีความสำคัญมากกว่าจะพิจารณาหาความไม่ธรรมดา ทำนายแนวโน้มสถานการณ์ หรือมองว่ากระแสป๊อปเป็นตัวแทนของสิ่งอื่นอีก ในทางตรงข้าม วัฒนธรรมสมัยนิยมควรจะได้รับการศึกษาวิเคราะห์โดยเน้นลักษณะโดดเด่น 2 ประการ ได้แก่ ลักษณะเฉพาะเจาะจงทางประวัติศาสตร์ (historical particularity) และลักษณะเป็นธรรมดาโลกอย่างยิ่ง (utterly mundane character) นั้นหมายความว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมมีที่มาที่ไปและความหมายในบริบททางประวัติศาสตร์เฉพาะ ขณะเดียวกันก็เต็มไปด้วยลักษณะธรรมดาสามัญที่โยงใยใกล้ชิดเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชีวิตประจำวันของสมาชิกแทบทุกคนในสังคม

ผมพยายามประยุกต์ใช้แนวการศึกษาวิเคราะห์วัฒนธรรมสมัยนิยมข้างต้นนี้กับกรณีกระแสไทยป๊อปในสังคมไทยยุคหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 กล่าวคือ ผมพยายามจะไม่ใส่ใจในความหวือหวาไม่ธรรมดาของกระแสป๊อปแต่ละกรณี แต่จะเน้นวิเคราะห์หาความหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อรอง ช่างชิง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในแง่มุมต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในกระแสป๊อปต่างๆ ที่ผมได้เลือกมานำเสนอ ผมเข้าใจว่า ตัวตน อัตลักษณ์ และเสียงสะท้อนที่ปรากฏอยู่ในกระแสป๊อปต่างๆ นั้น สามารถอธิบายได้จากมิติทางประวัติศาสตร์เฉพาะ เจอนัยเฉพาะ และบริบทเฉพาะ ที่สำคัญ ผมต้องเตือนตัวเองว่า กระแสป๊อปต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นล้วนแต่เป็น “เรื่องเล่าธรรมดาสามัญในชีวิตประจำวัน” (ordinary/everyday life narratives) ของคนไทยและสังคมไทย ผมจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับ “เรื่องเล่าของตัวตน” (narrative of the self) ของ Giddens (1991:243) ซึ่งเน้นการใช้เรื่องเล่าและประสบการณ์ชีวิตกรณีต่างๆ เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการวิเคราะห์การนิยามและให้ความหมายของตัวตน ผมต้องการจะเรียนรู้ความหมายทางวัฒนธรรมบางแง่มุมจากความธรรมดาสามัญที่ผมได้รับชมจากโทรทัศน์ อ่านจากหนังสือพิมพ์รายวัน-รายสัปดาห์ หรือพูดคุยกับคนรอบข้างอยู่ทุกวี่ทุกวัน

กระแสไทยป๊อปที่ผมเลือกมานำเสนอในบทความนี้ ได้แก่ (1) แฟชั่นสายเดี่ยวสั้นตึก: วัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยโจ๋ (2) นูชาความงาม-เกลียดกลัวความแก่: วัฒนธรรมความงามในกระแสบริโภคนิยม (3) เพลงป๊อป

เพลงลูกทุ่ง หมอลำ หนังสือพื้นบ้าน ละครโทรทัศน์: วัฒนธรรมสมัยนิยมในโลกบันเทิง¹ ผมพยายามทำความเข้าใจความหมายและรายละเอียดของกระแสโปปดังกล่าวควบคู่กันไป โดยจะสอดแทรกความคิดเห็นและประเด็นในการวิเคราะห์ให้จบภายในเนื้อความของแต่ละกรณี ผมพยายามแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมในฐานะที่เป็นเวทีหรือปริภูมิของการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อแสวงหาตัวตนและอัตลักษณ์ของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมไทย ในท่ามกลางความหลากหลายและทับซ้อนของเสียงสะท้อนและอำนาจการกดบังคับควบคุม ผมมองเห็นการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของ “ตัวตนทางวัฒนธรรม” ที่เชื่อมโยงชาติพันธุ์ ชนชั้น เพศสถานะ รุนอายุและผลประโยชน์ในธารกระแสทางวัฒนธรรมที่มักจะถูกผู้มีอำนาจตราหน้าว่าเป็นภัยคุกคามต่ออัตลักษณ์วัฒนธรรมแห่งชาติ ประวัติศาสตร์ชาติ รวมทั้งเอกราชและความภาคภูมิใจของประเทศชาติ

ข้ออ่อนประการสำคัญในการนำเสนอกรณีวัฒนธรรมสมัยนิยมแนวนี้นี้ก็คือ ผมไม่มีพื้นที่ให้กับการย้อนรอยศึกษาประวัติศาสตร์วัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยอย่างละเอียด และเป็นไปไม่ได้ที่จะนำเสนอกระแสโปปแต่ละกระแสแบบเจาะลึก งานเขียนของนักวิชาการหลายท่าน เช่น นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2527; 2538ก; 2538ข) ประยูรต์ บุญนาค (2540) ภัทร ดำนอุดรา (2541) สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2544) สุริยา สมุทคุปต์และคณะ (2541; 2544) อเนก นาวิกมูล (2531; 2534; 2540; 2541) ได้นำเสนอข้อวิเคราะห์และผลการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมหลายแง่มุมพอสมควร ผมไม่ได้ย้อนรอยกลับทำความเข้าใจที่ไปที่มาที่ไปของกรณีวัฒนธรรมสมัยนิยมแต่ละกรณี แต่ผมพยายามใช้กระแสโปปต่างๆ เพื่อฉายภาพและทำความเข้าใจภาพปัจจุบันและบริบททางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของประเทศไทยสมัยใหม่ได้บ้างในบางกรณีและบางแง่มุม โดยการเน้นความหมายของ “ตัวตน”² ที่พิจารณาได้จากเสียงสะท้อนต่างๆ ที่สามารถอ่านได้จากกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมกรณีต่างๆ และที่สำคัญ กระแสโปปต่างๆ ต่อไปนี้เป็นกรณีตัวอย่างของปริภูมิทางวัฒนธรรมที่ผมต้องการเสนอเพื่อใช้วิพากษ์วิจารณ์ความคับแคบ อคติ และบิดจำกัดของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักที่มีอิทธิพลในการกำหนดวิธีคิดและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับวัฒนธรรมในสังคมไทยอย่างยิ่ง

¹ ผมตระหนักดีว่า ยังมีกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมในสังคมไทยอีกจำนวนมากที่ควรจะได้รับนำเสนอในที่นี้ แต่ผมถูกจำกัดด้วยเวลาและกำลังความสามารถ ทั้งๆ ที่ผมตั้งใจเอาไว้ก่อนแรกว่าจะนำเสนอเรื่องกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมอาหารไทย กระแสไสยศาสตร์ พุทธพาณิชย์ หรือวัฒนธรรมสมัยนิยมเกมไม่เชื่ออย่าลบหลู่ และกระแสวัฒนธรรมการพนัน เช่น บ่อน หวย มวย บอล ในที่นี้ด้วย

4.1 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 1: แฟชั่นสายเดี่ยวสันตึกและวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยโจ๋

“มนุษย์พันธุ์ใหม่อย่างพวกเราไม่เห็นจะต้องทำอะไรตามใคร
แต่อย่าทำให้คนอื่นเดือดร้อนก็แล้วกัน”

สังคมไทยต้นตอถึงกับ “ความฮิตฮอตแบบสุดๆ จะเอาอะไรมาหยุดไว้ก็ไม่อยู่” ของกระแสแฟชั่นสายเดี่ยว เกาะอก และสันตึก เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอข่าวการจัด “งานปาร์ตี้เซลา วิ มงด์” (แปลว่า “ชีวิตที่เลิศหรู”) ซึ่ง บรรดาผู้ปกครองและอาจารย์ของนักเรียนมัธยม อายุระหว่าง 13-17 ปีจากโรงเรียนชั้นนำในกรุงเทพฯ ได้จัดขึ้น เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2543 “มติชนรายวัน” ฉบับประจำวันวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2543 รายงานข่าวข้างต้นท่ามกลาง เสียงวิพากษ์วิจารณ์จากผู้ใหญ่ในกระทรวงศึกษาธิการ ครู อาจารย์ และผู้ปกครองในแง่ของความฟุ้งเฟ้อและความเหมาะสมกับวัย รวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวของพ่อแม่ผู้ปกครอง ดังต่อไปนี้ “...ชีวิตที่เลิศหรู... เป็นงานที่เปิดโอกาสให้วัยรุ่นมาประชันการแต่งตัวตามแฟชั่นสไตล์สายเดี่ยว สาวเกาะอก รองเท้าสันตึก หนูนุ่ม ฟังก์และหนูนุ่มเซอร์ทั้งหลาย จัดขึ้นที่โรงแรมฮิลตัน ปาร์คนายเลิศ... งานนี้ปลอดโปร่งโล่งสบายในการแต่งตัว ออกจกบ้าน ไม่ต้องย่นสายตาใคร เพราะได้อาจารย์และผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาชื่อดัง อย่างโรงเรียน บดินทร์เดชา วีชิราวุธวิทยาลัย วัฒนาวิทยาลัย กรุงเทพคริสเตียน เตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ และโรงเรียนลาซาล เป็นคนจัดงานให้ดูๆ หลานๆ ขึ้นมาเอง...”

ผมเชื่อว่าในทศวรรษที่ 2540 นี้ ไม่มีกระแสป๊อปใดที่จะมาแรงและกระตุ้นต่อมความสนใจของสังคมไทยมากเท่ากับกระแสที่ผมเรียกว่า “แฟชั่นสายเดี่ยวสันตึกและพฤติกรรมของวัยโจ๋” ชื่อเรียกและจุดเน้นของกระแสป๊อปดังกล่าวอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่โดยเนื้อหาสาระแล้ว เป็นเรื่องของ การปะทะกันอย่างรุนแรงทางความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และวิถีการปฏิบัติระหว่างวัยรุ่นไทย ซึ่งอรสม สุทธิสาคร (2544) เรียกว่า “เด็กพันธุ์ใหม่...วัย X” กับหน่วยงานหรือตัวแทนของอำนาจในสังคม เช่น สื่อมวลชน พ่อแม่ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน “เรื่องเล่ากระแสหลัก” (master narrative) เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยโจ๋วัยจ๊าบในสังคมไทยทศวรรษ 2540 มักจะเป็นเรื่องของ “ช่องว่างระหว่างวัย” ระหว่าง

¹ ท่าพูดของวัยรุ่นผู้ชายคนหนึ่ง อายุประมาณ 16-17 ปีในรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับวัยจ๊าบวัยมันส์รายการหนึ่ง สถานีโทรทัศน์ ITV, 13 มกราคม 2545 เวลาประมาณ 13.00-14.00 น. (สมุดบันทึกของพัฒนา กิตติธนา).

² “ปาร์ตี้เซลา วิ มงด์ พ่อแม่จัดให้ สุดสุดกับสายเดี่ยว เกาะอก สันตึก.” มติชนรายวัน, 9 กุมภาพันธ์ 2543, หน้า 10.

“ผู้ใหญ่” ซึ่งส่วนใหญ่วิตกกังวลและต้องการจะให้อำนาจห้ามปรามพฤติกรรมด้านต่างๆ ของวัยรุ่น กับ “เด็กวัยรุ่น” ที่มักจะเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกสิ่งที่พวกเขาต้องการ

พชร สมุทวณิช (2544:8) ใช้อุปมาอุปไมย “วัฒนธรรมอะนาล็อก” กับ “วัฒนธรรมดิจิตอล” ในการอธิบายช่องว่างระหว่างวัยระหว่างผู้ใหญ่กับเด็กวัยรุ่นยุค 2000 ท่านอธิบายว่า “...ยุคนี้ยุคที่มีการแยกกลุ่มกันอย่างชัดเจนระหว่างคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ เป็นยุคสมัยที่ช่องว่างระหว่างวัยถ่างกว้างมากที่สุดเท่าที่เป็นมาในกาลก่อน รุ่นเก่าอะนาล็อกที่เชื่องช้า ไม่ทันใจ ยึดมั่นอยู่กับแบบแผนขนบวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งระบบคิดและกระบวนการดำเนินชีวิต ในขณะที่รุ่นใหม่ดิจิตอลรวดเร็วฉับไว ไม่ยึดติดอยู่กับธรรมเนียมปฏิบัติ ชอบที่จะแหกกฎกติกา กฎอื้อระเบียบแบบแผนการดำเนินชีวิตในโครงสร้างเดิมที่รู้สึกเชื่องช้าและที่สำคัญไม่แปลกใหม่และไม่ท้าทาย...” (พชร สมุทวณิช 2544:8)

อรสม สุทธิสาคร ในฐานะนักเขียนสารคดีและนักวิจัยที่ทำงานคลุกคลีกับกลุ่มวัยรุ่นไทยยุคปี 2000 ได้สรุปภาพรวมของพฤติกรรมวัยรุ่นไทยไว้ในคำถามที่ผมเชื่อว่าสะท้อนความวิตกกังวลและความห่วงใหญ่ของบรรดา “ผู้ใหญ่” ทั้งประเทศไม่ว่าผู้ใหญ่ผู้นั้นจะอยู่ในครอบครัว ชุมชน หน่วยงานราชการ ภาคธุรกิจเอกชน วงการสื่อมวลชน ฯลฯ เธอนำเสนอไว้ว่า “ภาพของเด็กวัยรุ่นไทยในสายสังคมที่มีแต่เปลือกของความหรรษาพุ่งเพื่อ มั่วยา มั่วเพศ ขาดจิตสำนึกทางสังคม ขาดความสุขในการเรียน ฯลฯ จริงหรือ? วันหนึ่งในอนาคตข้างหน้าหนุ่มสาวเหล่านี้จะเติบโตก้าวขึ้นมาเป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน เป็นแรงงานของสังคม ภาษีบ้านเมืองจะถึงกาลอับปางด้วย “วัยรุ่นพันธุ์ใหม่”? จริงหรือที่วัยรุ่นไทยในวันนี้ขาดพลัง จนไม่สามารถฝ่ากอนาคตของชาติบ้านเมืองไว้ในกำมือของพวกเขาได้ในวันพรุ่ง?” (อรสม สุทธิสาคร 2544:17)

คำถามและความวิตกกังวลห่วงใยข้างต้นนี้สอดคล้องกับทัศนะของเสรี วงษ์มณฑาที่ดังข้อสังเกตว่า “...รู้สึกเป็นห่วงประเทศ เด็กรุ่นใหม่ไม่มีทางรักษาประเทศได้เลย เพราะพวกเขาไม่สนใจบ้านเมือง เด็กที่จบใหม่ไม่มีสำนึกความรับผิดชอบ ทำงานพอให้เสร็จแต่ไม่มีคุณภาพ ตกคักไม่สนใจเวลาที่โง่ ขอให้ได้เอาเงินเดือนมาเที่ยว เข้าไปทำงานทันไม่ทันไม่สน สิ่งที่ครอบงำวัยรุ่นไทยอยู่ตอนนี้คือ หนึ่งฮอลลีวู้ด วัดความสำคัญของโลกจาก CNN ทำให้ CNN เป็นผู้กำหนดบทบาทของวัยรุ่น...วัยรุ่นไทยทุกวันนี้เป็นพวกสุขนิยม ทุกข์ไม่เป็น เห็นอะไรเด่นดังพร้อมลอกเลียนแบบ ชีวิตของพวกเขาเอาแต่สนุกอย่างเดียว...”¹⁰

ตัวอย่างของชีวิตวัยรุ่นไทยยุค 2000 ของอรสม สุทธิสาครประกอบด้วยการนำเสนอเสี้ยวชีวิต “ที่มีแต่เปลือก” “เอาแต่สนุกอย่างเดียว” ของคนหนุ่มสาวรูปแบบต่างๆ 5 กรณี คือ

1. กรณี “คุณหนูไฮโซ” “หนูได้เงินเป็นรายเดือน เดือนละหกพันบาท ใช้จริงๆ ก็ตกเดือนละเป็นหมื่น...ของใช้ของหนู ถ้าเป็นกระเป๋าก็กุชชี พร้าดำ หลุยส์ วิตตอง ชื้อที่ต่างประเทศตกสามหมื่นกว่า...นาฬิกาหยั่หูกุชชี

¹⁰“พ่อแม่ละทิ้ง คร. เสรี วงษ์มณฑากระเทาะเปลือกวัยรุ่นไทย.” มติชนรายวัน. 15 ตุลาคม 2544, หน้า 13.

คุณแม่ซื้อให้สามหมื่น ฟิลิป และแจ็กชอยเออร์ ส่วนรองเท้าก็ดูที่ใส่สบาย ถ้าตะเคียบก็กูซซี อาร์มานี่ น้ำหอมหนูก็ใช้ทอมมี่กับดีเคเอ็นวาย...”

2. กรณิ “ยาย” “พวกเล่นยาไอ้เขาจะเปิดเพลงเสียงดังมาก พอกินยาแล้วหมุนตั้ง มันขาดสติ ต้องการความมันด้วย... บางทีพอตำรวจฟังประตูเข้าไปในอพาร์ทเมนต์ บนเตียงมีผู้หญิงนอนอยู่ ล้อมรอบด้วยผู้ชายสามคน... ทุกคนล่อนจ้อนหมดและอยู่ในสภาพเมา... นี่แหละ พฤติกรรมที่สื่อให้เห็นว่าเมื่อใช้ยาแล้วเป็นอย่างไร”

3. กรณิ “เด็กป้า” “เวลานอนกับป้าแล้วขะแยง ทรมานใจ เขาอายุมากแล้ว ไม่ใช่คนที่เรารักด้วย ไม่มีความสุขเหมือนนอนกับแฟนเรา มันไม่คุ้มเลย ไม่ดีด้วย ได้เงินมาครั้งละสี่พัน ไม่รวมทั้งที่อับเองด้วย... บางทีอับเป็นหมื่น สามหมื่นก็ยังเคย... เงินที่ได้มาก็เอาไปซื้อของไร้สาระ เทียวไปวันๆ มันทำให้เรานิสัยเสีย ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย”

4. กรณิ “นักฝัน” “ผมมีเช็กครั้งแรกตอนอายุสิบห้ากับเพื่อนที่โรงเรียนที่เ็นแฟนกัน ตอนแรกยังไม่คิดมีอะไรกับใคร แต่นานเข้ามันโดนถูกๆ ทีนี้พอมีครั้งแรกก็ต้องมีครั้งที่สอง ครั้งเดียวถ้าจะพอก็พอได้ แต่พอเรารู้แล้วว่าทำยังไงเราก็สามารถไปทำกับคนอื่นได้ เราคิดว่าตัวเองไม่ใช่เด็กแล้ว”

5. กรณิ “เด็กเที่ยว” “ตอนที่เที่ยวฮ็อตๆ อาทิตย์หนึ่งหนูเที่ยวประมาณอาทิตย์ละสามสี่วัน ถิ่นมาก บางอาทิตย์เที่ยวทุกวัน... จำได้ว่าครั้งหนึ่งไปเที่ยว ทั้งที่วันรุ่งขึ้นสอบปลายภาค เอาชุดนักเรียนไปเปลี่ยนในรถ แล้วไปสอบ เข้าห้องสอบนี่มันมากเลย เพราะไม่ได้นอนมาทั้งคืน” (อรสม สุทธิสาคร 2544:ปกหลัง)

ความจริง หนังสือสารคดีถึงวัยของอรสม สุทธิสาครเล่มนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชีวิตวัยรุ่นไทยยุคปี 2000 โดยเฉพาะวัยโจ๋วัยจ๊อบในเมืองใหญ่ได้อย่างลึกซึ้งและเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างละเอียด ช่วยให้ผู้ใหญ่หรือผู้อ่านทั่วไปได้สัมผัสกับ “เรื่องราวโจษขานที่น่าตื่นเต้น น่าระทึก และสลดหดหู่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความฟอนเฟะของแหล่งมั่วสุมดินแดนอาร์ชีเอ นักศึกษาขายตัวเพื่อแลกกับอุปกรณ์แต่งตัวหรูหราฟุ้งเฟ้อ เด็กวัยรุ่นชายหมกมุ่นอยู่กับการแทงบอลที่ต่ออาทิตย์มีเงินหมื่นเวียนเกลียดแสน ปาร์ตี้ไอ-ชาบ้าที่กลายเป็นแฟชันเคลื่อนไหวเมือง เรื่องของการมั่วเซ็กส์กันไม่เลือกที่ ไม่เว้นแม้แต่ในห้องน้ำ ในร้านอาหาร หรือในรถติดฟิล์มดำมืด” (พชร สมุทวณิช 2544:8-9) อย่างไรก็ตาม เมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบลง ผมรู้สึกเหมือนกับว่ามีอะไรบางอย่างหายไป เหมือนกับว่าชีวิตของวัยรุ่นไทยกำลังถูกเน้นหรือถูกเลือกนำเสนอจากมุมมองและสายตาของผู้ใหญ่มากเกินไป วัยโจ้วัยจ๊อบวันนี้ไม่มีศักยภาพหรือไม่มีภาพด้านสร้างสรรค์เลยหรือ ช่องว่างระหว่างวัยถูกทำให้กว้างยิ่งกว่าคนละโลกเสียอีก เสียงสะท้อนที่มีพลังเพียงอันเดียวในหนังสือเล่มนี้เป็นเสียงแห่งอำนาจของผู้ใหญ่ หรืออำนาจของบรรดาครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ทำงานด้านเด็ก นักจิตวิทยา และนักจิตแพทย์ ซึ่งเป็น “เสียงสะท้อน” ผสมกับความเห็น และแนวทางแก้ไขปัญหาระหว่างวัยที่นำเสนอไว้ในบทสุดท้ายของหนังสือ

ผมกำลังสงสัยว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นกำลังถูกริบไปนำเสนอผ่านสื่อมวลชนและผ่านสื่อต่างๆ โดยที่พวกเขา ไม่มีโอกาสที่จะให้คำอธิบายมากนัก พฤติกรรมของบรรดาชาโจ้วัยจ๊อบทั้งหลายต่างก็ถูกอำนาจ

ของ “ผู้ใหญ่” ในสังคมไทยแข่งไปนำเสนอแทนพวกเขาเกือบทั้งหมด วัฒนธรรมสมัยนิยมของพวกเขาได้รับการป้อนให้เป็นสัญลักษณ์ของความไร้สาระและฟุ้งเฟ้อขาดสติ พวกเขาถูกมองว่าเป็นปัญหาที่ทุกฝ่ายของสังคมต้องช่วยกันแก้ไขและเยียวยา ซึ่งเป็นภาพของเด็กวัยรุ่นในยุคอื่นๆ แต่ในทศวรรษที่ 2520-2530 เรียกว่า “เด็กสาร์ท” หรือ “เด็กมีปัญหา” หรือไม่เช่นนั้นก็มีคนให้คำอธิบายจากแง่มุมต่างๆ แทนบรรดาวัยรุ่นวัยโจ๋ไว้แบบสำเร็จรูปในตัว

ยกตัวอย่างเช่น จากการสำรวจเรื่อง “วัยรุ่นไทยคิดอะไรอยู่” ของนิตยสาร “รีดเดอร์ส ไดเจสท์ สรรสาระ” ร่วมกับสำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซี อินเทอร์เน็ตโพลเมื่อกลางปี พ.ศ. 2542 โดยตั้งคำถามสำรวจความคิดเห็นของวัยรุ่นไทยชาย-หญิงที่กำลังเรียนอยู่ในระดับมัธยมและอุดมศึกษา จำนวน 1,055 คน คำถามข้อหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ “สิ่งที่สำคัญมากที่สุดในชีวิตของวัยรุ่น คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ ครอบครัว 37% ความรู้ 28% เพื่อนฝูง 13% ความรัก 10% เงิน 10%...” ตัวอย่างจากการสำรวจความคิดเห็นดังกล่าวนี้ ผมคิดว่าไม่มีใครเห็นความสำคัญของความคิดเห็นหรือเหตุผลของกลุ่มวัยรุ่นมากนัก ไม่มีใครจะนึกถึงว่าบรรดาวัยรุ่นจะมองเห็นว่าครอบครัวและความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตของแต่ละคนได้อย่างไร เพราะบรรดาสื่อมวลชน หรือผู้ใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นมักจะมีภาพลักษณ์ หรือตราประทับเกี่ยวกับพฤติกรรมของวัยรุ่นที่เป็นของตัวเอง ดังจะเห็นได้จากความเห็นของอาจารย์ทางจิตวิทยาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศท่านหนึ่งที่มีต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นจากการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ที่บอกว่า “...วัยรุ่นไทยทุกวันนี้คิดตามที่ผู้ใหญ่คิด ขณะนี้วัยรุ่นไทยสับสนมาก เพราะคำที่ผู้ใหญ่สอนกับสิ่งที่ผู้ใหญ่ปฏิบัติมันสวนทางกัน วัยรุ่นที่น่าเป็นห่วงที่สุดในขณะนี้คือวัยรุ่นในกรุงเทพฯ และมาจากครอบครัวที่มีฐานะ”¹¹ ผมสงสัยอยู่เหมือนกันว่า ถ้าวัยรุ่นคิดตามที่ผู้ใหญ่คิด หรือสับสนเพราะพฤติกรรมกับคำสอนของผู้ใหญ่ แล้วปัญหาช่องว่างระหว่างวัยไม่น่าจะรุนแรงเหมือนที่เป็นอยู่ และทำไมผู้ใหญ่ทั้งหลายถึงตกตะลึงและวิตกกังวลเหมือนกับจะกลัวว่าตัวเองจะเข้าไม่ถึงโลกของวัยรุ่นไทยยุคดิจิทัล ผู้ใหญ่ไทยน่าจะฉลาดและรู้เท่าทันเด็กไปเสียทุกอย่าง น่าจะมีคำตอบและคำอธิบายที่เป็นเหตุเป็นผลและน่ารับฟังต่อทุกปัญหาของวัยรุ่นมากกว่าที่เป็นอยู่

การสร้างตราประทับและการรับรู้ภาพลักษณ์ของวัยรุ่นไทยในลักษณะเหมารวมพบเห็นได้ทั่วไปในสื่อมวลชน ภาพลักษณ์ส่วนใหญ่มักจะปรากฏออกมาในทางไม่สร้างสรรค์ เป็นทางลบ ไร้สาระ และหลายเรื่องก็เป็นเพียงเป็นภัยต่อสังคม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด เซ็กส์ และพฤติกรรมชั่วร้ายที่สร้างความเดือดร้อนหรือรำคาญใจให้แก่เพื่อนบ้านและสังคมโดยรวม ภาพลักษณ์ในทางลบที่มีต่อวัฒนธรรมสมัยนิยม

¹¹“สำรวจวัยรุ่นไทยสับสนเพราะคำผู้ใหญ่” นิตยสารวัยว. 25 กันยายน 2542, หน้า 17.—คำเขียนโดยผู้เขียน.

ของวัยรุ่นดังกล่าวนี้ปรากฏอย่างชัดเจนในกระแสข่าวและการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นที่ “เซ็นเตอร์พอยท์”¹² แหล่งรวมวัยรุ่นชื่อดังของเมืองไทยแถวสยามสแควร์ที่โด่งดังในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา

ในสื่อบันเทิงที่ชื่อว่า “เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ขานม ผมงอ อาโนเนะ” ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ “มติชนรายวัน” ได้ให้ภาพเกี่ยวกับวัยรุ่นเมืองหลวงที่ไปชุมนุมกันที่ “เซ็นเตอร์พอยท์” ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว สีส้ม ทรงผม รวมทั้งเครื่องประดับนิยมแบบญี่ปุ่นเป็นหลัก เช่น แฟชั่นวัยรุ่นเสื้อผ้าสไคล์ญี่ปุ่น เปลี่ยนสีผม ขานมไข่มุก ร้านอาหารสไคล์ญี่ปุ่น นิยายสารวัยรุ่นเลียนแบบญี่ปุ่น ของที่ระลึก ตู้ถ่ายสติ๊กเกอร์ เจ้าของร้านเสื้อผ้าย่านเซ็นเตอร์พอยต์ให้ข้อมูลว่า “มาเซ็นเตอร์ พอยต์ ต้องทำใจดูวัยรุ่นแต่งตัวแบบนี้ ไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าจะมาสัปดาห์นี้ ทุกคนเขาก็ใส่กันทั้งนั้น โชว์หลัง โชว์ไหล่ โชว์เอว ที่สำคัญต้องโชว์สะดือ นื่องๆ ที่เที่ยวเซ็นเตอร์ พอยต์รูปร่างเขาคือ เอวบางร่างน้อยทั้งนั้นใส่แบบนี้ไม่แปลก ไม่ถึงกับโป๊แต่มันเซ็กซี่มากกว่า แต่ที่แต่งตัวโป๊น่าจะเป็นหนุ่มทำตัวกระตือรือร้นมากกว่า ยุคนี้ต้องยอมรับว่าเสื้อผ้าสไคล์ญี่ปุ่นยังแรงอยู่ แม้มีแบบอื่นมาแซมๆ แต่อยู่ไม่นาน เด็กก็กลับไปแต่งแบบญี่ปุ่นอีก เสื้อผ้าที่แต่ละร้านขายเลยต้องเป็นแบบญี่ปุ่นไปโดยปริยาย ประเภทที่ไม่มียี่ห้อ ราคาตกประมาณ 300 กว่าบาทขึ้นไป ถ้ามียี่ห้อเป็นพันบาทก็มี”¹³ เรื่องเล่าที่ถ่ายทอดโดยเจ้าของกิจการท่านนี้บอกว่า แฟชั่นวัยรุ่นราคาแพงกว่าปกติหลายเท่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในกระแสมัธยมและแฟชั่นนิยามนอกจากจะโด่งดัง ได้รับความสนใจจากสาธารณชนในวงกว้างแล้ว ยังมีราคาแพงมาก บางครั้งก็แพงจนคนธรรมดาสามัญที่ไม่อยู่ในวงการนั้นไม่อาจจะทำความเข้าใจได้ เช่น ไข่มุกหรือขานมที่เชื่อกันว่ามีต้นกำเนิดอยู่ในวัฒนธรรมวัยรุ่นของประเทศไต้หวันนั้น ในช่วงที่ “ฮอตฮิตที่สุด” ราคาสูงถึงแก้วละ 70-80 บาท เป็นต้น

กระแสนิยมญี่ปุ่นมาแรงใน “เซ็นเตอร์ พอยต์” ทำให้นักวิชาการด้านการศึกษารุ่นใหม่ของประเทศท่านหนึ่งถึงกับ “พินธง” ลงไปอย่างเป็นมั่นเป็นเหมาะเลยว่า วัยรุ่นที่เซ็นเตอร์ พอยต์เป็น “เด็ก 3 วัฒนธรรม” โดยให้รายละเอียดว่า “...ใครที่ได้ไปดูเด็กที่เซ็นเตอร์พอยต์บ่อยๆ คงจะยืนยันได้ว่าเด็กมี 3 วัฒนธรรมจริงๆ คือเด็กแต่งกายสไคล์ญี่ปุ่น ทั้งเสื้อผ้า ทรงผม รองเท้า คัมเบียร์ สุนัขหรือตะวันตก พูดคุยเป็นภาษาไทยใช้เงินไทยและมีวิถีชีวิตบางด้าน เช่น การทักทาย สวัสดี ยกมือไหว้ เป็นต้น... อาจแบ่งสัดส่วนได้เป็นวัฒนธรรมญี่ปุ่น: ตะวันตก: ไทย คือ 40:30:30 ตามลำดับ...เมื่อที่นี้เป็นแหล่งรวมของวัยรุ่นที่นิยมการดำเนินชีวิตหลุดโลก ปฏิเสธกฎเกณฑ์บางด้าน มีสังคมที่รับรู้ปัญหาร่วมกัน การไม่ยอมรับ การปราบปรามและการปล่อยปละละเลยเด็ก จึงน่าเป็นห่วง มีข้อเสียมากกว่าข้อดี...”¹⁴

¹² การเขียนทับศัพท์ “Center Point” ในภาษาไทยพบทั้ง “เซ็นเตอร์ พอยท์” “เซ็นเตอร์ พอยต์” “เซ็นเตอร์พอยท์” หรือ “เซ็นเตอร์พอยท์” ผมจะใช้รูปแบบการสะกดการันต์เหล่านี้สลับกันไปมา โดยจะยึดเอาคำที่พบในต้นฉบับเอกสารแต่ละชิ้นที่ผมนำมาใช้ประโยชน์เป็นสำคัญ

¹³ “เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ขานม ผมงอ อาโนเนะ” มติชนรายวัน. 4 พฤษภาคม 2543, หน้า 13.

¹⁴ สมพงษ์ อิศรเดชัน สุวัจระวาทีน. “เด็ก 3 วัฒนธรรมที่เซ็นเตอร์พอยต์” มติชนรายวัน. 17 เมษายน 2543, หน้า 18.

ของวัยรุ่นดังกล่าวนี้ปรากฏอย่างชัดเจนในกระแสข่าวและการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นที่ “เซ็นเตอร์พอยท์”¹² แหล่งรวมวัยรุ่นชื่อดังของเมืองไทยแถวสยามสแควร์ที่โด่งดังในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา

ในสื่อบันเทิงที่ชื่อว่า “เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ขานม ผมงอ อาโนเนะ” ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ “มติชนรายวัน” ได้ให้ภาพเกี่ยวกับวัยรุ่นเมืองหลวงที่ไปชุมนุมกันที่ “เซ็นเตอร์พอยท์” ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว สีส้ม ทรงผม รวมทั้งเครื่องประดับนิยมแบบญี่ปุ่นเป็นหลัก เช่น แฟชั่นวัยรุ่นเสื้อผ้าสไคล์ญี่ปุ่น เปลี่ยนสีผม ขานมไข่มุก ร้านอาหารสไคล์ญี่ปุ่น นิยายสารวัยรุ่นเลียนแบบญี่ปุ่น ของที่ระลึก ตู้ถ่ายสติ๊กเกอร์ เจ้าของร้านเสื้อผ้าย่านเซ็นเตอร์พอยต์ให้ข้อมูลว่า “มาเซ็นเตอร์ พอยต์ ต้องทำใจดูวัยรุ่นแต่งตัวแบบนี้ ไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าจะมาสัปดาห์นี้ ทุกคนเขาก็ใส่กันทั้งนั้น โชว์หลัง โชว์ไหล่ โชว์เอว ที่สำคัญต้องโชว์สะดือ นื่องๆ ที่เที่ยวเซ็นเตอร์ พอยต์รูปร่างเขาคือ เอวบางร่างน้อยทั้งนั้นใส่แบบนี้ไม่แปลก ไม่ถึงกับโป๊แต่มันเซ็กซี่มากกว่า แต่ที่แต่งตัวโป๊น่าจะเป็นหนุ่มทำตัวกระตือรือร้นมากกว่า ยุคนี้ต้องยอมรับว่าเสื้อผ้าสไคล์ญี่ปุ่นยังแรงอยู่ แม้มีแบบอื่นมาแซมๆ แต่อยู่ไม่นาน เด็กก็กลับไปแต่งแบบญี่ปุ่นอีก เสื้อผ้าที่แต่ละร้านขายเลยต้องเป็นแบบญี่ปุ่นไปโดยปริยาย ประเภทที่ไม่มียี่ห้อ ราคาตกประมาณ 300 กว่าบาทขึ้นไป ถ้ามียี่ห้อเป็นพันบาทก็มี”¹³ เรื่องเล่าที่ถ่ายทอดโดยเจ้าของกิจการท่านนี้บอกว่า แฟชั่นวัยรุ่นราคาแพงกว่าปกติหลายเท่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในกระแสมัธยมและแฟชั่นนิยามนอกจากจะโด่งดัง ได้รับความสนใจจากสาธารณชนในวงกว้างแล้ว ยังมีราคาแพงมาก บางครั้งก็แพงจนคนธรรมดาสามัญที่ไม่อยู่ในวงการนั้นไม่อาจจะทำความเข้าใจได้ เช่น ไข่มุกหรือขานมที่เชื่อกันว่ามีต้นกำเนิดอยู่ในวัฒนธรรมวัยรุ่นของประเทศไต้หวันนั้น ในช่วงที่ “ฮอตฮิตที่สุด” ราคาสูงถึงแก้วละ 70-80 บาท เป็นต้น

กระแสนิยมญี่ปุ่นมาแรงใน “เซ็นเตอร์ พอยต์” ทำให้นักวิชาการด้านการศึกษารุ่นใหม่ของประเทศท่านหนึ่งถึงกับ “พินธง” ลงไปอย่างเป็นมั่นเป็นเหมาะเลยว่า วัยรุ่นที่เซ็นเตอร์ พอยต์เป็น “เด็ก 3 วัฒนธรรม” โดยให้รายละเอียดว่า “...ใครที่ได้ไปดูเด็กที่เซ็นเตอร์พอยต์บ่อยๆ คงจะยืนยันได้ว่าเด็กมี 3 วัฒนธรรมจริงๆ คือเด็กแต่งกายสไคล์ญี่ปุ่น ทั้งเสื้อผ้า ทรงผม รองเท้า คัมเบียร์ สุนัขหรือตะวันตก พูดคุยเป็นภาษาไทยใช้เงินไทยและมีวิถีชีวิตบางด้าน เช่น การทักทาย สวัสดี ยกมือไหว้ เป็นต้น... อาจแบ่งสัดส่วนได้เป็นวัฒนธรรมญี่ปุ่น-ตะวันตก-ไทย คือ 40:30:30 ตามลำดับ...เมื่อที่นี้เป็นแหล่งรวมของวัยรุ่นที่นิยมการดำเนินชีวิตหลุดโลก ปฏิเสธกฎเกณฑ์บางด้าน มีสังคมที่รับรู้ปัญหาร่วมกัน การไม่ยอมรับ การปราบปรามและการปล่อยปละละเลยเด็ก จึงน่าเป็นห่วง มีข้อเสียมากกว่าข้อดี...”¹⁴

¹² การเขียนทับศัพท์ “Center Point” ในภาษาไทยพบทั้ง “เซ็นเตอร์ พอยท์” “เซ็นเตอร์ พอยต์” “เซ็นเตอร์พอยท์” หรือ “เซ็นเตอร์พอยท์” ผมจะใช้รูปแบบการสะกดการันต์เหล่านี้สลับกันไปมา โดยจะยึดเอาคำที่พบในต้นฉบับเอกสารแต่ละชิ้นที่ผมนำมาใช้ประโยชน์เป็นสำคัญ

¹³ “เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ขานม ผมงอ อาโนเนะ” มติชนรายวัน. 4 พฤษภาคม 2543, หน้า 13.

¹⁴ สมพงษ์ อิศรเดชัน สุวัจระวาทีน. “เด็ก 3 วัฒนธรรมที่เซ็นเตอร์พอยต์” มติชนรายวัน. 17 เมษายน 2543, หน้า 18.

แม้ผมจะไม่คุ้นเคยกับ “เซ็นเตอร์พอยต์” มากนัก แต่ผมเข้าใจว่า การฟื้นฟูกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมจนถึงขั้นระบุออกมาเป็นตัวเลขนั้น ออกจะพิศมัยชาติของการทำความเข้าใจวัฒนธรรมลักษณะนี้ อะไรก็ตามที่เป็นกระแสย่อมมีขึ้นมีลงและเปลี่ยนแปลงไปเร็ว ยกตัวอย่าง เช่น ในช่วงต้นปี 2544 กระแสป๊อปของเกาหลิได้เริ่มเคลื่อนตัวเข้ามาครองความนิยมควบคู่ไปกับกระแสวัฒนธรรมอื่นๆ ในพื้นที่ของศูนย์รวมวัยรุ่นแห่งนี้และในวัฒนธรรมวัยรุ่นทั่วไป นอกจากนี้ ผมไม่คิดว่าการแยกส่วนวัฒนธรรมวัยรุ่นออกมาเป็นกระแสวัฒนธรรมญี่ปุ่นตะวันตก และไทยนั้น จะช่วยให้เราทำความเข้าใจพฤติกรรมของวัยรุ่นในระดับองค์รวมได้ อะไรคือวัฒนธรรมญี่ปุ่น อะไรคือวัฒนธรรมตะวันตก อะไรคือวัฒนธรรมไทย วัดจากอะไร คำถามเหล่านี้ไม่อาจจะตอบได้โดยไม่มี การพาดพิง หรือเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพราะถึงที่สุดแล้วก็ไม่มีหรือไม่เคยมีวัฒนธรรมใดเลยที่จริงแท้บริสุทธิ์ หรือคงความเป็นของแท้จากต้นกำเนิดไว้ได้ ที่นี้คือ “เซ็นเตอร์พอยต์” มหานครของวัฒนธรรมวัยรุ่นไทยยุค ดิจิตอล ที่มีความหลากหลายมากกว่า 3 กระแสนัก ไม่มีใครอธิบายความหมายของพฤติกรรมหรือกระแสนอด นิยมต่างๆ ได้ดีไปกว่าพวกเขาเอง ทำไมเราไม่มองว่ากระแสต่างๆ นั้นเป็นความหลากหลายในหนึ่งเดียว เป็นการ ดิ้นรนแสวงหาความหมาย หรือสื่อความหมายของกลุ่มวัยรุ่นในบริบทของเวลาและสถานที่เฉพาะชุดหนึ่ง ผม ไม่แน่ใจเหมือนกันว่า คนญี่ปุ่นหรือคนตะวันตกจะยอมรับว่าวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ “เซ็นเตอร์พอยต์” ว่าเป็น “จีน ส่วน” ของวัฒนธรรมพวกเขา เช่นเดียวกับที่คนไทยส่วนใหญ่ที่เข้าใจยอมรับไม่ได้ว่าวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ว่ามี ความเป็นไทยแฝงอยู่ที่ตรงไหน

ยังมีแง่คิดมุมมองและรายละเอียดอีกจำนวนมากเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นไทยยุคดอตคอม ที่พิจารณา “เซ็นเตอร์พอยต์” และแหล่งรวมวัยรุ่นเมืองหลวงและเมืองใหญ่ของประเทศไทยที่อื่นๆ เป็นกรณี ศึกษา ในที่นี้ผมเลือกที่จะนำเสนอในส่วนที่ได้จาก “ผู้ที่อยู่เบื้องหลัง” และ “ผู้ใหญ่วัยทำงานที่ใกล้ชิด” กับวัยรุ่น ไทยอีก 3-4 ท่าน หนึ่งในจำนวนนั้นเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังความคิดและการดำเนินงานเพื่อสร้าง “เซ็นเตอร์พอยต์” ให้เป็น “ชินจู-ฮาราจูเมืองไทย”

ท่านแรกคือ คุณวิฑูรย์ ชัยปาณี กรรมการผู้จัดการบริษัทโอกิวิ แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เล่า ว่า... พฤติกรรม[หลัก]วัยรุ่นไทยยุคดอตคอมคือ เรียนไป-เล่นไป และการเล่นของวัยนี้คือ คบเพื่อน กับเจ้า เจ๊ะ “เวลานอกเหนือจากการเรียนแล้วขอฉันไม่เครียด วัยรุ่นไทยจะไม่ทำอะไรอย่างอื่นนอกจาก พุด-พุด-พุด คุย-คุย-คุย จึงอยากจะเรียกว่า “เจ้าเจ๊ะเงินเนอเรชั่น” มันเป็นการระบายออก คลายเครียด ได้เกี่ยวข้องกับเพื่อน ผูก และปัจจุบันก็มีทั้งมือถือและคอมพิวเตอร์ เหมือนติดปีกให้พุดกันทั้งวันทั้งคืน... สำหรับวัยรุ่นทุกอย่างต้อง เป็นของฉัน เป็นตัวของฉัน เป็นยุคของ “Me Era” เช่น เขาพอใจจะใส่เสื้อกั๊ก ใส่เจลใส่ผมที่แข็งโป๊กสีเขียว โกรกผมสีแดง สีเขียว รองเท้าสันดึก เขาพอใจแบบนี้มากกว่าที่เขาจะสวยเหมือนนางสาวไทย เขาต้องการมีเอก

ลักษณะของตัวเอง เป็นตัวเองที่สุด ก่อนข้างกบฏนิดๆ ชอบอะไรที่ทำหาย จะต่อต้านอะไรที่อยู่ในกรอบ ชอบทดลอง...”¹⁵

ท่านที่สองคือ คุณเคลใจ บุญยรัตเวช ได้เล่าถึง “ความจ๊าบ” หลากแบบหลายสไตล์ของวัยรุ่นไทยยุคไฮเทคว่า “...จำแนกที่หนึ่งเรียกว่า “จูเนียร์ ซิปป์” คือตามเพื่อนสุดฤทธิ์ แฟชั่นอะไรใหม่ๆ แปรนต์ไหนกำลังฮิต ขอซื้อไว้ก่อน ไม่ค่อยมีความคิดสร้างสรรค์เป็นของตนเอง แบบที่สองคือ “อินดิวิดวล” กลุ่มนี้ค่อนข้างมีความเป็นตัวของตัวเอง ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ ไม่ค่อยเหมือนแบบใคร ชอบเป็นผู้นำ แบบสาม “อเวอเรจ” เป็นกลุ่มใหญ่ในสังคมคือ กลางๆ ไม่กล้าเสี่ยงเท่าไร เข้าไปโรงเรียน เย็นเรียนพิเศษ กลางคืนกลับบ้าน ไปดูหนังฟังเพลง [แบบที่สี่] “แอคทีวิส” เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างจะหัวรุนแรงแรงนิดหนึ่ง ชอบสร้างความโดดเด่น แต่งตัวแรงๆ ไม่เกรงความรู้สึกใครเท่าไร [แบบที่ห้า] อีกกลุ่มหนึ่งค่อนข้างจะน้อยหนอย พวกนี้เช่นที่เล่นอินเทอร์เน็ตทั้งวัน ไม่ยุ่งกับใคร หรือชอบอยู่คนเดียว ชอบท่องเที่ยวไปคนเดียว...”¹⁶

ท่านที่สามคือ คุณพรนริศ ชวนไชยสิทธิ์ ผู้มีบทบาทสำคัญในการริเริ่มและดำเนินการเซ็นเตอร์พอยท์ แหล่งรวมวัยรุ่นย่านสยามสแควร์ เล่าว่า “...เมื่อก่อนเซ็นเตอร์พอยท์ เด็กแต่งตัวไม่ใช่อย่างนี้ คือ เสื้อยืดกางเกงยีนส์มาเรียนหนังสือ อยู่ดีๆ เกิดอะไรขึ้นมาก็ไม่ทราบกลายเป็นชุดสีสันบาดตา สายเดี่ยว เกาะอก แบบตัว ผมหตกใจมาก เมื่อดันปีมีสันมากๆ เท้าผ้าเช็ดหน้าผืนเดียว แก๊งละ 10 คน ไม่ทำอะไรเลย เดินไปเดินมาอยู่อย่างเดียว พอโดนกลุ่มวัฒนธรรมว่าเขาไม่รักไทย เขาใส่ตะเบ็งมานมาเลย คาคผ้าแถบข้างล่างเป็นโจงกระเบนแค่สั้นจิ๊ดๆ เลย... ทางเราผู้บริการไม่ได้คาดหวังว่าจะออกมาขนาดนี้ แต่ต้องยอมรับว่า นี่คือสังคมไทย จะมาหลอกตัวเองว่า วัฒนธรรมต่างชาติอย่าไปเอา ต้องสู้ ไม่ได้แล้ว เด็กพวกนี้ว... ตอนที่หนึ่งเรื่อง “สตรีเหล็ก” ดังก็จะมีกลุ่มใหญ่มากเลย หัวเกรียนเขียว มีหน้าอกด้วย อยู่ตั้งแต่บ่าย นั่งแล้วก็ยืน แอนไปแอนมา เดี่ยวเชือกก็กรี๊ดโดยไร้สาเหตุ ผมให้เจ้าหน้าที่ไปถามว่าเรียนรีเปลาวันๆ เขาตอบเรียนดีทั้งกลุ่มไม่มีใครต่ำกว่า 3 กว่าๆ แล้วแต่งตัวแบบนี้ผิดรัฐธรรมนูญข้อไหน อึ้งเลยครับ...ญี่ปุ่นมาดูบอกว่าที่นี่ไม่เหมือนฮารากุ ชินจูกุ มันรวมหมดเลยทั้งฮ็อกกิง ได้หัวนินจาเดิน สารพัดจะรวมกันที่เมืองไทย ตรงนี้เป็นเวทีการสร้างสรรค์ ฝรั่งเศสเขาบอกว่าเด็กที่นี่สร้างสรรค์ น่าจะจับไปเรียนดีไซเนอร์ เขาไม่ได้คิดแบบเราว่าต้องปัดๆ ซ่อนๆ...วัยรุ่นที่มีปัญหาในสายตาที่ผู้ใหญ่ไทยรับไม่ได้ นั้นเป็นเพียงส่วนเดียวเล็กๆ ของเด็กย่านเซ็นเตอร์พอยท์ แต่ถูกตีขลุมเป็นทั้งหมด...”¹⁷

ข้อความตอนท้ายนี้สำคัญ เพราะเป็นการบอกว่าในสายตาของคนที่ถูกคล้อยอยู่กับวัยรุ่นแล้วยืนยันว่า วัยรุ่นที่มิวสุมและมีพฤติกรรมเสื่อมเสียนั้นเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยเท่านั้น สื่อมวลชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และผู้ใหญ่ต่างหากที่นำเสนอภาพลักษณ์ด้านลบมากเกินไป ถ้าสรุปคุณชยะบุรณ์ ชวนไชยสิทธิ์ รองกรรมการผู้

¹⁵ วิมล กิจงามนิชกร. “จำภาพรู้ไทย วัยรุ่นยุคเราเขาทำอะไรกัน.” *มติชนรายวัน(สุขสรรค์)*. 11 กันยายน 2543, หน้า 12.

¹⁶ วิมล กิจงามนิชกร. “จำภาพรู้ไทย วัยรุ่นยุคเราเขาทำอะไรกัน.” *มติชนรายวัน(สุขสรรค์)*. 11 กันยายน 2543, หน้า 12.

¹⁷ วิมล กิจงามนิชกร. “จำภาพรู้ไทย วัยรุ่นยุคเราเขาทำอะไรกัน.” *มติชนรายวัน(สุขสรรค์)*. 11 กันยายน 2543, หน้า 12.—ตัวเอียงโดยผู้เขียน.

จัดการเซ็นเตอร์พอยต์ ผู้เนรมิตพื้นที่เสรีแห่งนี้เป็นศูนย์รวมครองใจวัยรุ่น ได้ออกมาปกป้องข้อกล่าวหาที่ถูกมองว่า เซ็นเตอร์พอยต์เป็นแหล่งรวมของวัยรุ่นที่แสดงพฤติกรรมไม่ค่อยเหมาะสม ท่านกล่าวว่า “คำวาทิทธิเสรีเราคงไปจำกัดสิทธิไม่ได้ เซ็นเตอร์พอยต์เป็นเพียงสถานที่ที่ไม่สามารถกำหนดจริยธรรมหรือวัฒนธรรมของสังคมได้ แต่เป็นสถานที่แสดงออกของวัฒนธรรมของสังคม ผมในฐานะที่เป็นเจ้าของสถานที่ช่วยได้คือ ไม่สนับสนุนให้ทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ขณะเดียวกันก็พยายามสอดแทรกสิ่งที่เป็นประโยชน์มีสาระลงไป ผมคงไม่ได้เป็นคนทำให้เด็กคิดยา ทำให้เด็กใส่สายเดี่ยว เบี่ยงเบนพฤติกรรมทางเพศ หลายคนอาจมองว่าเป็นเวทีเปิดโอกาสกับพวกเขาเหล่านั้น ไม่ใช่เลย เซ็นเตอร์พอยต์เป็นสถานที่เปิด ไม่มีม็อบให้มั่วสุม ซึ่งสิ่งที่คนพูดกันปากต่อปาก อยากให้มาดูกันเองว่าพฤติกรรมที่กล่าวถึงมีแค่เป็นส่วนน้อย เราไม่ได้ปล่อยให้พื้นที่เสรี แต่อยู่ใต้กฎระเบียบ วัฒนธรรม จริยธรรมของสังคม เพียงแต่เซ็นเตอร์พอยต์เกิดขึ้นในช่วงของกระแสแฟชั่นสายเดี่ยวมาแรงเท่านั้นเอง...”¹⁸

พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ไม่อยู่ในกรอบหรือระเบียบของสังคม เช่น พฤติกรรมการมั่วสุมทางเพศ พฤติกรรมการมั่วสุมในสถานเริงรมย์ พฤติกรรมติดยาเสพติด พฤติกรรมติดพนัน โดยเฉพาะพนันฟุตบอล ฯลฯ เป็นส่วนสำคัญที่อยู่ภายใต้ “นโยบายจัดระเบียบสังคม” ของกระทรวงมหาดไทยภายใต้การนำของ ร.ต.อ. ดร. ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ แม้จะต้องเผชิญหน้ากับการคัดค้านกับเจ้าของ ผู้ประกอบการสถานเริงรมย์ และคนที่มาอาชีพเกี่ยวข้อง แต่นโยบายดังกล่าวได้รับการสนับสนุนอย่างท่วมท้นจากบรรดา “ผู้ใหญ่” สื่อมวลชน และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ และเป็นนโยบายที่ได้ชื่อว่าได้รับความนิยมมากที่สุดอันหนึ่งของรัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร¹⁹ ผมคงจะไม่นำเสนอรายละเอียดและประเด็นการวิพากษ์ที่เกี่ยวกับนโยบายการจัดระเบียบสังคมในที่นี้ ผมเพียงต้องการจะชี้ให้เห็นว่า นโยบายจัดระเบียบสังคมนั้น “ถูกออกถูกใจ” คนกระแสหลักในสังคมไทยยิ่งนัก ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่ในสังคมมองว่า บรรดากระแสนิยมและพฤติกรรมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็น “พฤติกรรมปัญหา” เป็นภัยคุกคามต่อความสงบ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีของประเทศไทย คนส่วนใหญ่มองเห็นว่าสังคมไทยปล่อยเสรีกันเกินไปในส่วนที่เกี่ยวกับอบายมุข สถานเริงรมย์ รวมทั้งการควบคุมพฤติกรรมของเยาวชนไทย เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติท่านหนึ่งถึงกับนิยามพฤติกรรมวัยรุ่นไทยดังกล่าวว่า “วิกฤตศีลธรรม”²⁰ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พฤติกรรมวัยรุ่นหรือวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นเป็นรูปธรรมของ “ความเป็นอื่น” (otherness) ที่โผล่ขึ้นมาหรือปรากฏตัวให้เห็นอยู่ในใจ

¹⁸ “มองใจหนุ่มของพระปูลห์ ขวนไขยสิทธิ์ อยากเห็น...เซ็นเตอร์พอยต์...โถมใหม่ ไร้รั้ว ไร้เพศ.” มติชนรายวัน. 9 มีนาคม 2545, หน้า 19.

¹⁹ “บทสัมภาษณ์: สถาบันทุนประชัย.” มติชนรายวัน. 4 กันยายน 2544, หน้า 2; “จัดระเบียบสังคม: นโยบายเฉพาะหน้าระยะยาว.” มติชนรายวัน. 18

กันยายน 2544, หน้า 6; “นโยบาย มท. 1 เป็นไปได้หรือไม่? พาเด็กเข้าคุกหวังไม่ให้คิดยา.” มติชนรายวัน. 1 มิถุนายน 2544, หน้า 14.

²⁰ “วัดนี้” มติชนรายวัน. “วิกฤตศีลธรรมกับเด็กและเยาวชน.” มติชนรายวัน. 3 เมษายน 2544, หน้า 17.

กลางวัฒนธรรมประจำชาติไทยหรืออัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ดังนั้น บรรดาผู้ใหญ่ในเมืองไทยทั้งหลายจึงทำอะไรได้ไม่มากไปกว่าการ โไทยวัฒนธรรมต่างชาติ และหาหนทางจัดระเบียบหรือควบคุมกำกับให้อยู่ในกรอบกติกาของกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก

ดูเหมือนว่าทุกคนที่มีโอกาสเขียนถึง พุดถึง หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นไทยจะพุดออกมาเป็นเสียงเดียวกัน หรือประสานเสียงสอดคล้องกันเป็นหนึ่งเดียว นั่นคือ “เสียงของอำนาจ” หรือ “สายตาของผู้ใหญ่” ที่ยึดเอากฎหมาย ศีลธรรม จริยธรรม และคุณค่าทางวัฒนธรรมของสังคมไทยสังคมไทยเป็นตัวตั้งเสมอ วัยรุ่นไทยต้องตกเป็นประหนึ่ง “จำเลย” หรือ “ผู้ต้องหา” ที่จะต้องถูกลงโทษโดยการจัดระเบียบเสียใหม่ ที่หนักที่สุดก็มองเห็นว่าวัยรุ่นกำลังตกเป็น “เหยื่อ” ที่ไม่รู้ตัวว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ ไม่ว่าคนพุดจะเป็นนักกิจกรรมทางสังคม นักการเมือง ข้าราชการ หรือแม้กระทั่งวัยรุ่นด้วยกันเอง ถ้ามีโอกาสพุดหรือแสดงความเห็นผ่านสื่อมวลชน เสียงของอำนาจและสายตาของผู้ใหญ่ในสังคมไทยกระแสหลักมักจะปรากฏให้เห็นซ้ำแล้วซ้ำเล่า เช่น ความเห็นต่อกรณีแม่เล่า โสภณิเด็ก และอดีต ส.ว. ระดับรองประธานวุฒิสภา กอรัปกุล วิจิษฐ์ภาค แก้วทิพย์มองว่า “เด็กหญิงวัย 13-14 ปี ควรเป็นวัยที่มีความสุขในการแสวงหาความรู้อยู่ในโรงเรียน มิใช่ไปแสวงหาประสบการณ์ทางเพศในโรงแรม่านรูดด้วยความเต็มอกเต็มใจ เพียงเพื่อให้ได้เงินมาจบบ้างใช้สอยได้อย่างที่เพื่อนมีกัน เทียบสถานบันเทิง ซ็้อโทรศัพท์มือถือ ใช้กระเป๋า รองเท้าแบรนด์เนม เป็นค่าเียนฟุ้งเฟ้อที่ถูกหลอหลอมจากระบบทุนนิยม จนเด็กและเยาวชนของเราตกเป็นทาสของสิ่งเหล่านั้น ไปโดยไม่รู้ตัว...”²¹

รุ่นพี่ในมหาวิทยาลัยคนหนึ่งมีโอกาเขียนบทความถึงน้องๆ วัยรุ่นในเซ็นเตอร์พอยต์ ปรากฏว่าเขาบรรเลงข้อเขียนด้วยท่าทีสั่งสอนอบรมของ “ผู้ใหญ่” ผู้ซึ่งรู้ผิดถูกชั่วดีตามมาตรฐานทางจริยธรรมและวัฒนธรรมไทยกระแสหลัก ดังนี้ “บางทีผมยังงงตัวเองเลยว่า เราเสียค่าเครื่องบินมาญี่ปุ่นตอนไหนเนีย แหม หันไปทางไหนก็มีแต่สาวๆ ญี่ปุ่นทั้งนั้นเลย... พี่เข้าใจว่าน้องอยากจะแต่งตัวให้เป็นอิสระ และที่ตรงนี้เป็นที่ปลดปล่อย ใครอยากทำอะไรก็ทำ ใครอยากจะทำอย่างไรก็ได้ ใครอยากจะทำก็ทำ เป็นสิทธิส่วนบุคคล แต่น้องจำ น้องเคยคิดบ้างไหมครับว่า บรรพบุรุษของเราทำนออดสำห้เสียเลือดเสียเนื้อไปก็หลายหมื่น เพื่อที่จะรักษาพื้นเอกราชของชาติไทยไว้ แต่บัดนี้กลับกลายเป็นว่าน้องๆ ได้มอบจิตวิญญาณให้กับต่างชาติโดยที่เขาไม่ได้เอาอาวุธมาจ่อคอเราสักหน่อย แค่อ่านเฟชั่นมาล่อน้อยเดียว น้องก็เอาสติไปให้เขาโดยไม่เหลือไว้คิดอ้างว่ามันมีประโยชน์อะไรหนอที่ต้องแต่งตัวกันแบบนี้...[สุดท้ายวัยรุ่นพี่คนนี้ก็เสนอแนะให้น้องๆ ให้ไปหาอะไรที่มีสาระทำที่เซ็นเตอร์พอยท์บ้าง ไม่ใช่เอาแต่เรื่องไร้สาระ] โดยการไปหาที่เรียนพิเศษ... ไปหารายได้พิเศษ...เข้าร่วมกิจกรรมที่เขาเปิดโอกาสให้แสดงออก...จัดตั้งกลุ่มอาสาช้ทางสว่างให้กับเพื่อน...ไปดูความหมายของชีวิต...”²²

²¹ กอรัปกุล วิจิษฐ์ภาค แก้วทิพย์. “เด็กนักเรียนหญิง: เหยื่อของทุนนิยม.” มติชนรายวัน. 30 มกราคม 2544, หน้า 6.

²² THAI SAKDAYLY VOICE.COM, “SOCIETY CENTER,” University Life. Vol. 123 (2000):44

ผมอยากจะตั้งข้อสังเกตในตอนท้ายของการนำเสนอกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นไทยยุคดิจิทัลว่า วัยรุ่นไทยมีเวทีสาธารณะในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและอัตลักษณ์ของตนน้อยเกินไป พวกเขาถูกกีดกันจากเวทีที่มีอยู่โดยเฉพาะสื่อมวลชนโดยอำนาจของผู้ใหญ่และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ วัฒนธรรมสมัยนิยมของพวกเขาจึงถูก “สับและ” อย่างไม่มีชีวิตชีวา พวกเขาถูกลดทอนและตัดสินลงโทษจากสังคมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการถูกมองว่าเป็น “มนุษย์/คนสายพันธุ์ใหม่” ผมรู้สึกว่าตัวตนของวัยรุ่นไทยกำลังบาดเจ็บ พวกเขาต้องการสังกัด ต้องการพูด ต้องการมีคนรับฟัง และต้องการพื้นที่แสดงออกมากกว่าที่เป็นอยู่ ที่สำคัญ พวกเขาต้องการ โอกาสและต้องการทำสิ่งที่มองเห็นความสำคัญของพวกเขาจากสังคมมากกว่าที่เป็นอยู่ พวกเขารู้สึกว่าสังคมกำลังแบ่งแยกและกีดกันพวกเขาให้ตกอยู่ในสถานะชายขอบมากขึ้นทุกที ผมชอบใจความคิดและมุมมองของปราบดา หยุ่น ผู้ที่อยู่ในวัยไม่ต่างจากวัยรุ่นเขาใจเท่าใดนัก เขาเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับวัยรุ่นไทยตอนหนึ่งว่า “...ถ้าถามว่าสังคมมองวัยรุ่นอย่างไร ก็แสดงว่าดึงวัยรุ่นออกจากสังคมแล้ว วัยรุ่นไม่ได้อยู่ในสังคมแล้ว...ปัญหาอยู่ที่สังคมจะเปิดโอกาสให้วัยรุ่นมากกว่า และการที่ผู้ใหญ่ชอบคิดว่าตนเองถูก และวัยรุ่นเองก็ถูกสอนมาตั้งแต่เล็กว่าสิ่งที่ผู้ใหญ่ทำเป็นสิ่งที่ถูก...”²³ เสียงสะท้อนที่มีอยู่ไม่มากของวัยรุ่นไทยมักจะพูดออกมาในลักษณะที่ว่า “มนุษย์พันธุ์ใหม่อย่างพวกเราไม่เห็นจะต้องทำอะไรตามใคร แต่อย่าทำให้คนอื่นเดือดร้อนก็แล้วกัน”

4.2 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 2:

บุชาความงาม-เกลียดกลัวความแก่:

วัฒนธรรมความงามในกระแสบริโกลนิยม

“แม้คุณจะไม่เลือกเกิดไม่ได้ แต่คุณ...เลือกที่จะสวยได้”

“รูปร่างเพรียว ออกสวย หน้าใส ผิวขาวเนียน

ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

เพียงคุณ โทรรับคำปรึกษาฟรี!

รับสิทธิพิเศษสุด ลด 50%”

“โชว์ได้สบายปรีอ เพราะมี maxima bra ยกทรงที่ออกแบบ
เพื่อการเก็บกระชับเนื้อส่วนเกินของคุณให้เข้ารูปสวยสมสัดส่วน

²³ “สัมภาษณ์ปราบดา หยุ่น.” มติชนรายวัน. 1 มกราคม 2544, หน้า 12.

จะถอดจะใส่...ก็มันใจสุด สุด

สวยไม่จำกัดไซส์ ด้วย *maxima bra* จากกุลสตรี²⁴

Thesander (1997:14) เรียกกระแสป๊อปของการบูชาความงาม กลืนกลืนแล้วความแก่และความอ้วนของผู้หญิง โดยเฉพาะในวัฒนธรรมตะวันตกว่าเป็น “ลัทธิพิชิตของร่างกาย” (the cult of the body) ท่านอธิบายต่อไปว่า ในวัฒนธรรมตะวันตก ลัทธิพิชิตดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การสร้างร่างกายใหม่โดยการออกกำลังกายหรือเสริมความงามด้วยกรรมวิธีต่างๆ กลายเป็นสิ่งธรรมดาสามัญ คลินิกเสริมความงามเกิดขึ้นทุกหัวระแหง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศัลยกรรมพลาสติกไม่ได้จำกัดเฉพาะนางแบบหรือดารานักกร้องนักแสดง หรือคนที่ทำมาหากินโดยอาศัยรูปร่างหน้าตาอีกต่อไป แต่ผู้หญิงธรรมดาสามัญทุกวันนี้ก็สามารถพูดได้ว่ามีความสุขมากกว่าถ้าเรี้นร่างหรือทรวดทรงใหม่หลังเข้ารับการผ่าตัดโดยฉนวนหน้ากัน คำอธิบายข้างต้นนี้ช่วยให้ผมมองเห็นอิทธิพลของวิถีคิดและวิธีปฏิบัติต่อร่างกายแบบตะวันตกที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย

ผมอยากจะเรียกกระแสไทยป๊อปกรณีนี้เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มีศูนย์กลางของความสนใจส่วนใหญ่อยู่ที่เรือนร่างและทรวดทรงของผู้หญิง เป็นกระแสป๊อปที่หล่อหลอมวิถีคิดและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความงาม สุขภาพ ภาพลักษณ์ และเพศสภาพที่มีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงต่อผู้หญิงไทยและผู้ชายไทยในวัยวัยรุ่นและวัยทำงานส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังเป็นกระแสป๊อปที่เข้มข้นไปด้วยสงครามโฆษณาและการต่อสู้ช่วงชิงผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยมีเรือนร่างของผู้หญิงและเพศสภาพของผู้หญิงเป็นแกนกลาง หัวใจหลักของกระแสไทยป๊อปกรณีนี้สอดคล้องกับการทำงานของระบบทุนนิยมบริโภคนิยมในยุคโลกาภิวัตน์หลายประการ ได้แก่

ประการแรก เกิดวิถีคิดใหม่เกี่ยวกับความงามและเรือนร่างที่สั่นสะเทือนและถอนรากถอนโคนวิถีคิดเดิมอย่างสิ้นเชิง นั่นคือ ผู้หญิงและผู้ชายยุคใหม่ล้มเลิกความคิดเดิมว่า ร่างกายจะสวยจะหล่อหรือไม่ขึ้นอยู่กับต้นทุนเดิมที่พ่อแม่ให้มา หรือขึ้นอยู่กับบุญวาสนาที่ตามมาแต่ชาติปางก่อน พวกเขาและเธอต่างพากันย้ายสังกัดความคิดไปมองว่า ร่างกายเป็นทุนเดิมที่เราได้มาตามธรรมชาติ (พันธุกรรมของพ่อแม่) ก็จริง แต่ทุกวันนี้วิทยาการทางการแพทย์และเทคโนโลยีสามารถช่วยให้มนุษย์เราก้าวพ้นขีดจำกัดดังกล่าวได้ คนเราสามารถแปลงโฉม เสริมแต่งลดกรรม เปลี่ยนสีผม ย้อมสีผม ลดน้ำหนัก ดูดไขมัน ฯลฯ เพื่อให้ตนเองได้เป็นเจ้าของ “เรือนร่าง” ที่พึงปรารถนาได้อย่างสมใจอยาก ขอเพียงแค่เรามีเงินและเข้าถึงบริการทางการแพทย์และเทคโนโลยีได้ เราก็จะมีอำนาจเหนือร่างกายของตนเองได้อย่างสมใจนึก

ประการที่สอง การสร้างความจริงเกี่ยวกับความงามที่พึงปรารถนา ความงามในอุดมคติ เรือนร่างหรือทรวดทรงในอุดมคติผ่านสื่อโฆษณาที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง โดยมีผู้หญิงในช่วงวัยรุ่น วัยทำงาน และวัย

²⁴ โยทนต์ ทั้ง 3 ชิ้นปรากฏอยู่ใน อัครบัณฑิตตรา ฉบับพิเศษ “ดาวทองฟ้า ภูผาสีเงิน.” มปป. มปป. [วางจำหน่ายตามแผงหนังสือทั่วประเทศประมาณปี 2544-2545].

กลางคนก่อนวัยชราเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ดังข้อความโฆษณาคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามและยกทรงของสตรีที่พจนานุกรมออนไลน์ คำถามที่น่าสนใจก็คือ ใครเป็นคนผลิตวาทกรรมความงามดังกล่าว ต้นความคิดหรือแบบแผนความงามในกระแสไทยป๊อปยุคทศวรรษที่ 2540 มาจากไหน และกลุ่มเป้าหมายในสังคมไทยมีปฏิกิริยาตอบรับวาทกรรมความงามเหล่านั้นอย่างไร

ประการที่สาม ตัวแบบของความงามในอุดมคติส่วนใหญ่ ได้แก่ นางแบบ ดาราภาพยนตร์ ดาราละครโทรทัศน์ พิธีกรในโฆษณา นางงาม โดยเฉพาะกลุ่มที่เรียกว่า “ดาราลูกครึ่ง” หรือ “นางงามอิมพอร์ต” ดังนั้น ตัวแบบของความงาม ความหล่อ และรูปร่างหน้าตาในอุดมคติเหล่านี้จึงเป็นศูนย์กลางความสนใจของกระแสไทยป๊อปกรณีนี้เห็นได้ชัด ไม่ว่าคนกลุ่มนี้ชอบตัวทำอะไร หรือไม่ทำอะไรในชีวิต ทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำงาน ย่อมตกเป็นข่าวในแวดวงบันเทิงหรือโลกมาฮาเสมอ

ประการที่สี่ วาทกรรมความงามในอุดมคติส่งผลกระทบต่อวิถีคิด วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของผู้คนกลุ่มต่างๆ ที่เวียนว่ายอยู่ในกระแสไทยป๊อปอย่างลึกซึ้ง ในที่นี้ ผมจะนำเสนอกรณีตัวอย่างที่รวบรวมได้จากข่าวสารด้านหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆ โดยเฉพาะกรณีปัญหาและคติความที่สื่อมวลชนเรียกว่า “กรรม(ของ)คนอยากสวย” “เรื่องเล่า” จากข่าวคราวหรือปรากฏการณ์บุชาความงาม เกือบคลั่งความแก่และความไม่สวยต่อไปนี้แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการทางวาทกรรมความงามที่มีผลต่อการเปลี่ยนวิถีคิดและทัศนคติเกี่ยวกับร่างกาย ความงาม และโลกทัศน์ของคนในสังคม โดยเฉพาะผู้หญิง วาทกรรมดังกล่าวได้สร้างสิ่งที่ Foucault (1977:135) “ร่างกายที่เชื่อฟังและเชื่อฟัง” (docile bodies) ขึ้นมา ภายในร่างกายเช่นนี้เองที่เป็นที่ตั้งของวิถีคิดของผู้หญิงที่ยอมเก็บตัว ยอมเสียเงิน และยอมรับอำนาจของศัลยแพทย์ เจ้าหน้าที่ในสถานคลินิกเสริมความงาม นักโภชนาการ และคนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจความงาม นอกจากนี้วาทกรรมความงามยังได้สร้าง “วินัยหรือวิธีปฏิบัติ” (discipline) เกี่ยวกับร่างกายที่ซับซ้อนเพื่อควบคุมบังคับพฤติกรรมของคนเพื่อจะได้เป็นเจ้าของเรือนร่างที่ปรารถนา รวมทั้งมีโอกาใช้เรือนร่างที่พึงปรารถนาเป็นต้นทุนทางกายภาพในสังคมยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญอย่างมากกับสิ่งที่เรียกว่า “รู้สึกมั่นใจ ถ้าตัวเองดูดี” (feel good, look great) หรือ “ยังไงๆ ก็ขอให้สวยไว้ก่อน”

กระแสบูชาความงาม เกือบคลั่งความแก่ และความอ้วนเป็นกระแสป๊อปที่แพร่ระบาดอย่างกว้างขวางในสังคมไทยไม่แพ้ที่ใดในโลก ในทศวรรษที่ 2540 สื่อโฆษณาแทบทุกแขนงเต็มไปด้วยข่าวสารและข้อความเกี่ยวกับสถานเสริมความงาม คลินิกหรือโรงพยาบาลที่เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมพลาสติก ผลิตภัณฑ์เสริมความงามและเครื่องสำอาง ยาและสมุนไพรลดความอ้วน สถานฟิตเนส อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ ฯลฯ อุตสาหกรรมเหล่านี้เติบโตขึ้นท่ามกลางความวิตกกังวลและความสับสนในเรื่องความคิดเกี่ยวกับหุ่น ทรวดทรงและภาพลักษณ์ของตนเอง อุตสาหกรรมเหล่านี้เติบโตสวนกระแสอุตสาหกรรมอื่นๆ ในท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ซบเซา ที่สำคัญ อุตสาหกรรมเหล่านี้มีทั้งที่เป็นส่วนของบริษัทข้ามชาติ เช่น Marie France

¹ ศักดิ์ธรรม-รัต ใจแก้ว ร้องกองปราบเอาผิดหมอ” มติชนรายวัน, 8 กุมภาพันธ์ 2545, หน้า 1, 16.

Bodyline และกิจการของเดบิโดมาจากกิจการของคนในประเทศและในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ เช่น แจ่ม จันทรสมุนไพโร รวมทั้งคลินิกและโรงพยาบาลที่เน้นศัลยกรรมพลาสติกโดยเฉพาะ เช่น โรงพยาบาลยันฮี เจ้าของสโลแกน “สวยด้วยแพทย์” ที่ลือลั่นและโด่งดัง หรือกรณีความนิยมอย่างแพร่หลายของยาลดความอ้วนที่ชื่อว่า “ซิมิคอล” (Xcemicol) อันเป็นผลมาจากความอยากผอม ทั้งๆ ที่สาวรุ่นใหม่ที่ผอมอยู่แล้ว จนไม่รู้จะเอาอะไรมาผอม ขึ้นต่อไปก็ต้องเป็นแห่ง ดังที่แพทย์ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งตั้งข้อสังเกตว่า “...บ้านเราก็แปลกคนผอมตามหาอะไรไม่อ้วนก็ยังทานยาตัวนี้ ซึ่งกลุ่มคนตัวเล็กและผอมไม่ควรกิน เพราะแนวโน้มผู้หญิงไทยตัวเล็กลง อาจจะไปโครงสร้างร่างกายเล็กลงเพราะวิตกกัวอ้วน ทั้งที่ไม่อ้วน...”²⁶

ถ้าผู้อ่านมีโอกาสดำอ่านหรือเห็นโฆษณาของ Marie France Bodyline ผ่านตา หลายท่านคงอดจะคล้อยตาม หรือหันมาให้ความสนใจสื่อโฆษณาชวนเชื่อของกิจการลดน้ำหนักและเสริมสุขภาพความงามขึ้นนี้ไม่ได้ โดยเฉพาะเรือนร่างที่ดึงดูดสายตาามองของเอมมา วรรัตน์ สุวรรณรัตน์ ผู้เป็นพริเซ็นเตอร์

“แค่ 30 วัน คุณก็สวยเปรียวได้สมใจ คุณสิคะ...แค่เดือนเดียวที่เอมมาเข้าโปรแกรมลดน้ำหนักกับ Marie France Bodyline น้ำหนักของเอมมาลดลงไปถึง 5 กิโลกรัม แถมไขมันส่วนเกินในบริเวณต่างๆ ทั้งเรือนร่างยังลดลงไปอีกตั้ง 23 นิ้ว ไม่ว่าจะเป็น หน้าท้องที่ลดลงไป 2 นิ้ว เอวลดลง 3 นิ้ว ได้อกลดลง 2 นิ้ว สะโพกลดลง 2.5 นิ้ว ต้นขาส่วนบนและส่วนล่างลดลง 9 นิ้ว ต้นแขนลดลง 3.5 นิ้ว รวมถึงน่องของเอมมาก็ลดลงไป 1 นิ้ว ยอมรับเลยล่ะว่า...Marie France คือมีอาชีพตัวจริงที่ช่วยให้เอมมากลับมามีรูปร่างเปรียวบางอีกครั้ง ด้วยโปรแกรมลดน้ำหนักที่รวดเร็วและง่ายดาย โดยที่เอมมาไม่ต้องทรมานกับการอดอาหาร ไม่ต้องออกกำลังกายอย่างหักโหม และไม่ต้องเสี่ยงกับการใช้ยาใดๆ เลยล่ะ ถ้าคุณอยากมีรูปร่างสวยเปรียวบางอย่างเอมมาแล้วล่ะก็... Marie France ช่วยคุณได้จริงๆ ละ... ไม่เชื่อดูอย่างเอมมาสิคะ!”²⁷

น่าสังเกตตรงที่พฤติกรรมภาษาและวิธีคิดเกี่ยวกับร่างกายที่สามารถจินตนาการผ่านเนื้อความโฆษณาขึ้นนี้ ผมกำลังรู้สึกว่ายว่ะแทบทุกส่วนของร่างกายสามารถปรับลด เสริม เพิ่ม หรือทำให้กระชับได้ทั้งหมด ที่น่าทึ่งมากไปกว่านั้นก็คือ เราสามารถวัดขนาดส่วนที่ขาดหายไปออกมาเป็นตัวเลขที่แน่นอนได้ เจ้าของเรือนร่างต่างก็ถูกจงใจให้เห็นว่า หุ่นหรือทรวดทรงที่ไม่พึงปรารถนาย่อมเป็นส่วนเกิน ลดหรือตัดทิ้งไปได้มากเท่าไรยิ่ง

²⁶ “สาวรุ่นใหม่ที่ผอมก็ยิ่งอยากแ้ว.” *มติชนรายวัน*. 24 มีนาคม 2543, หน้า 13.

²⁷ วันที่ 30 วันคุณก็สวยเปรียวได้สมใจ Marie France Bodyline: The World's Slimming Professionals.” *เดลินิวส์*. 24 กรกฎาคม 2544, หน้า 11.

ดีสำหรับส่วนที่เกินมา ทั้งนี้เพราะ “แควัด...ก็รู้สึกได้ถึงความสำเร็จของการลดน้ำหนักของเรา...เพียงครั้งละ 1 ชั่วโมง หลังจากเข้ารับโปรแกรมลดน้ำหนักที่ Marie France สัดส่วนผู้หญิงจะลดลงโดยเฉลี่ยถึง 3 7/8 นิ้ว...มาดูกันดีกว่าว่า...เราจะช่วยคุณเอาชนะค่าเฉลี่ยนั้นได้หรือไม่...” ข้อความเช่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสุขและความพึงพอใจของผู้หญิงกลุ่มเป้าหมายอย่างหนึ่งก็คือ การเอาชนะน้ำหนักของตัวเอง ชัยชนะเหนือร่างกายที่ไม่พึงปรารถนาของตัวเองนั้น ช่างเป็นสิ่งที่น่าทำทายเป็นยิ่งใหญ่มากของผู้หญิง ดูเหมือนว่า ชัยชนะอันยิ่งใหญ่ของผู้คนในกระแสนี้อาจไม่ใช่การเอาชนะใจตนอีกต่อไป ความอยากเป็นเจ้าของเรือนกายในพึงปรารถนานั้นมีอิทธิพลมากกว่าความเข้มแข็งหรือสูงส่งทางใจ ซึ่งเป็นเรื่องจิตวิญญาณภายในมากมายนัก

นอกจากนี้ โฆษณายังชี้ให้เห็นด้วยว่า ความสวยงามของเรือนกายที่พึงปรารถนานั้น ทุกวันนี้เรามองกันแบบแยกส่วน แยกย่อยลงไปทีละอวัยวะ ส่วนไหนงามหรือไม่งามสามารถเลือกที่จะจัดการให้สวยงาม หรือเข้ากับมาตรฐานความงามไปทีละส่วนๆ จนทั่วเรือนร่าง ด้วยความก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยี “...คุณสามารถเลือกสวยได้ทั่วเรือนร่าง”

“โปรแกรมพิเศษให้คุณเลือกสวยได้ทั่วเรือนร่าง ลดน้ำหนัก ลดไขมัน และกระชับรูปร่างให้ได้สัดส่วน 10/ครั้ง เพิ่ม-กระชับ-ลดขนาดทรงอกให้ได้ ทรงตรงสวยงาม สมดุล ลดรอยเหี่ยวย่นทั่วใบหน้าโดยไม่ต้องศัลยกรรม เห็นผลในครั้งแรก ผิวหน้าขาว เรียบ เนียนสดใส ปราศจากสิว จุดด่างดำ กำจัดขนทั่วเรือนร่าง ใบหน้า แขนขาตามต้องการ ผลิตผิวขาวเนียน ผ่องใส ชุ่มชื้น อโรมาเทอราปี คอร์สรีเพอร์/ยกกันย้อย ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ไม่ต้องผ่าตัด คอร์สรักษารอยแตกลายทั่วเรือนร่าง รับรองผล”²⁹

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้หญิงเกี่ยวกับสรีระในเรือนกายที่ผู้หญิงให้ความสำคัญของบริษัทเครื่องสำอางยี่ห้อหนึ่ง พบว่า “...ใบหน้าเป็นส่วนที่พวกผู้หญิงให้ความสำคัญมากที่สุดถึง 63.9% ขณะที่เอาใจใส่รูปร่างและทรงผมเพียง 16.9% และ 11.6% ตามลำดับ ส่วนแขน-ขา หน้าอก สะโพกมีความสำคัญเพียง 2.1% 1.8% และ 0.2% เท่านั้น”³⁰ ผลการสำรวจนี้เป็นของ “PIAS POLL” เจ้าของผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่เน้นใบหน้าของผู้หญิงเป็นสำคัญ เจ้าของสโลแกนที่ว่า “ใบหน้ามาก่อน...ขาอ่อนมาทีหลัง” ผลการสำรวจที่นำมาใช้

²⁹ ข้อความโฆษณาของ Marie France Bodyline. มติชนรายวัน. 2 เมษายน 2544, หน้า 15.

³⁰ ข้อความโฆษณาของอิลิซาเบท สลิม แอนด์ ซาปา โน อีกับมีชีวิตตรา กบับพิเศษ “ดาวหลงฟ้า ภูผาสีเงิน.” มปท. มปป.

³¹ “ใบหน้ามาก่อน...ขาอ่อนมาทีหลัง.” มติชนรายวัน. 17 ธันวาคม 2542, หน้า 15.

เป็นเนื้อหาสำคัญของสื่อโฆษณาอ้อมแตกต่างไปจากข้อมูลของสถานเสริมความงามหรือคลินิกศัลยกรรมพลาสติกอย่างแน่นอน

ประเด็นสื่อโฆษณาที่หากินกับความอยากสวยอยากงามของผู้หญิงเป็นเนื้อหาสำคัญของนักวิชาการและนักกิจกรรมเกี่ยวกับสิทธิสตรีและผู้บริโภค โดยเฉพาะการผลักดันร่าง พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ สังกศไทยควรมีกฎหมายรองรับหรือปกป้องไม่ให้ผู้หญิงตกเป็นเหยื่อของธุรกิจความงาม และควบคุมการโฆษณาชวนเชื่อที่หลอกลวงผู้หญิง ในการสนทนาเรื่อง “สุขภาพหญิง-สุขภาพแห่งชาติ” ถกตยา อาชนิจกุลเสนอว่า “...ยกตัวอย่างง่ายๆ เรื่องน้ำยาทำให้อวัยวะเพศผู้หญิงมีกลิ่นหอม เมื่อผู้หญิงใช้ล้างเป็นประจำ อวัยวะเพศจะมีกลิ่นหอมทำไมต้องโฆษณาเช่นนี้ จะหอมไปเพื่อใคร จริงๆ แล้วเรื่องของช่องคลอดเป็นเรื่องที่เราไม่ควรไปยุ่ง การเอาน้ำยาไปล้างถือว่าเป็นการทำลายแบคทีเรียที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เด็กผู้หญิงที่ไม่รู้ข้อมูลก็จะหลงเชื่อคำโฆษณาตรงนี้น่าจะมีข้อกำหนดบางอย่างเพื่อขุดไม่ให้สื่อหลอกลวงผู้หญิง และคงไม่ใช่ผลิตภัณฑ์นี้อย่างเดียว ยังมีครีมหน้าขาวและอื่นๆ อีก”¹¹

อะไรคือบรรทัดฐานความงามในอุดมคติของผู้หญิงไทยทศวรรษที่ 2540 ร่างอุดมคติที่ตรงตามแฟชั่นความคือเรือนร่างหรือทรวดทรงอย่างไร วิธีคิดเกี่ยวกับบรรทัดฐานความงามเหล่านี้ถูกผลิตซ้ำ อำพราง และทำให้ผู้คนเชื่อว่าเป็นสิ่งปกติธรรมดาสามัญในชีวิตประจำวันได้อย่างไร คำถามข้างต้นนี้น่าจะมีหลายคำตอบ ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นคนตอบ ผู้หญิงหรือผู้ชาย อายุ อาชีพ การศึกษา และสถานภาพทางสังคมเป็นอย่างไร เช่น ถามชายหนุ่มก็มักจะตอบว่า “ขาว สวย หมวย อิม/เซ็กซ์” ถามผู้หญิงส่วนใหญ่ก็มักจะบอกว่า “อยากได้หุ่นนางแบบหรือนางงาม” ซึ่งมีลักษณะเฉพาะหลายประการรวมกัน เช่น จมูกโด่งหรือมีคิ้ว ผอมสูงหุ่นเพรียวลม ขาวาว น่องเรียว ผิวเนียน ออกเป็นอก นมเป็นนม “ใบหน้าสวยผุดผ่องมีสุขภาพดี”¹² ฯลฯ ถามใจผู้หญิงทุกคนคงจะตอบตรงกันว่า “สวยช่อนอายุ” น่าจะโดนใจมากกว่า เพราะพูดตรงๆ คนทั้งหลายต่างกลัวแก่ กลัวการเหี่ยวเฉา และการเสื่อมถอยตามกาลเวลาของสังขาร ความจริง มาตรฐานเรื่องความงามจะเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและค่อนข้างเป็นอัตวิสัย ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคน ขณะเดียวกัน ความงามยังเป็นเรื่องสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับการที่ เวลา และบริบทของการกล่าวถึงความงามเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม ไม่ว่ามาตรฐานความงามจะเป็นอย่างไร นักวิชาการที่สนใจทางด้านแฟชั่นความงามท่านหนึ่งนำเสนออย่างชัดเจนว่า “เมื่อใดผู้หญิงจะเสริมความงามให้กับตัวเอง ส่วนใหญ่พวกเธอจะปรับตัวให้เข้ากับความงามในอุดมคติที่เป็นกระแสหลักในแต่ละยุคแต่ละสมัย” (Sichtermann อ้างใน Thesander 1997)¹³

¹¹ “นิตยสารอีโกะกับสตรี โฆษณาเวอร์!” *มติชนรายวัน*. 27 สิงหาคม 2544, หน้า 19.

¹² “โหมกั๊วก่อน... ขาอ่อนมาทีหลัง” *มติชนรายวัน*. 17 ธันวาคม 2542, หน้า 15.

¹³ “ข้อความต้นฉบับภาษาอังกฤษมีดังนี้ “When women beautify themselves, it is largely to adjust to the prevailing ideal.” (Barbara Sichtermann cited in Thesander 1997)

ในสังคมไทยและสังคมโลกสมัยใหม่ เราอาจกล่าวได้ว่าไม่มีเวทีหรือพื้นที่สาธารณะใดที่มีการประกวด ประชันและการประยুক্তิใช้มาตรฐานความงามเข้มข้นและอื้อฉาวมากเท่ากับเวทีประกวดนางงามต่างๆ ที่แบ่ง บ้านและเติบโตในสังคมไทยแทบทุกระดับ ประเทศไทยนับตั้งแต่การประกวดนางสาวสยามเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2477 โดยการริเริ่มและสนับสนุนของรัฐบาล กิจกรรมประกวดประชันเรือนร่างและทรวดทรงของหญิงสาวก็ได้ขยายตัวลงไปจากระดับชาติ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด ไต่ลงไปถึงอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน นักวิชาการต่างประเทศท่านหนึ่งได้ตั้งข้อสังเกตว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่ถล่มการประกวดนางงามมากที่สุด ประเทศหนึ่งในโลก แต่ละปีมีการประกวดนางงามสารพัดเวที เช่น นางสาวไทย มิสยูนิเวิร์ส มิสไทยแลนด์ มิสทีนไทยแลนด์ นางนพมาศ ธิดาสงกรานต์ ธิดากาชาด นางงามโฆษณาสินค้า ฯลฯ แม้กระทั่งในสถาบันการศึกษา ยังมีมิสยูนิเวิร์สดีลิก เป็นต้น

สังคมไทยมองว่า ความสวยงามของผู้หญิงเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของชาติ เป็น “ดอกไม้ของชาติ” เป็น ตัวแทนความงามที่จะไปแข่งขันหรือประกวดประชันในเวทีระดับนานาชาติ และที่สำคัญ ความงามและเสน่ห์ดึงดูดทางเพศจากเรือนกายของหญิงสาวนั้นเป็นสิ่งที่ขายได้ โฆษณาสินค้าก็ได้ และใช้เป็นใบเบิกทางเข้าสู่แวดวงบันเทิงหรือโลกมายาอย่างได้ผล “พริตตี้ เกิร์ล” เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการใช้รูปร่างหน้าตา บุคลิก และความ สามารถในการใช้เสน่ห์ของหญิงสาว ซึ่งส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษา เชิญชวนลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เช่น งานมอเตอร์โชว์ แคมเปญโฆษณาของน้ำมันเครื่อง งานส่งเสริมการขายของรถยนต์ ยี่ห้อต่างๆ¹⁴ ผมไม่อาจกล่าวถึงการประกวดนางงามในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อย่างละเอียดในที่นี้ แต่ประเด็นที่ผมอยากจะนำเสนอในที่นี้ก็คือ นางงามทุกวันนี้เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างเต็มตัวและมีการแข่งขันกันในเรื่องธุรกิจอย่างเข้มข้น มาตรฐานการตัดสินความงามย่อมถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้จัดการประกวด คณะกรรมการ รวมทั้งอิทธิพลของสินค้าผู้สนับสนุนรายการ ยกตัวอย่าง เช่น การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในการจัดเวทีประกวดนางงามที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทยประจำปี 2545¹⁵ ประธานคณะกรรมการจัดการประกวดของเวทีหนึ่งได้กล่าวถึงมาตรฐานความงามของเวทีของเธอว่า :

“...คณะกรรมการต่างคัดเลือกผู้ที่สูงตั้งแต่ 165 ซม. ไปจนถึง 175 ซม. และส่วนใหญ่ยังมีทรวดทรงอวบอ้วนอิมัลลาลาม เพื่อไว้ประชันเค้ากับสาวงามต่างชาติบนเวทีนางงามจักรวาลด้วย นางจันทร์ ศิริตัน ประธานคณะ

¹⁴ เทพรูป พริตตี้ เกิร์ล อาหารตา สูตรสำเร็จดูดเงินคนรวย.” มติชนรายวัน, 10 เมษายน 2544, หน้า 16.

¹⁵ เทพรูป ออองอิงแจมกั๊ปปี้.” มติชนรายวัน(ประชาชื่น), 5 มีนาคม 2545, หน้า 17.

กรรมการ เปิดเผยว่า ปีนี้สาวผู้เข้าประกวดนอกจากจะมีอายุมากขึ้นแล้ว ในเรื่องส่วนสูงจัดว่าใช้ได้ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ก็ในระดับปริญญาตรี ถือว่าอยู่ในระดับดี แต่คณะกรรมการก็ต้องพิจารณากันอย่างหนัก ทั้งความสูง เรียวขาที่ยาว รูปร่างต้องดี ผิวต้องสวย และฟัน เพราะเวลาขึ้นเป็นส่วนสำคัญ จะเห็นว่าบางคนไม่สวย แต่ยิ้มแล้วดูดีก็ใช้ได้ ดังนั้น คณะกรรมการจึงต้องเข้มงวด และต้องให้ผู้เข้าประกวดออกมายืนให้คณะกรรมการเพ่งพินิจพิจารณา ดูทั้งเดี๋ยวละและเป็นหมู่ เพื่อให้เห็นว่าใครสวย เหมาะสมอย่างชัดเจน แตกต่างกว่าทุกปีที่ผ่านมา”¹⁶

ทำอย่างไรจึงจะเป็นเจ้าของเรือนร่างที่ตรงกับมาตรฐานความงามในอุดมคติ หรือจะรักษาความงามที่พึงปรารถนานั้นไว้ควบคู่กับการมีสุขภาพดีและแข็งแรง ประเด็นข้างต้นนี้เป็นสิ่งที่อยู่ในหัวของดารานักแสดง นักวิ่ง นางแบบและนางงามแทบทุกคน เรื่องนี้เป็นประเด็นหลักของคนที่ทำมาหาเลี้ยงชีพโดยอาศัยรูปร่างหน้าตาและภาพลักษณ์ แทบทุกคนจะหยิบยกมาพูดหรือแสดงความคิดเห็นให้เป็นข่าวตามหน้าสื่อมวลชนเป็นประจำ ซึ่งแน่นอนว่า วิธีคิดเช่นนี้ย่อมถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ไปยังคนธรรมดาสามัญ โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยหนุ่มสาว วัยรุ่น วัยทำงาน และกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งเป็น “แฟนพันธุ์แท้” ของคนกลุ่มแรก

ดาราสาวยอดนิยม “ค่าย” สายธาร นิยมการณ์ เล่าถึงเคล็ดลับในการดูแลสุขภาพของเธอว่า “ค่ายเป็นคนแปลกถึงเวลาพักผ่อนก็ไม่ยอมนอน เวลาทำงานหนักๆ ก็เลยต้องกินอาหารเสริมทดแทน อย่างรังนกหรือซูบไก่สกัด ซึ่งก็ช่วยได้เยอะมาก เวลาмаกองถ่ายอยากกินอะไรก็สั่งให้คนซื้อมา ได้ปั่งอาหาร ยานำรุงก็เก็บไว้ในกล่อง 7 ช่องเต็มไปหมด ทานเช้า-กลางวัน-เย็น แต่ถ้าวันไหนไม่สบายก็จะไปปรึกษาหมอ...”¹⁷ หรือ “น้องแอล” จุฑาทิพย์ คุรุมาส ก็เผยเคล็ดลับของเธอว่า “ถ้าวันไหนแอลนอนน้อยและต้องทำงานแต่เช้าจะมีการเบลอๆ ก็อาศัยวางเมื่อไหร่ก็แอบหลับตามกองถ่าย หรือ ไม่ก็หาของเย็นๆ ทาน เพื่อให้ร่างกายมีน้ำตาต จะได้ไม่เพี้ยน แต่เด็ดที่สุดของแอลอยู่ที่ก่อนออกจากบ้าน มือเช้าทุกวันต้องทานกล้วยน้ำว้า 1 ลูกกับน้ำผึ้ง 1 ช้อน เป็นสูตรของคุณยาย ก็ทานอย่างนี้มาตลอด ช่วยได้เยอะมากป้องกันโรคกระเพาะ ทำให้ร่างกายแข็งแรง เพราะในบรรดากล้วยทุกชนิด กล้วยน้ำว้าดีที่สุด...”¹⁸ ส่วนรุ่นใหญ่อย่าง “เจ๊ตุ๊ก” ดวงตา ตุงกะมณี เล่าถึงเคล็ดลับในการดูแลรักษาสุขภาพให้เธอดูอ่อนกว่าวัยด้วยความปลานปลื้มพอใจว่า “ตุ๊กอายุ 48 ปีแล้ว คนฟังแล้วก็อาจจะไม่เชื่อ แต่ก็มีความภูมิใจที่เรารู้สึกอ่อนกว่าอายุ จริงๆ แล้วก็ไม่มีอะไรมา แค่ไม่คิดอะไรมา งานจะไม่เอามาทำที่บ้านเด็ดขาด จะเอา

¹⁶ “ไทยรัฐ, (ฉบับอิเล็กทรอนิกส์), 10 มีนาคม 2545.

¹⁷ “ควร-นักร้อง เผยวิธีดูแลสุขภาพร่างกาย,” ไทยรัฐ, 23 กรกฎาคม 2542, หน้า 31.

¹⁸ “ควร-นักร้อง เผยวิธีดูแลสุขภาพร่างกาย,” ไทยรัฐ, 23 กรกฎาคม 2542, หน้า 31.

ไว้ข้างนอก เวลาอยู่บ้านก็ต้องพักผ่อนจริงๆ ทำจิตใจให้ร่าเริงอยู่เสมอ ทำตัวสนุกสนาน ไม่เครียด บางครั้งก็ทะเล่ดั่งดั่งด้วยซ้ำ บางทีก็เที่ยวกับเพื่อนๆ ออกกำลังกายบ้าง ชีวิตเราก็มีความสุข และดูอ่อนกว่าวัยอย่างที่เราเห็น...”³⁹

ผมอยากจะนำเสนอ “เรื่องเล่า” ในส่วนที่อาจจะเรียกได้ว่า เป็นผลกระทบของวาทกรรมความงามที่มีต่อวิถีชีวิตของคนธรรมดาสามัญในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่เปราะบางและทนต่อแรงเสียดสีของสื่อโฆษณากระตุ้นให้ทุกคนอยากสวยอยากงามได้น้อยที่สุด นั่นคือ กลุ่มผู้หญิงที่ผ่านวัยกลางคน มีครอบครัว และผ่านการมีบุตรแล้ว และกลุ่มสาวประเภทสองที่ปรารถนาจะเป็นเจ้าของ “เรือนร่างของแท้” (authentic body) มากที่สุด เรื่องเล่าเหล่านี้ได้สร้างความตื่นตระหนกให้กับสังคมไทยระลอกแล้วระลอกเล่า

ข่าวคราวที่สร้างความฮือฮาให้กับสังคมไทยมากที่สุดในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ 2545 ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงของวาทกรรมเห่ความงาม เกือบความแก่ และกลัวอ้วนของผู้หญิง นั่นคือ ข่าว “จับคลินิกทำสวยของ กาวช้างดุสิต” และ “ศัลยกรรมนม-รัดไขมันเน่า ร้องกองปราบเอาผิดหมอ”

ข่าวแรกเป็นเรื่องของการตรวจค้นคลินิกรักษาสิวฝ้า ลดความอ้วนแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี โดยการนำของนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ แพทย์ผู้ดูแลคลินิกเปิดเผยว่า “...ให้การรักษาสิ้วฝ้าให้ลูกค้าตามหลักมาตรฐาน ตัวอย่างส่วนใหญ่ในสมัยก่อนก็จะมีการใช้กาวเป็นส่วนผสมด้วย เพื่อให้กาวนั้นดูดสิ้วออกมา ส่วนกาวตราช้างที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมของยารักษาสิ้วนั้นก็มียเพียง 0.1% เท่านั้น ไม่เป็นอันตรายแต่อย่างใด...[ส่วนนายแพทย์ผู้ดำเนินการตรวจค้นร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเปิดเผยว่า] ...ได้รับการร้องเรียนจากประชาชนหลายรายว่า คลินิกดังกล่าวใช้กาวตราช้างในการรักษาสิวฝ้า ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับอันตรายเพราะทำให้เกิดแผลลูกกลมที่บริเวณใบหน้า จึงได้ขอหมายศาลเพื่อนำกำลังเข้าตรวจค้น ทำให้ตรวจค้นพบกาวตราช้างเพียงหนึ่งหลอด... อย่างไรก็ตามทางกอง[ประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข] ได้แจ้งข้อหาการกระทำผิด พ.ร.บ. สถานพยาบาล 2541 เนื่องจากมีการเปิดคลินิกให้เจ้าหน้าที่ซึ่งไม่ใช่แพทย์ทำการรักษาโรคบางประเภทแก่ผู้ป่วย...[ผู้เชี่ยวชาญสถาบันโรคผิวหนังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า]... พบเห็นการใช้กาวตราช้างในการลอกสิ้วหรือกดหัวสิ้วประปราย กรรมวิธีที่ทำกันอยู่นั้น ผู้รักษาทาที่บริเวณหัวสิ้ว ก่อนใช้แผ่นแก้วขัดดึงหัวสิ้วออกมา ซึ่งผู้รับบริการก็เกิดความพอใจ แต่เป็นเรื่องไม่สมควรอย่างยิ่ง เพราะกาวตราช้างเป็นสารเคมีที่รุนแรงทำให้เกิดความระคายเคืองต่อผิวหนัง เช่น จมูกบวม หน้าเห่อได้...”⁴⁰

ข่าว “สวยของ” ขึ้นต่อไปสร้างความตื่นตระหนกของ “คนที่อยากสวย” โดยเฉพาะแม่บ้านในวัยกลางคนและผ่านการมีลูกแล้ว คนกลุ่มนี้จะมีปัญหาวิตกกังวลกับการเปลี่ยนแปลงทางสรีระของตนเองอย่างชัดเจน โดยเฉพาะน้ำหนักตัวเพิ่มมากขึ้น ไขมันหน้าท้อง ไขมันใต้ผิวหนัง หน้าอกที่มีขนาดไม่ถูกใจ และรอยย่นหรือ

³⁹ “ใกล้ 50 ตัวแล้ว เจ็ดทีผมเกลียดอารมณ์ได้เสมอ” *คมชัดลึก* (บันเทิง) 25 มกราคม 2545, หน้า 5.

⁴⁰ “จับคลินิกทำสวยของ กาวช้างดุสิต” *มติชนรายวัน*, 16 2545, 1, 16.

ส่วนเกินต่างๆ เนื้อข่าวบอกว่า “ศัลยกรรมนม-รีดไขมันหน้า ร้องกองปราบฯ เอาผิดหมอ ดำรวจเตรียมเรียก 3 แพทย์เปิดคลินิกดองย่านรัชดาฯ สอบข้อเท็จจริงหลัง 2 สาวแจ้งกองปราบฯ ให้ดำเนินคดีผ่าตัดศัลยกรรมเสริมหน้าอกจนนมเน่า แฉใช้เซลล์เคินหาลูกค้า พฤติกรรมสุดพิสดาร แผลดูดไขมันหน้าท้องปริ สั่งใช้สแตย์รัดหน้าท้องนาน 2 เดือน เป็ดมาแผลหะ หมดเงินเป็นแสน” ผมจะไม่นำข่าวมาเล่าอีกทั้งหมด แต่อยากจะนำเสนอคำพูดบางตอนของหญิงสาวที่ได้รับเคราะห์กรรมจากศัลยกรรมและการกระทำของแพทย์ดังกล่าว ผู้หญิงคนนี้อายุ 34 ปี เป็นพนักงานเสริมสวยอยู่ซอยลาดพร้าว 101 วังทองหลาง เธอบอกว่า หลังเลิกработสามีก่อนมาอยู่กับสามีใหม่ อยากทำให้ร่างกายสวยงามจึงตัดสินใจผ่าตัดเสริมความงาม

“...ตั้งใจทำศัลยกรรมที่หน้าท้องเพื่อดูดไขมันและแก้ปัญหาท้องลาย ตกลงกันวงเงิน 40,000 บาท แต่แพทย์ชักชวนว่า ถ้าเอาไขมันที่ดูดออกมาไปฉีดหน้าอก จะได้ราคาพิเศษ 15,000 บาท จึงตกลงเสริมหน้าอกด้วย แต่ต้องรอรวบรวมแล้วทั้งหมด 50,000 บาท...หลังผ่าตัดแพทย์บอกว่าไม่ต้องนอนพักรักษาตัว หากต้องการนอนพักจะมีอาร์ตเมนต์ให้เช่าคืนละ 500 บาท ตกลงนอนไปสองคืน แต่ต้องรีบออกมาเพราะห้องสกปรกมาก จากนั้นไม่นานแผลหน้าท้องปริออกมาอีก 3 ครั้ง จึงต้องเข้ารับการรักษาผ่าตัด ครั้งสุดท้ายแพทย์ขอกให้ใช้สแตย์รัดเอาไว้อย่าเปิดแผลออกเพราะแผลจะไม่หาย จึงไม่กล้าเปิดสแตย์ออกเป็นเวลา 2 เดือน แต่เมื่อเปิดออกมากลับเป็นภาพไม่น่าดู มีรอยแผลเป็นขนาดใหญ่ ขาวประมาณ 30 เซนติเมตร และบริเวณท้องที่อยู่เหนือแผลเป็นโยกมาจนน่าเกลียด...

...สำหรับหน้าอกหลังผ่าตัด มีไข้สูง รู้สึกปวดหน้าอกข้างซ้ายมาก จึงกลับไปหาแพทย์ ได้รับคำตอบว่าที่ปวดเพราะฉีดไขมันมากเกินไป จึงรักษาโดยใช้มือบีบนมจนรู้สึกปวดทนไม่ไหว สุดท้ายจึงเจาะออกจนเป็นรอยแผลเป็น ส่งผลให้หน้าอกสองข้างไม่เท่ากัน แพทย์แนะนำว่า หากต้องการเสริมให้เท่ากันเหมือนเดิมให้จ่ายเพิ่ม 40,000 บาท ตนไม่ยินยอม และเมื่อบอกว่าต้องทำการรักษาแผลบริเวณหน้าท้องด้วย แพทย์จึงยอมแก้ไขให้ แต่ขอเรียกเงินจำนวน 5,000 บาทส่วนลดคืน จึงยินยอมจ่ายให้ สุดท้ายหน้าอกขวา กลับมีก้อนแข็งๆ และมีรอยแผลเป็นบริเวณที่เจาะแก้ไขใหม่...

...ผลการผ่าตัดทำให้เสียโฉม ตกลงงาน สามีทิ้งไปมีภรรยาใหม่ ทุกข์ใจมาก เคยฆ่าตัวตายหลายครั้ง อาทิ กินยาคลายเครียดผสมยานอนหลับไป 30 เม็ด แต่ไม่ตายเพียงแค่นอนหลับไป 3 วัน กินเหล้าแล้วเอาขวดฟาดหัวตัวเอง กรีดข้อมือ ก่อนตัดสินใจไปพบแพทย์อีกครั้งเพื่อขอเงินจำนวน 10,000 บาท เป็นค่าชดเชยจากการที่ทำให้เสียโฉม แต่แพทย์ไม่ให้และยังบอกว่า...คุณแต่งงานไม่ใช่เรื่องของผม และถ้าอยากฆ่าตัวตายให้กินยาแรงๆ และอย่าให้ใครเห็น แพทย์อีกคนบอกว่ารอให้อูทหายก่อน... ทุกวันนี้สูญเสียทุกอย่าง สามีเลิก จากเดิมสามีให้เดือนละ 30,000 บาท ก็ไม่ได้แล้ว ต้องแข่งกิจการร้านเสริมสวย เคยเรียกร้องค่าเสียหายจากแพทย์ไปทั้งหมด 7 ล้านบาท จากการสูญเสียรายได้ แต่แพทย์จะให้แค่ 50,000 บาท และบอกว่าถ้าไม่พอใจไปฟ้องร้องเอาเอง...”⁴¹

เรื่องราว “สวยสยอง” หรือ “กรรมของคนอยากสวย” รายนี้และเพื่อนร่วมชะตากรรมอีกคนหนึ่งถูกลือมาลงบนทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุนำเสนอเป็น “อุทาหรณ์” สำหรับสาธารณชนและหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะผู้รับผิดชอบโดยตรง เช่น แพทยสภา ก็มีทำที่เอาจริงเอจังในการดำเนินคดีกับแพทย์ที่ตกเป็นผู้ถูกกล่าวหา นักวิชาการกลุ่มหนึ่งใช้แนวคิด “สวยไม่เสร็จ” อธิบายกรณีศึกษกรรณนอกน้างข้างต้นนี้ โดยชี้ให้เห็นว่า ผู้เคราะห์ร้ายทั้ง 2 ท่านเป็นกรณีตัวอย่างที่ถูกกระทำโดยอาศัยกระบวนการ “การสร้างความจริงเกี่ยวกับความงาม” นั้นเกิดขึ้นภายใต้แนวคิดร่างที่เชื่อฟัง... โดยที่ปัจเจกบุคคลไม่มีสิทธิที่จะจัดการกับร่างกายของตัวเอง... โดยมีกลไกในการจัดการควบคุมดูแลชีวิตด้วยการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง และดัดแปลงร่างกายให้เป็นแบบมาตรฐาน ซึ่งคนทั่วไปไม่มีความรู้สึกว่าตนถูกบังคับแต่อย่างใด...การก่อร่างวาทกรรมความงามในสังคมไทยมีกระบวนการเกิดขึ้นอย่างไร โดยที่ผู้หญิงไม่รู้สึกว่า ตนถูกบังคับให้กลายเป็นเพียงร่างที่เชื่อฟัง...[ที่สำคัญ]ระบบการแพทย์ได้ผลิตซ้ำความเข้าใจของผู้หญิงว่า ความงามที่ปรารถนานั้น การแพทย์สร้างให้เป็นจริงได้ นั่นคือ “สวยด้วยแพทย์”⁴²

อุทาหรณ์จากโศกนาฏกรรมของชีวิตหญิงสาวข้างต้นนี้ช่วยให้เรามองเห็น พิชัยของวาทกรรมความงาม ซึ่งมีพลังอำนาจที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและร่างกายของคนอย่างลึกซึ้ง ล้วงลึกลงไปในวิถีคิดและวิถีชีวิตของผู้คนกลุ่มต่างๆ ในสังคม เป็นฐานคิดสำคัญในกระบวนการทำให้คนโดยเฉพาะผู้หญิงและสาวประเภทสองตกเป็นเหยื่อ เพราะแรงปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของเรือนร่างที่สวยงามและมีความสุขความพึงพอใจ ถ้าได้จัดการรูป

⁴¹ “สังคมมามี-จิตใจมันเฝ้า ร้องกองปราบฯ เอาผิดหมอ.” มติชนรายวัน. 7 2545, หน้า 1, 16.

⁴² สุจิตต์ คำเดชบัณฑิต และมัลลิกา มัลลิโก. “ศึกษกรรณนอกน้างกับแนวคิดสวยไม่เสร็จ.” มติชนรายวัน. 5 มีนาคม 2545, หน้า 6.

ร่างหน้าตาที่น่าเกลียดน่ากลัวออกไปให้พ้น แน่แน่นอนว่า สังคมไทยเราก็มีรายที่ประสบความสำเร็จของการ “สวยด้วยแพทย์” จำนวนมากทั้งหญิงแท้และหญิงสาวประเภทสอง

การผ่าตัดแปลงเพศของสาวประเภทสองรายหนึ่งที่กำลังเป็นจุดศูนย์กลางของวงการกีฬาและการบันเทิงไทยขณะนี้คือ กรณีของ “น้องต๋ม” ปริญา เจริญผล เจ้าของประวัติชีวิตที่กำลังจะกลายเป็นภาพยนตร์ที่ชื่อว่า “Beautiful Box” เมื่อผู้สัมภาษณ์ถามว่า บ้านเรามีคนผ่าตัดแปลงเพศมาสักเท่าไร เธอตอบว่า “เยอะนะ... แปลงจากเพศชายมาเป็นหญิงเยอะ แต่จากหญิงไปเป็นชายมีน้อยมาก... ผู้หญิงที่เป็นทอมบางคนไปผ่าตัด คุณภาพจะไม่ค่อยดี เทคโนโลยีด้านนี้อาจยังไม่ก้าวหน้า เท่าที่รู้เขายังด้อยกว่าสาวประเภทสองด้วยซ้ำ จากหญิงเป็นชายโหลกว่าสาวประเภทสองแน่ๆ ถ้าวัดจากความรู้สึกเรื่องเซ็กซ์ 100% ผลจะออกมาแค่ 40% คือไม่ถึงครึ่ง แต่สำหรับสาวประเภทสอง ต๋มกล้าพูดว่า หมอไทยคุณภาพได้เกือบเต็มร้อย ตัวต๋มเจอมาเอง แปลงเพศมาแล้วผ่านมาก็หลายปีแล้ว กล้าพูดได้เลย ต่อให้ไม่มีอะไรกับผู้ชาย เราก็สามารถช่วยตัวเองให้สำเร็จความใคร่ได้...” (วราภรณ์ พันธุ์พงศ์ 2545:113) เธอเล่าต่อไปว่า นาฬิกาที่จะผ่าตัดแปลงเพศ เธอไม่เคยลังเลเลย “...ถ้าเรัดัดแล้วแปลงเพศแล้ว อะไรจะเกิดขึ้นในอนาคตต้องรับให้ได้ ไม่ใช่คิดถึงแต่ความสุขชั่วคราว คิดถึงแต่เซ็กซ์ที่เข้ามาในชีวิตช่วงสั้นๆและจากไป แต่ต๋มเตรียมใจพร้อมสำหรับเรื่องนี้ว่า ทำปุ๊บผลอาจได้ไม่เต็มร้อย อาจจะแค่ 80% ต้องรับให้ได้ ถ้ากล้าเสี่ยงแล้วต้องกล้าได้กล้าเสีย แต่วันนั้น ต๋มไม่เคยคิดเสียขายหรือคิดถึงเรื่องหลังๆ ในร่างผู้ชายเลย... [การแปลงเพศมีค่าใช้จ่ายเท่าไร]... ประมาณ 200,000 ต๋มคิดว่าคงไม่แพงสำหรับการซื้อความสุขให้ตัวเองไปชั่วชีวิต ทำไปแล้วคุ้ม” (อ้างแล้ว, หน้า 108)⁴³

สุชีลา ตันชัยนันท์ และมัลลิกา มัติโก (2545:6) นำเสนอว่า “...การสวยด้วยแพทย์นี้มีผลต่อผู้หญิงใน 2 ลักษณะได้แก่ การสร้างตัวตนใหม่ให้ผู้หญิงและเป็นการสร้างต้นทุนทางกายภาพ...” น้องต๋มและบรรดาชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในการใช้สินค้าและบริการทางการแพทย์ โฆษณาการออกกำลังกาย และเทคโนโลยีการเสริมความงามทั้งหลายคงจะเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนถึงคำอธิบายทางทฤษฎีข้างต้น แต่หมอยากจะชี้ให้เห็นจากกรณีต่างๆ นี่ว่า ตัวตนใหม่และต้นทุนกายภาพใหม่ที่จะได้นั้น ต้องมาจากความสำเร็จของการผ่าตัดโปรแกรมลดน้ำหนัก การดูดไขมัน และวิธีการใช้ความรุนแรงแบบต่างๆ กับร่างกายเท่านั้น ถ้าหากล้มเหลวเพราะการใช้เทคโนโลยีของ “การสวยด้วยแพทย์” ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมฝืนสลาย มีแต่ความทุกข์ระทมและโศกนาฏกรรมของชีวิตสมัยใหม่เข้ามาแทนที่ ดังที่เห็นในกรณี “ศัลยกรรมอกหน้า” ข้างต้น

ชีวิตและตัวตนของบรรดาหญิงสาวในกระแสปีศาจชุดนี้ ได้ถูกกระทำทั้งขึ้นทั้งล่อง ทั้งถูกสื่อโฆษณาเปลี่ยนวิธีคิด ถูกกระทำจนมาคาดคิดของกระแสนิยมความงาม เมื่อตัดสินใจลงทุน “สวยด้วยแพทย์” ก็ไม่มีใครกล้ายืนยันว่า ตัวเองจะได้เป็นเจ้าของเรือนร่างและความงามที่แสนปรารถนาได้ในทันที พวกเรต่างก็ดิ้นรน ต่อสู้ ต่อรอง และบางครั้งก็ต้องตัดสินใจเสี่ยงหรืออาศัยโชคชะตาเข้าช่วย ทั้งๆ ที่ปฏิบัติการทั้งหลายนั้นกระทำกับ

⁴³ “โพรศุรุยและเอชเคเพิ่มเติมใน “ชายไม่จริง หญิงไม่แท้ ชีวิตที่ไม่ง่ายในโลกใบนี้.” เอลิวิวิส์. 27 กันยายน 2542, หน้า 5.

ร่างกายของตนเอง ด้วยเงินทองของตนเอง ด้วยการตัดสินใจของเราเอง และด้วยการทำใจสว่างหน้าที่จะยอมรับผลที่ออกมา ไม่ว่าจะดีหรือร้าย คนเหล่านี้ย่อมจะต้องอยู่กับเรือนร่างใหม่ของตนไปตลอดชีวิต แต่พวกเขาก็ไม่มีอำนาจไปกำหนดชะตากรรมของตนเอง ชีวิตทั้งชีวิตของคนเหล่านี้มักจะตกอยู่ในกำมือของผู้มีอำนาจ เช่น ศัลยแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม ฯลฯ และสื่อโฆษณาหลอกลวงชวนเชื่อ ดังนั้น กระบวนการดิ้นรนเพื่อให้ได้มาหรือสร้างตัวตนของคนกลุ่มนี้จึงซับซ้อนยิ่งนัก เหมือนกับว่า ตัวตนของพวกเขาทั้งหมดผูกพันอยู่กับเรือนกาย และรูปลักษณ์ทางกายภาพมากกว่าสิ่งอื่นใดทั้งหมด เราอาจจะพูดได้ว่า ในโลกยุคดิจิทัล สำหรับผู้คนจำนวนมาก ความสำเร็จหรือล้มเหลวของมาฆาคติ “สวยด้วยแพทย์” และ “สวยไม่เสร็จ” เป็นทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตและความเป็นคน

4.3 กระแสไทยป๊อปหมายเลข 3:

หนังไทย ละครทีวี สื่อโฆษณา เพลงป๊อป ลูกทุ่งและหมอลำ

เนื่องจากตัวเนื้อหาของกระแสไทยป๊อปที่ผมเลือกมานำเสนอในที่นี้มีความซับซ้อน หลากหลาย และขอบเขตกว้างขวางเป็นอย่างยิ่ง ทั้งหมดนี้คือโลกบันเทิงของเมืองไทย คงเป็นไม่ได้ที่ผมจะนำเสนอเนื้อหาต่างๆ อย่างละเอียด สิ่งที่ผมจะทำต่อไปนี้คือ การ “เกะติด” กระแสและแนวโน้มบางอย่างในแต่ละวงการข้างต้น โดยเฉพาะกระแสที่อยู่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผมเน้นการนำเสนอเรื่องเล่าแบบเฉพาะเจาะจงในกรณีภาพยนตร์บางเรื่อง คาราวา นักร้อง นักแสดงบางคน หรือการจัดรายการภาพยนตร์หรือเพลงยอดนิยม จากนั้นผมพยายามจะเลือกนำเสนอแง่มุมและมุมมองของผมเองที่ได้เรียนรู้จากกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมชุดนี้

เราอาจกล่าวได้ว่า ทศวรรษที่ 2540 เป็นยุคของ “หนังไทยคืนชีพและโกอินเตอร์” ความสำเร็จของหนังไทยหลายๆ เรื่อง ทั้งในแง่ของเงินรายได้ และคุณภาพซึ่งวัดจากเสียงตอบรับของนักวิจารณ์บันเทิงและตลาดภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ซบเซามานานเริ่มกระเดื่องขึ้นมาบ้าง โดยเฉพาะความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องต่างๆ เช่น “นางนาก” “ตลก 69” “ฟ้าทะลายโจร” ไกลมาจนถึง “สุริโยไท” ภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ที่ได้รับการโปรโมตว่าเป็น “สุดยอดภาพยนตร์แห่งสยามประเทศ” เมื่อปลายปี พ.ศ. 2544 “บันเทิงเดลินิวส์” ได้สรุปว่า ปี 2544 เป็นปีทองอีกครั้งของวงการหนังไทย⁴ มีการสร้างและฉายภาพยนตร์ไทยมากถึง 13 เรื่อง (ในปี 2543 มี 9 เรื่อง) ได้แก่ “แม่เบี้ย” “ข้างหลังภาพ” “มือปืนโลก/พระ/จัน” “9 พระกุ่มครอง” “สุริโยไท” “จัน คารา” “14 ตุลา สงครามประชาชน” “ขวัญ-เรียม” “เชอร์รี่แอน” “ไกรทอง” “ป๊อบ หัวใจ สยอง” “ผีสามบาท” และ “มนต์รักทรานซิสเตอร์” ทุกเรื่องนอกจากการฉายในประเทศที่ประสบความสำเร็จบ้าง หรือ

⁴ “ผู้จัดรายการวิทยุ” เก็บด้วยว่าปี 2544 เป็นปีทองของหนังไทย แต่ไม่ใช่ยุคทอง ความสำเร็จทั้งด้านรายได้และคุณภาพยังฝากไว้ด้วยปัญหาหลายประการ เช่น การเซ็นเซอร์ เนื้อหาไม่หลากหลาย การลงทุน การกลบเกลื่อนภาพลักษณ์ของหนังไทยในหมู่ผู้ชมรุ่นใหม่ และคุณภาพด้านต่างๆ ของบุคลากรในวงการ โปรดดู “ภาพรวมทางไทยในรอบปี 2544” ผู้จัดรายการวิทยุ, 27 ธันวาคม 2544, หน้า 15.

อาจจะผิดหวังทางด้านรายได้บ้าง แต่มีโอกาสได้ออกไปชุกรงไตรงค์ในนามภาพยนตร์จากประเทศไทยได้ทุกเรื่อง โดยอาศัยมืออาชีพในการจัดจำหน่ายนำร่องให้ “สุริโยไท” ได้รับการยกย่องว่าเป็นสุดยอดภาพยนตร์แห่งปี เป็นหนังไทยเรื่องเดียวที่สร้างประวัติศาสตร์หลายๆ หน้าในกับวงการ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนสร้าง การใช้ดาราดำเนินการแสดง มีผู้ชมทั่วประเทศมากที่สุดและทำเงินรายได้มากที่สุดเป็นประวัติการณ์ของหนังไทย หน้าบันเทิงเคลิวิวลส์ลงความเห็นในตอนท้ายว่า “ปัจจัยที่ทำให้หนังไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นกว่าเดิมคือ คุณภาพของงานจะเห็นได้จากรายชื่อของหนังไทยทั้งหมดที่สร้างกันหลากหลายแนว ให้ความสนุก ให้ความรื่นรมย์ ให้ความบันเทิง และ ฯลฯ แก่ผู้ชมอย่างไม่ผิดหวัง”¹⁵

“หนังไทยโกอินเตอร์” เป็นมิติใหม่ของกระแสไทยป๊อป หนังไทยมีโอกาสอวดตัวต่อสายตาชาวโลกอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาคุณภาพให้ใกล้เคียงหรือเข้าถึงรสนิยมของผู้ชมในตลาดภาพยนตร์นานาชาติ แต่เหตุผลส่วนหนึ่งมาจากการเติบโตของตลาดบันเทิง โดยเฉพาะในระดับภูมิภาคของทวีปเอเชียด้วยกัน เครือข่ายผู้จัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะ “Golden Harvest Entertainment Co.” ของฮ่องกง และ ช่องหนังเอเชียของ HBO ตลาดเคเบิลทีวีและวิดีโอเติบโตมากขึ้น ทำให้ภาพยนตร์ไทยมีโอกาสแทรกตัวเข้าไปทำเงินมากขึ้นในตลาดเหล่านั้นมากขึ้น เมื่อผู้สร้างผู้กำกับไทยพัฒนาฝีมือและคุณภาพมากขึ้น รวมทั้งสร้างหนังโดยคิดถึงผู้ชมในตลาดต่างประเทศได้ ทำให้โอกาสที่หนังไทยจะมีอนาคตสดใสตามไปด้วย¹⁶

ประเด็นที่น่าสังเกตเกี่ยวกับปฏิกิริยาในสังคมไทยที่เกิดจากการฟื้นคืนชีพของหนังไทยยุคทศวรรษ 2540 ที่โดดเด่นน่าจะเกี่ยวข้องกับกระแสสำคัญ 2 เรื่อง ได้แก่ (1) กระแสชาตินิยมในหนังไทยในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ และ (2) กระแสความอ่อนไหวของสังคมเรื่องเช็กส์และความรุนแรงบนแผ่นฟิล์ม

ประเด็นที่แรก กระแสชาตินิยมไทยที่ปรากฏบนแผ่นฟิล์มสะท้อนให้เห็นจากความสำเร็จของภาพยนตร์ 2 เรื่องสำคัญ ได้แก่ “บางระจัน” (2544) และ “สุริโยไท” (2544) ภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องได้ก่อให้เกิดกระแสชาตินิยมแบบป๊อป หรือที่สื่อมวลชนเรียกว่า “กระแสฟีเวอร์” ขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2544 ทั้งยังเป็นที่มาของกระแสลักษณะเดียวกันนี้ในอีกกรณีอื่นอีก เช่น สื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวคราวการสร้างภาพยนตร์แนวชาตินิยมบางเรื่อง เช่น ท้าวสุรนารีหรือย่าโม เป็นต้น จนก่อให้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางกลายเป็นประเด็นการเมืองระดับชาติและระหว่างชาติ เมื่อนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมาประกาศสนับสนุนโครงการสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับย่าโมและวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ของผู้กำกับชื่อดัง พิศาล อัครเศรณี นักการทูตและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ของลาวออกโรงด้วยความเป็นห่วงว่า การสร้างภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจะกระทบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพราะเป็นไปไม่ได้ที่จะไม่กล่าวถึงเจ้าอนุวงศ์และกองทหารลาวในอดีต ซึ่งลาวถือว่าเป็นวีรบุรุษแห่งชาติคนสำคัญ นอกจากนี้ เพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา และพม่า ต่างก็มีปฏิกิริยาแบบชาติ

¹⁵ “สุริโยไท” สุดยอดภาพยนตร์แห่งปี 13 เรื่อง พ.ศ. 2544 ยุคตลาดหนังโลก.” เคลิวิวลส์, 31 ธันวาคม 2544, หน้า 28.

¹⁶ “Film Makers Urged to Tap Media Boom.” Bangkok Post, March 13, 2001, p. 10.

นิยมของตนเองต่อกระแสนาตินิยมบนแผ่นฟิล์มของหนังไทยด้วยเช่นกัน กับพหุภาพประกาศสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับ “ขอมคำคืน” ในสมัยพระร่วงจากมุมมองทางประวัติศาสตร์ชาตินิยมของตน ส่วนเจ้าหน้าที่ระดับสูงของพม่าก็ออกโรงวิจารณ์กระแสนาตินิยมของหนังไทย ซึ่งบังเอิญว่าภาพยนตร์ออกโรงฉายเมื่อตอนต้นปี 2544 ประจวบเหมาะกับการพิพาทชายแดนภาคเหนือระหว่างกองทัพไทยกับกองทัพพม่า จนถึงขั้นต้องปิดด่านแม่สายก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างกว้างขวาง

หนังสือพิมพ์ “ผู้จัดการรายวัน” ได้ยกย่องให้ภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องเป็น “หนังยอดเยี่ยมปี 2544” โดยที่ “สุริโยไท” ได้อันดับหนึ่ง ส่วน “บวระจัน” ได้อันดับสอง หนังสือพิมพ์ฉบับดังกล่าววิจารณ์ภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องดังนี้ “1. สุริโยไท แม้จะเต็มไปด้วยรายละเอียดข้อมูลทางประวัติศาสตร์อัดแน่น จนทำให้บางช่วงดูเหมือนบทความ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่านี่คือหนังไทยที่มีงานสร้างพิถีพิถันถึงพร้อมมากที่สุดเท่าที่เคยสร้างกันมา แม้จะมีทั้งกระแสนิยมหนาแน่นมากพอๆ กับกระแสนั้นได้ ทว่าจนบัดนี้” “สุริโยไท” ก็ได้กลายเป็นประวัติศาสตร์อีกบทหนึ่งของหนังไทยไปเรียบร้อยแล้ว 2. บวระจัน งานของคุณบี๋คั้นนี้ยังคงมีปัญหาในการสร้างตัวละครเอาไว้เยอะเยอะ กระทั่งดูกรงรังเกิดความจำเป็น รวมทั้งขาดความราบรื่นในการเล่าเรื่องอย่างมีลำดับ แต่ “บวระจัน” ก็เป็นงานที่ดูสนุกชวนติดตามมากที่สุดของเขา รวมทั้งการเร้าอารมณ์อีกเหิมควบคู่กับสะท้อนใจในตอนท้ายอย่างได้ผลเป็นครั้งแรก หลังจากที่ถูกกำกับรายนี้สอบตกเรื่องการดึงให้ผู้ชมรู้สึกร่วมคล้อยตามหนังมาตลอด...”⁴⁸

ไม่ว่านักวิจารณ์บันเทิงจะวิจารณ์ “สุริโยไท” ว่าอย่างไร แต่จากมุมมองของหม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล ผู้กำกับการแสดงและผู้รับผิดชอบ “สตูดิโอภาพยนตร์แห่งสยามประเทศ” แล้วภาพยนตร์เรื่องนี้ “เป็นภาพยนตร์ไทยระดับโลก” ที่ท่านภาคภูมิใจที่สุดในชีวิต⁴⁹ ท่านเชื่อว่า “ภาพยนตร์ “สุริโยไท” ไม่เพียงมุ่งชี้ชัดถึงพิบัติภัยอันเกิดแต่การแตกสามัคคีในหมู่คนไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถเปิดมิติประวัติศาสตร์ให้เห็นถึงบทบาทของสตรีสูงศักดิ์ในราชสำนัก ซึ่งส่วนนี้มีบทบาทสำคัญไม่แพ้ชายในการขับเคลื่อนกงล้อประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันให้เกิดเหตุพลิกผันผลัดแผ่นดินไปจนถึงการพลีชีพกลางสมรภูมิศึกเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกราชของราชอาณาจักร”⁵⁰ ท่านกล่าวด้วยว่า “ผมต้องการให้ทั่วโลกรู้จักถึงคนไทย คนไทยคือสิ่งที่สำคัญที่สุดในภาพยนตร์เรื่องนี้...”⁵¹

นอกจากการปลุกกระแสนาตินิยมแบบป๊อปแล้ว ภาพยนตร์โดยเฉพาะเรื่อง “สุริโยไท” ยังได้เปิดมุมมองและให้แง่คิดในการตีความและเรียนรู้อดีตของคนไทย⁵² เพราะการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่ตาม

⁴⁸ โปรดดูบทวิจารณ์เพิ่มเติมใน “สุริโยไท โลกแม็กซ์ที่หายไป” มติชนรายวัน, 19 สิงหาคม 2544, หน้า 18.

⁴⁹ “หนังยอดเยี่ยมปี 2544” ผู้จัดการรายวัน, 26 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

⁵⁰ ดูภาพยนตร์ฉบับพิเศษ สุริโยไท, กรุงเทพมหานคร: บริษัทอำนวยการผลิต, มปป.(2544), หน้า 7.

⁵¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 54.

⁵² เรื่องลึกในหัวใจท่านผู้ สุริโยไท ทั่วโลกต้องรู้จักคนไทย” มติชนรายวัน, 23 สิงหาคม 2544, หน้า 14. โปรดดูเพิ่มเติมใน “จินตนาการและข้อเท็จจริง ประวัติศาสตร์บนแผ่นฟิล์ม “สุริโยไท”” มติชนรายวัน, มติชนรายวัน, 23 สิงหาคม 2544, หน้า 14.

⁵³ โปรดดูบทวิจารณ์ลักษณะอื่นใน ถั่วแขก (นามแฝง), “งานเป็นเงา: สุริโยไท” มติชนรายวัน, 20 สิงหาคม 2544, หน้า 14.

มาควบคู่กับการชมภาพยนตร์นั้นเข้าถึงผู้ชมในวงกว้าง ที่สำคัญเป็นการคืนชีวิตให้กับประวัติศาสตร์ เรื่องอารมณ์ความรู้สึก และสร้างสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผมมองเห็นว่าภาพยนตร์ไทยจำนวนหนึ่ง เช่น “สุริโยไท” “บางระจัน” รวมทั้งภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทยที่สร้างโดยต่างประเทศ เช่น “Anna and the King” ตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกของคนไทยทั้งประเทศในห้วงหลังวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2540 อย่างชัดเจน เหมือนกับว่าคนไทยยังอารมณ์ค้างหรือเสียดสีอยู่กับการเสียเอกราชทางเศรษฐกิจให้กับไอเอ็มเอฟและต่างชาติ การเสพหนังที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวีรกรรมที่ยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษจึงช่วยกระตุ้นต่อมรักชาติอย่างได้อารมณ์ แม้ว่าเมื่อเดินออกมาจากโรงหนังแล้วต้องพบกับ “ชีวิตแบบเดิมๆ” ต่อไปในโลกความเป็นจริงก็ค่อยๆ ก้นใหม่อีกครั้ง การกลับไปหาประวัติศาสตร์ในลักษณะนี้เปรียบได้ทั้งกับสิ่งที่ธงชัย วินิจจะกูล (2544:57) “ขากล่อมประสาท” และการทำประวัติศาสตร์ให้เป็นสินค้าในรูปของสื่อบันเทิงที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ประเด็นที่สอง ความอ่อนไหวของสังคมไทยเกี่ยวกับเช็กส์และความรุนแรงบนแผ่นฟิล์ม ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่อง เช่น “จันดารา” “แม่เบี้ย” ได้ตกเป็นเป้าของการวิพากษ์วิจารณ์ว่านำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเช็กส์ที่ไม่เหมาะสม สื่อมวลชนและบรรดาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายแห่งได้มีปฏิกิริยาต่อภาพยนตร์ดังกล่าว ก่อให้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของชาวโลกจากกรณีฉากรักอีโรติกในเรื่อง “จันดารา” ทั้งนี้เพราะภาพยนตร์ไทยในระยะหลังนี้มีโลกาสำนึกนำเสนอตัวเองต่อสายตาชาวโลกมากขึ้น

นิวัติ กองเพียร เจ้าของฉายา “เกจิบู๊ต” ใช้จินตนาการศิลปะของท่านเชื่อมโยงระหว่างภาพถ่ายแบบตามนิตยสารของคริสตี ชุง ดาราสาวฮ่องกงผู้รับบทเป็น “คุณบุญเลื่อง” ในภาพยนตร์เรื่อง “จัน ดารา” กับภาพฉากรักอีโรติกชื่อดังที่เขียนบรรยายโดยอุษณา เพลิงธรรมไว้ดังนี้

“เมื่อได้เห็นแผ่นหลังอันอวบเนียนของนางแบบสาวจีน ก็นึกอยากเป็น จันดารา ขึ้นมาอีกหน อุษณา เพลิงธรรมเขียนไว้แบบนี้ ...เรนอนคว่ำเอาหน้าหนุนท่อนแขนรออยู่อย่างเคย โสร่งที่เปิดหลังขาวถ่องไว้ให้นั้นร่นเกือบถึงก้น กอຍ หนนี้พอน้ำแข็งก้อนแรกละลายไปกว่าครึ่ง ผมก็ทำมันหลุดลื่นเข้าไปได้ ตรงข้างหนึ่งของเธอจนได้ เธอเผยอตัวให้ผมตามเอาคืน แต่มือข้างนั้นของผม มันทำงานเสียวกลางคันและกอดกุมเธอไว้เต็มกำ พร้อมกันผมก็จูบเกลือกหลังเธออีกและร่ำพันความในใจออกมาอย่างหมดเปลือก เธอปล่อยตามใจผม อีกครู่หนึ่งเหมือนคราวก่อนแล้ว... ที่แรกผมนึกว่าเธอคืนรน แต่ที่จริงเธอขยับตัวเพื่อจะพลิกหงายขึ้นแล้วมองผมเต็มตา สีหน้าของเธอเหมือนนางพราหมณ์กับ

แม้พระระคนกัน... แล้วความเปรียบเทียบอันเป็นสัญลักษณ์ก็ต่อมาจากจบ
กระบวนการแห่งการสังวาสงดงาม และน่าจดจำไว้เป็นแรงปรารถนา...⁵³

อนุสนธิอย่างหนึ่งจากจารึกอีโรติกข้างต้นนี้ก็คือ “จัน ดารา” ได้กลายมาเป็นกรณีศึกษาและอภิปรายอย่างกว้างขวางว่า สังคมไทยควรจัดการอย่างไรระหว่างภาพยนตร์ที่เน้นศิลปะสื่ออารมณ์ทางเพศกับความเหมาะสมของกลุ่มผู้ชม สังคมไทยขณะนี้มีการเซ็นเซอร์ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแน่นอนว่าไม่เป็นที่ยอมรับของเจ้าของภาพยนตร์และผู้ชมกลุ่มใหญ่ การเซ็นเซอร์ที่อ้างเกณฑ์ของความเหมาะสมต่อศีลธรรมอันดีของประชานั้นเหมาะสมหรือไม่ ศีลธรรมของใคร อำนาจในการตัดสินควรจะเป็นของใคร ควรจะมีการตรวจสอบตราประชาชนก่อนเข้าชมภาพยนตร์หรือไม่⁵⁴ การที่ผู้สร้างภาพยนตร์ได้ข้อความที่ว่า “ภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 17 ปี” อาจจะเป็นการสื่อสารแบบดาบสองคมก็ได้ จากกรณีจารึกอีโรติกของ “จันดารา” มีผู้นำเสนอว่า “...[ประการแรก] เราต้องสนับสนุนให้ผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์มีอิสรภาพที่จะสร้างสรรค์ภาพยนตร์ในรูปแบบที่เขาต้องการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ประการที่สอง มาตรการที่กำหนดขึ้นนั้นต้องไม่ปิดกั้นเสรีภาพในการชมภาพยนตร์ของวัยอื่นๆ เช่น ห้ามฉายภาพยนตร์ที่มีฉากอีโรติกหรือฉากรุนแรงตัดคอหัวกระเด็น หรือให้ฉายได้แต่ต้องตัดฉากเหล่านั้นออก และประการสุดท้ายคือ มาตรการนั้นต้องบังคับใช้ได้จริง”⁵⁵

นักวิจารณ์อีกท่านหนึ่งก็เตือนด้วยความเป็นห่วงเกี่ยวกับเรื่องเซ็กส์และความรุนแรงบนแผ่นฟิล์มในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยเรียกว่าทั้งสองอย่างนี้เป็น “อิทธิพลของฮอลลีวูด”

“...ตลอดระยะ 30 ปี เป็นอย่างน้อยที่หนังฮอลลีวูดเผยแพร่อิทธิพล ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตและอาจซึมซาบวิธีคิดหลายๆ ลักษณะให้กับผู้ชมหนังเหล่านั้น ตั้งแต่วันที่โปสเตอร์หนังใช้คำเชิญชวนที่น่าตกใจสำหรับผู้ชมเมื่อ 25 ปีก่อนว่า ใครจะเสียพรหมจารีก่อนกัน ในหนังวัยรุ่น แต่ปัจจุบัน เนื้อหาลักษณะเดียวกันนี้ไปไกลเกินกว่าจะนึกถึงคำที่เคยชวนให้ตกใจในอดีต....

...สิ่งที่ควรระมัดระวังอย่างยิ่ง...ก็คือ การแพร่ภาพความรุนแรงนั้นจากภาพยนตร์หรือในจอโทรทัศน์ โดยที่เปรียบเทียบกับการอวดสรีระของตัวละคร ก็

⁵³ กวีนิพนธ์ “เมื่อสาวจีนเป็นคุณบุญเลื่อง (2).” *มติชนสุดสัปดาห์*, 21, 1095 (13 สิงหาคม 2544): 74.

⁵⁴ “จากจัน ดารา ถึงวาทะเรื่อง ร.ร. ภาพยนตร์?” *มติชนรายวัน*, 24 กันยายน 2544, หน้า 14.

⁵⁵ “ภาพยนตร์จันดารา กับปัญหาทางเพศของเยาวชนไทย.” *มติชนรายวัน*, 13 กันยายน 2544, หน้า 14.

เห็นหน้าอกของสตรีบนจอภาพยนตร์หรือโทรทัศน์บ้านเราเป็นสิ่งต้องห้าม เสียยิ่งกว่าเห็นการรบบราฆ่าฟัน หรือต่อตีกันแบบเลือดสาตแดงเดือดไปทั้งจอ หรือความทารุณลักษณะต่างๆ ที่ให้เห็นความโหดเหี้ยมป่าเถื่อนของตัวละคร จนแม้แต่ตัวละครเองก็ยังรังเกียจสิ่งที่ตัวเองทำไป ทำอย่างไรดี ถ้าลูกหลานของเรากลายเป็นชนเผ่านิยมความรุนแรงเหมือนกันไปหมด...”⁶⁶

จากวงการภาพยนตร์ ผมขอข้ามไปยังวงการโทรทัศน์ เพลงป๊อป และเพลงลูกทุ่งหมอลำ โดยผมจะหยิบยกประเด็นสำคัญหรือกระแสป๊อปบางอย่างของแต่ละวงการมานำเสนอดังนี้

หน้าบันเทิงเคลิวิวส์ยังได้รวบรวมละครโทรทัศน์และรายการยอดนิยมในปี พ.ศ. 2544 ของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง ละครยอดนิยม 3 อันดับแรกของแต่ละสถานีมีดังนี้ ช่อง 3 “ทางผ่านกามเทพ” (แอนคริว เกร็กสัน-เจนี เทียนโพธิ์สุวรรณ) “เจ้าสาวมืออาชีพ” (ชาย ชาติโยคม-มาลา วัฒนพานิช) และ “สะใภ้ไร้ยักษ์ดินา” (พรชิตา ณ สงขลา) ช่อง 5 ได้แก่ “ตะวันตดบูรพา” “สาวใช้หัวใจจิคาโก้” และ “เลือดหงส์” ช่อง 7 ได้แก่ “นายฮ้อยทมิฬ” “โนห์รา” และ “รักเกิดในตลาดสด” ช่อง ITV ได้แก่ “ส่วย” “หน้าตาบานแรก” และ “วัยระเรัง” แน่นอนว่า ละครโทรทัศน์ไทยกลายมาเป็นรายการบันเทิงที่สามารถเรียกได้ว่าเป็น “พิธีกรรมก่อนนอน” หรือสื่อบันเทิงประจำบ้านของผู้ชมทั่วประเทศ ละครโทรทัศน์มีความซับซ้อนทั้งเนื้อหา ประเด็นนำเสนอ และอิทธิพลที่มีต่อผู้ชมทั่วประเทศ โดยเฉพาะผู้ชมกลุ่มใหญ่คือผู้หญิง ผมคงไม่สามารถนำเสนอในที่นี้ได้เลย

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอย่างหนึ่งในกระแสไทยป๊อปภาคทีวีบันเทิงในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาก็คือ สื่อบันเทิงหลายอย่างนำเสนอความบันเทิงร่วมกันเพื่อให้เข้าถึงผู้ชมวงกว้างควบคู่กัน เช่น ละครโทรทัศน์มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง หรือใช้นักร้องลูกทุ่งมานำเสนอหรือเป็นตัวประกอบละคร ผู้จัดละครขายได้ทั้งละครและเพลงในกรณีที่เกิติดังขึ้นมา เช่น ละครเรื่อง “มนต์รักลูกทุ่ง” (ช่อง 7) “หงส์ฟ้ากับสมหวัง” (ช่อง 7) “สาวน้อยคาเฟ่” (ช่อง 3) และ “สะใภ้ไร้ยักษ์ดินา” (ช่อง 3) เรื่องหลังนี้ส่งให้พรชิตา ณ สงขลา หรือ “ปลิวลม” ดังระเบิดพร้อมกับเทปเพลงประกอบละครชุดนั้น⁶⁷ อย่างไรก็ตาม เสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่า ละครโทรทัศน์ของไทยนำเสนอนั้น ยังเป็นเสียงที่ได้ยินอยู่เป็นประจำตามคอลัมน์วิจารณ์บันเทิงทั่วไป ดังเช่น ความเห็นที่ผมคัดลอกมาข้างล่างนี้

“ผมไม่ได้รู้สึกว้า โทษที่บ้านเราหรือผู้เกี่ยวข้องนั้นได้สร้างรายการเพื่อรองรับความหลากหลายของคนในประเทศนี้เหมือนอเมริกา แต่รองรับความต้องการและความเชื่อของตนเองเป็นหลัก แถมยังมีความคิดสุดโต่งและวิธี

⁶⁶ ล้นแข (นามแฝง). “อิทธิพลฮอลลีวูด.” มติชนรายวัน. 5 มีนาคม 2545, หน้า 24.

⁶⁷ เพลงลูกทุ่ง สืบคำใหม่ของผู้จัดละคร.” ผู้จัดการรายวัน. 17 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

การนำเสนอที่สุดโด่งเลียดด้วย...การสร้างงานละคร โดยใช้ความรู้สึกรักของตัวเองมากกว่าจะรู้สึกเหมือนคนทั่วไปก็คือ การเชื่อว่าละครจะไม่มีคนดูจะไม่ชอบ ถ้าละครเรื่องไหนไม่วนเวียนอยู่กับเรื่องผัว-เมีย การตบตีแย่งชิงผู้ชาย โดยหวังผลประโยชน์ที่จะมาจากฐานะครอบครัวของพระเอก ซึ่งมีแม่ที่โง่งงไร้สติปัญญา พอๆ กับจริงจก้านที่ควรจะไปปรากฏตัวที่โรงงิ้ว ครอบครัวนี้ยังมีน้องสาวที่ช่างสอดรู้สอดเห็น มีพ่อซึ่งวันๆ นั่งอ่านหนังสือพิมพ์และกาแฟ พร้อมด้วยที่ทำเหมือนคนสมองฝ่อ ส่วนพระเอกก็ทั้งหุเบา เหลาะแหละ โลเล ขี้หึง สารพัด นางเอกก็มีอยู่สองประเภท ไม่แข่งประเภทกึ่งๆ จะก้าวร้าวก็อ่อนขวยเสียจนต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่า อีหนูนี้มันเป็นอะไรของมัน ตัวละครแบบนี้มีให้เห็น ชนิดเรียงคิวกันมาจนหน้าจอให้เราดูกันตลอด...”⁵⁸

ผมอยากจะเปรียบเทียบ “เสียงสะท้อน” และ “ท่าที” ของนักวิจารณ์ท่านนี้กับความคิดเห็นแฟนละครทีวีพันธุ์แท้ที่ผมรวบรวมมาจากคอลัมน์ “แม่ค้าขอแถม” ของ “คมชัดลึก” ปฏิกริยาของนักวิจารณ์กับคนที่ เป็นแฟน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงวัยรุ่น วัยทำงาน และแม่บ้านช่วยให้เรามองเห็นถึงมุมมองที่แทบจะเรียกได้ว่าอยู่กันคนละโลก ถ้านักวิจารณ์บอกว่า “ละครน้ำเน่า” แต่สำหรับแฟนนูแฟนแล้ว ละครทีวีเป็นอะไรหลายอย่างที่ไ้มากกว่าความบันเทิงและกิจกรรมยามว่างประจำวัน เนื้อเรื่อง ฉาก และบทสนทนาของละครทีวีเป็นหัวข้อสำหรับการพูดคุยหรือสนทนาในชีวิตประจำวัน รวมทั้งเป็นสถานการณ์จำลองสำหรับการวิพากษ์วิจารณ์นอกกรอบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการหล่อหลอมวิถีคิดและวิถีการมองโลกของผู้ชมอย่างมหาศาล จันจิรา นาเจริญ สาววัย 26 ปีแม่ค้าขายข้าวขาหมู ตลาดบางบัวทอง นนทบุรี ส่งความเห็นของเธอเกี่ยวกับละครแนวพีเรียลเรื่อง “ฟ้าเพียงดิน” ไปยังคอลัมน์ “แม่ค้าขอแถม” ว่า “ชอบดูละครเรื่องฟ้าเพียงดิน เพราะว่าพระเอก นางเอก เก๋น่ารักสมกันดี ดิฉันตามตั้งแต่เรื่องเก็บแผ่นดินแล้ว โดยเฉพาะนางเอก เขาเล่นบทไหนก็ตีบทแตกหมด เล่นเป็นธรรมชาติดี พี่ว่าเขาไม่สวยนะแต่น่ารัก ดูแล้วสนุกดี อยากให้พระเอกกลับมาจากเมืองนอกเร็วๆ จะได้ดูเขาถึงกันมันส์ดี”⁵⁹ นิศารัตน์ ทองคำ นักศึกษาสาววัย 18 ปีจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยบอกว่า “เรื่องฟ้าเพียงดินก็สนุกดี ชอบนางเอกไม่ถึงกับติดตามทุกเรื่อง แต่ก็ชอบในผลงานการแสดงของเขา ชอบเนื้อเรื่องด้วย น้ำเน่าดี แต่ละครมันต้องน้ำเน่าถึงจะสนุก ชอบพระเอกด้วย เขาเล่นได้กวนดี ดูแล้วมันได้ เรื่องนี้เพิ่งจะได้ดูเมื่อไม่นานมานี้เอง แต่พอได้ดูก็รู้สึกดี แล้วก็ลุ้นอยากให้สองคนเจอกันอีกครั้งเร็วๆ ไม่ได้เปิดช่องอื่นดูเลย เพราะไม่มีอะไรน่าดู”⁶⁰ ส่วนชัยยุทธ

⁵⁸ “คำถกวิโมกข์ The Accuse.” ผู้จัดกรรพวัน. 17 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

⁵⁹ “แม่ค้าขอแถม.” คมชัดลึก(ออนไลน์). 12 มกราคม 2545, หน้า 4.

⁶⁰ “แม่ค้าขอแถม.” คมชัดลึก(ออนไลน์). 12 มกราคม 2545, หน้า 4.

รักษาเมือง หนุมใหญ่วัย 35 ปี อาชีพรับจ้างทั่วไปมองละครเรื่องเดียวกันนี้ว่า “...เรื่องนี้ก็สอนให้เราได้ว่าในสังคมของเราทุกวันนี้อำนาจของเงินเป็นตัวหลักในการดำรงชีวิต การแก่งแย่งชิงดีกัน เพราะเงินเพียงตัวเดียวทำให้พี่น้องต้องมากัน เนื้อหาของเรื่องดีมาก ดูแล้วสะท้อนจิตใจของคนในสังคมเหมือนกัน”⁶¹

เสียงสะท้อนของผู้ชมเหล่านี้ทำหน้าที่หลายอย่างพร้อมกันไป พวกเขาสะท้อนคุณภาพของละครกลับไปยังผู้จัดละครและทีมงาน พวกเขาบอกกับดาราคนโปรดโดยเฉพาะพระเอก นางเอก และตัวอิจฉาว่าพวกคุณเล่นเรื่องนี้ได้เรื่องหรือไม่ได้เรื่อง ดิตจริต ขัดเงิน หรือไม่เป็นธรรมชาติตรงไหน ขณะเดียวกันพวกเขาก็ “ตอกหน้า” บรรดาคอลัมน์นิสต์นักวิจารณ์บ้านเทิงทั้งหลายด้วยว่า “ละครมันต้องน่าดูถึงจะสนุก” “ดูเขาเถียงกัน(แล้ว)มันส์ดี” เสียงสะท้อนของผู้ชมเหล่านี้เหมือนกับบอกว่า ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเห็น คิด หรือเชื่ออย่างที่นักวิจารณ์เขียนให้อ่านเสมอไป พวกเขาต่างก็มีมุมมองที่น่าสนใจของตัวเอง ที่สำคัญ มุมมองของผู้ชมนั่นเองที่บอกถึงความเป็นตัวตนของพวกเขาอย่างชัดเจน บรรดาแฟนละครพันธุ์แท้ต่างก็ยึดเอาละครทีวีเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมและจินตนาการร่วมกัน พวกเขามีนัดกันทุกคำคืน ณ พื้นที่สาธารณะที่กว้างใหญ่มหาศาลที่มีนามว่า “โทรทัศน์” ที่นั่นเองที่เป็นเวทีที่แสดงออกซึ่งตัวตนหรือสังกัดของพวกเขา ในโลกแฟนตาซีใบนี้ พวกเขาต้องการจะ “อิน” กับละคร คลายเครียดและเพลิดเพลินไปกับจินตนาการ แอบลุ้นเอาใจช่วยกับตัวละครต่างๆ ควบคู่กับการเก็บเอาเรื่องราวและมุมมองต่างๆ เพื่อนำไปใช้เป็นหัวข้อสนทนากับเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมสำนักงาน เพื่อนร่วมแฟงลอย ฯลฯ ในวันต่อๆ ไป ผู้ชมเหมือนกับจะบอกว่า พวกเขาต้องการความบันเทิง ต้องการความสนุกสนาน และต้องการรสชาติของชีวิตที่ดูแล้วสบายใจ จอโทรทัศน์ควรจะเป็นโลกส่วนตัวหรือส่วนครอบครัวสำหรับการหลบหนีไปจากความวุ่นวายในโลกของความเป็นจริงและความเหน็ดเหนื่อยในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ละครทีวีที่พวกเขาชอบจึงไม่ควรเพิ่มความเครียด ไม่ใช่เน้นเนื้อหาสาระ ดังกรณีของกรรมการ พுகกะณะสูตร ข้าราชการวัย 51 ปีที่บอกว่า “...พี่ชอบดูแบบไม่ต้องคิดมาก ไม่อยากยึดติด ถ้าดูเรื่องเครียดๆ ก็ยังจะเครียด ทำไมผู้จัดฯ ถึงชอบสร้างแต่ละครเครียดๆ ยิ่งปี 45 นี้พี่ว่าผู้จัดฯ ไม่ควรสร้างละครเครียดๆ เพราะสังคมมันก็เครียดพออยู่แล้ว ควรให้มีตลกบ้าง”⁶²

กระแสนันทิงแบบไทยป๊อปที่เน้นชีวิตแห่งความสุข สนุกสนาน และครื้นเครงมากกว่าสาระหรืออรรถรสที่ถูกลึกในเชิงศิลปะปรากฏให้เห็นอย่างแพร่หลายในวงการเพลงป๊อปและเพลงลูกทุ่งหมอลำ ไม่แพ้กับละครทีวี ก่อนที่จะกล่าวถึงประเด็นที่ผมเลือกมานำเสนอเกี่ยวกับกระแสนันทิงของวงการดังกล่าวนี้ ผมอยากจะให้ข้อมูลที่ส่วนที่เป็นพัฒนาการของวงการเพลงไทย โดยเฉพาะดนตรีไทยสากล ข้อมูลชุดนี้มาจากการนำเสนอของผู้นในวงการดนตรีเอง ดังนั้นข้อมูลชุดนี้น่าจะสะท้อนความรู้ความเข้าใจหลายอย่างเกี่ยวกับที่มาที่ไปของเพลงไทย

⁶¹ “บทสัมภาษณ์” กรมชดลิก(จอแก้ว), 12 มกราคม 2545, หน้า 4.

⁶² “บทสัมภาษณ์” กรมชดลิก(จอแก้ว), 26 มกราคม 2545, หน้า 4.

“บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จัดงาน “เส้นทางดนตรี 220 ปี” ไล่เลียงประวัติศาสตร์ทางดนตรีนำเสนอในวันที่ 8 มีนาคม 2545 ที่หอประชุมใหญ่ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย... จิรพรรณ อังศวานนท์ ผู้ดูแลด้านดนตรีของงานและเป็นผู้แบ่งยุคสมัยของดนตรีไทยในคอนเสิร์ตครั้งนี้... แบ่งยุคของดนตรีเป็น 11 ยุค

เริ่มจากยุคทองดนตรีไทย ที่วังดนตรีไทย “มูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ” จะเป็นผู้นำเสนอ

ถัดมาเป็นยุคชาวไทยรักษาดี นำเสนอบทเพลงชาติไทยของหลวงวิจิตรวาทการที่ปลุกกระแสความเป็นไทยให้เข้มข้นในสายเลือด ให้คนไทยพร้อมทำทุกอย่างเพื่อชาติ ช่วงนี้จะนำเสนอโดยวงเฉลิมราชย์

ยุคเพลงไทยไพเราะ นำเพลงท่านผู้หญิงพวงร้อย อภัยวงศ์ ถ่ายทอดโดยธานี พูนสุวรรณ และสุภัทรา อินทรภักดี

ยุคกลีลาศวัฒนา คือในช่วงของสุนทราภรณ์ นำเสนอโดยวงเฉลิมราชย์

ยุคเพลงไทยสากลที่ในทศกลับได้รับความสนใจ บทบาทเพลงยามราตรีมอบให้สุเทพ วงศ์กำแหง และสวลี ผกาพันธุ์

ยุคโก้วหลัง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากราชาเพลงร็อก เอลวิส เพรสลีย์ ถ่ายทอดโดยจิระศักดิ์ ปิ่นสุวรรณ สมชาย จำเลิศกุล

ยุคคนไทย?...เป็นไม่ได้ ซึ่งเป็นยุคของวงดิอิมพอสซิเบิล ที่ทั้งวงจะขึ้นเวที

ยุคเสรีชน กระแสสังคมพลิกผันเมื่อประชาชนถวิลหาเสรีภาพ โดยสุรชัย จันทิมาธร

ยุคคนดนตรี...ผีเสื้อ โดยสุรสิทธิ์ อธิธิกุล

ยุคดนตรีมีไฟ จากฝีมือของเรวัต พุทธินันท์ นำเสนอโดยนันทิดา แก้วบัวสาย

และยุคสุดท้ายยุคปัจจุบัน คือ เด็กไทยไกลเกินคิด โดยอมิตา ทาทา ยัง⁶³

⁶³ “เส้นทางดนตรี 220 ปีกรุงเทพฯ.” มติชนรายวัน. 25 กุมภาพันธ์ 2545. หน้า 25.

ผมมีข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการจัดแบ่งยุคสมัยของวงการดนตรีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ข้างต้นนี้
แน่นอนว่าทักษะและการจัดแบ่งดังกล่าวเป็นมุมมองด้านเดียวของผู้จัดงานคอนเสิร์ตครั้งนี้ พวกเขาเตรียมงาน
คอนเสิร์ต ไม่ใช่ทำวิจัยหรือเขียนหนังสือทางวิชาการ ที่สำคัญ พวกเขามักจะต้องคิดถึงนักร้อง นักดนตรี หรือวง
ดนตรีที่จะทำหน้าที่บรรเลงผลงานทางดนตรีรูปแบบต่างๆ รวมทั้งความสนใจของกลุ่มผู้ชมและสปอนเซอร์อื่น
จะนำมาซึ่งความสำเร็จในทางธุรกิจบันเทิง ถึงกระนั้นก็ตาม ผมก็จะต้องตั้งข้อสังเกตไม่ได้ว่า ประวัติศาสตร์วง
การเพลงหน้านี้ไม่ได้นับรวมกระแสดนตรีที่ป๊อปขึ้นมาจากศิลปะการแสดงพื้นบ้านเอาไว้เลย เป็นประวัติศาสตร์
เพลงป๊อปที่มองจากมุมมองของศูนย์กลางหรือกรุงเทพฯ เป็นสำคัญ และเป็นป๊อปที่ออกจะคับแคบเชิงวัฒนธรรม
และกลุ่มศิลปินอยู่ไม่น้อย ทั้งยังไม่ค่อยจะสอดคล้องกับความเป็นจริงที่กระแสไทยป๊อป เช่น ลูกทุ่ง ลูกทุ่งหมอลำ
ร็อคพื้นบ้าน ลูกทุ่งเพื่อชีวิต เพลงเพื่อชีวิต ฯลฯ ได้กลายมาเป็นกระแสสำคัญในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมาไม่แพ้
“เพลงไทยสากล” หรือ “เพลงสตริง” ที่มีสังกัดค่ายเพลงยักษ์ใหญ่เป็นของตนเอง ในเวลานี้ค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ใน
อุตสาหกรรมเพลงป๊อปของไทยต่างก็หันมาให้ความสนใจเจาะตลาดเพลงลูกทุ่งกันอย่างคึกคัก

ในทศวรรษ 2540 กระแสน่าสนใจของวงการเพลงป๊อปและเพลงลูกทุ่งก็คือ การต่อสู้กับปัญหาการ
ละเมิดลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “เทปผีซีดีเถื่อน” หน้าบันเทปของ “เคลวินวส์” สะท้อนปัญหาดังกล่าวจากทัศนะของคน
ในวงการโดยการสรุปอย่างกระชับว่า “น้ำตาของคนทำเพลง เสียงก่นคำของนักดนตรี... วงการเพลงในแต่ละปีมี
การเฉลี่ยผลประโยชน์ในการค้าไม่ต่ำกว่าพันล้านบาทต่อปี ตัวเลขเหล่านี้ปัจจุบันกลายเป็นตำนานหมดแล้ว
เพราะถูกคนเลวเข้ามาทำลายกอบโกยผลประโยชน์ไปอย่างหน้าด้านๆ แม้แต่รัฐบาลที่รู้ปัญหาดีก็ยังทำอะไรไม่
ได้... วงการเทปเพลงต้องสูญเสียประโยชน์และรายได้ไปหลายร้อยล้านบาท เนื่องจากไม่สามารถเก็บเกี่ยวรายได้จากการ
ค้าขายเทปเพลงและซีดีได้เต็มอัตรา สาเหตุหลักเพราะถูกเทปปลอม ซีดีปลอมชิงตลาดขายกันเกร่อ
เป็นความเจ็บปวดของการรังสรรค์ผลงานเหล่านี้ไม่มีใครจะช่วยให้ ต้องปล่อยไปตามยถากรรม ตัวใครตัว
มัน ป้อนกันผลประโยชน์กันเอง บางครั้งทำให้เจ้าของกิจการหรือคนทำเพลงต้องหลั่งน้ำตา เพราะผู้มีอิทธิพล
หรือค่านในเครื่องแบบทำเสียเอง...”⁶⁴

ส่วนคนในวงการเพลงลูกทุ่งผู้มีแฟนเพลงกลุ่มใหญ่ที่สุดก็ประสบปัญหาธุรกิจที่หนักหน่วงไม่แพ้กัน
แม้ว่าความนิยมของคนฟังจะกลับมาแล้วก็ตาม ธุรกิจก็ไม่รุ่งเรืองเท่าที่ควรเพราะว่าเหตุผลสำคัญ 2 อย่าง นั่นคือ

“...เทปผีซีดีปลอมเข้ามาแซะตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคลดน้อยลงด้วย
พิษเศรษฐกิจของประเทศ... ในยุคบ้านเมืองอยู่ในภาวะปกติก็กินดีอยู่ดี เทปผี
ยังไม่เคลื่อนตลาดเหมือนทุกวันนี้ เทปเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมและขายดี

⁶⁴ “น้ำตาของคนทำเพลง เสียงก่นคำของนักดนตรี” สังกัศนี 2544: 31 ธันวาคม 2544, หน้า 31.

ยอดจำหน่ายจะอยู่ที่ 1-2 ล้านตลับเป็นอย่างน้อย ซึ่งในปีที่ผ่านมาจากการสำรวจพบว่ามีเพลงหลายๆ เพลงเป็นที่นิยมของคนฟัง ไม่ว่าจะเป็นเพลง “คุณลำไย” ของลูกนก สุภาพร เพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” ของวงร็อกแสดง เพลง “กระเป๋าแบนแฟนทิ้ง” ของเอกราช สุวรรณภูมิ เพลง “โคเรมี” ของเบนซ์ พรชิตา ณ สงขลา เพลง “อาจารย์โกย” ของสคส รุ่งโพธิ์ทอง เพลง “หงส์ฟ้ากับสมหวัง” ของก๊อต จักรพรรณ์ อาบครบุรี หรือแม้กระทั่งเพลง “บิน ลาติน” ของฝน ศิลารัตน์ ทุกเพลงล้วนได้ชื่อว่าเป็นเพลงดังฮิต แต่เมื่อมองไปที่ยอดเทปที่ขายกลับพบว่า แต่ละชุดกลับขายกันอย่างกระท่อนกระแท่น ที่ยอดขายเกือบล้านตลับก็มีเพียงเพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” ส่วนเพลง “คุณลำไย” ที่ดังที่สุด ยอดขายยังไม่เกิน 7 แสนตลับ ส่วนเพลงอื่นๆ ที่กล่าวมาน่าจะอยู่ระหว่าง 2-5 แสนตลับ ถามว่า ทำไม คำตอบก็คือ เพลงดังเหล่านี้ถูกแชร์ตลาดด้วยเทปผีซีดีเถื่อนนั่นเอง จะเชื่อหรือไม่ว่าปัจจุบันนี้เทปผีขายอยู่ในตลาดถึง 60 เปอร์เซนต์ ในขณะที่เทปถูกกฎหมายขายเพียง 40 เปอร์เซนต์...”⁶⁵

ส่วนสาเหตุทางด้านเศรษฐกิจตกต่ำ คนตกงานจำนวนมาก และธุรกิจต่างๆ ในประเทศในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาอยู่ในภาวะย่ำแย่ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้แฟนเพลงต้องระมัดระวังการใช้จ่าย “การซื้อเทปนักร้องแต่ละคนจึงต้องคิดแล้วคิดอีกว่าคุ้มเท่ากับเงินหรือไม่”⁶⁶ ที่สำคัญเทปเพลงหรือซีดีไม่ใช่ปัจจัยหลักในการดำรงชีวิต เป็นเพียงสื่อบันเทิงอย่างหนึ่ง ซึ่งแฟนเพลงทั้งหลายอาจมีทางเลือกหลายทาง ไม่จำเป็นต้องซื้อมาไว้ในครอบครองเสมอไป เช่น รับฟังจากสถานีวิทยุ จากระายการโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งฟังผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ก็ยังได้ ดังนั้นเมื่อมองจากมุมมองของบริษัทเทปเพลง ค่ายเพลง นักร้อง นักดนตรี ครูเพลง หรือผู้ผลิต จึงเห็นได้ว่าอนาคตของธุรกิจดังกล่าวย่อมเต็มไปด้วยอุปสรรค

ผมจะไม่กล่าวถึงมิติทางกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย หรือศีลธรรมและจริยธรรมทางการค้าในปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “เทปผีซีดีเถื่อน” โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่เบื้องหลังการกระทำความผิดจรรยาบรรณดังกล่าว แต่ผมอยากจะมองว่าอะไรคือแรงจูงใจให้บรรดาแฟนเพลงทั้งหลายบริโภคสินค้าปลอมหรือเถื่อนดังกล่าว และปรากฏการณ์การดังกล่าวบ่งบอกอะไรแก่วงการเพลงบ้าง หลายคนในวงการคงตอบได้ไม่ยากว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การปลอมแปลง เลียนแบบ หรือผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นั้น ทำได้อย่างง่ายดายต้นทุนต่ำ ผลิตคราวละมหาศาลได้เท่าที่ตลาดต้องการ ที่สำคัญคุณภาพนั้นแทบจะไม่ต่างกันเลเยระหว่าง “ของ

⁶⁵ “ภาวะตลาดเพลงถูกทุบตี 45 ยังต้องรบกับเทปผีต่อไป” เดลินิวส์, 31 ธันวาคม 2544, หน้า 31.

⁶⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน.

ปลอม กับ “ของจริง” สินค้าที่ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่ไม่ต่างกันระหว่างต้นฉบับกับของปลอม เช่น เทปเพลง ซีดี หรือวีดีโอ ยิ่งทำให้ผู้บริโภคพอใจที่จะบริโภคของปลอม เพราะราคาถูกกว่า พวกเขามองไม่ออกว่าจะจ่ายแพงกว่าไปทำไม บรรดาผู้ผลิตและค้าสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ก็สบายไป ไม่ต้องสร้างศิลปิน ไม่ต้องทำดนตรี ไม่ต้องเกี่ยวข้องกับงานศิลปะ แต่ทำเงินได้ทันทีโดยการขโมยทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม ฝ่ายผู้ประกอบการหรือเจ้าของลิขสิทธิ์โดยเฉพาะบริษัทค่ายเทปกับบรรดาศิลปินต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อรักษาผลประโยชน์อันชอบธรรมของตนเอง พวกเขาพยายามเรียกร้องให้ทางราชการปราบปรามและดำเนินคดีกับกลุ่มผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งสร้างกระแสเรียกร้องให้เจ้าของสถานบริการ และผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าเพลงที่ถูกต้องตามกฎหมาย พวกเขาใช้มาตรการต่างๆ รวมทั้งเจรจาต่อรองและลดราคาเทปและซีดีลงมาเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าของตน อย่างไรก็ตาม ผมกลับมองเห็นว่า ความนิยมบริโภคของละเมิดลิขสิทธิ์ราคาถูกของแฟนเพลงไทยน่าจะบอกอะไรได้มากกว่าการชอบของศิลปินราคาถูก หรือ “จ่ายแพงกว่าทำไม” ผมมองว่า กรณีดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นถึงพลังที่มองไม่เห็นของผู้บริโภคที่ลงโทษและควบคุมผู้ประกอบการในทางอ้อม ราคาที่กำหนดโดยกลไกตลาดอาจจะไม่เป็นธรรมสำหรับพวกเขา การหันไปใช้ของเถื่อนก็เป็นทางออกทางหนึ่งที่น่าสนใจ พวกเขาประท้วงราคาเทปเพลง หรือซีดีที่บรรดาผู้ผลิตเป็นฝ่ายกำหนดราคา หรือโก่งราคาอยู่ในตัว ขณะเดียวกันก็เป็นการประกาศให้ผู้ผลิตได้รู้ด้วยว่า ผู้บริโภคคือผู้เล่นที่สำคัญที่สุดในธุรกิจบันเทิง ไม่ใช่ผู้ผลิตจะทำเพลงอย่างไรก็ได้ คุณภาพแบบไหนก็ได้ เพียงแต่มีงบประมาณมากๆ เป็นพอ

วงการเพลงลูกทุ่งหมอลำก็คึกคักและมีสีสันมากในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา วงการได้ผลิตนักร้องและเพลงคุณภาพที่ดีได้รับความนิยมจากแฟนเพลงทั่วประเทศจำนวนมาก การปรากฏตัวของนักร้องและวงเครื่องฝรั่ง “ฝรั่งรักไทยใจลูกทุ่ง” เช่น โจนิส แอนเดอร์สัน สาวหมอลำคริสต์ และทีมงานวงเครื่องสาวฝรั่ง “เดอะแฟมิลี่” ยิ่งช่วยเพิ่มสีสันและบรรยากาศของวงการให้คึกคักมากขึ้น⁶ ในที่นี้เลือกที่จะกล่าวถึงเพลงยอดนิยม 2 เพลง ได้แก่ เพลง “คุณลำไย” และ “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” ผมมองเห็นว่า ทั้งสองเพลงนี้บอกเล่าเรื่องราวและตัวตนของบรรดาชายหญิงวัยรุ่นและวัยแรงงานกลุ่มใหญ่ที่สุดของประเทศที่น่าสนใจหลายอย่าง โดยเฉพาะการแสดงตัวตนผ่าน การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการแสดงความปรารถนาหรือทะยานอยากในรูปของตัวเงิน วัตถุ และค่านิยมตามยุคตามสมัยบางอย่าง สองเพลงนี้ “โดนใจ” ผู้ฟังอย่างมากในเรื่องนี้

เนื้อเพลง “คุณลำไย” กล่าวถึง หญิงสาวคนหนึ่งคัดค้านว่าบรรดาเพื่อนฝูงและหนุ่มๆ ทั้งหลายที่เรียกเธอว่า “คุณลำไย” ซึ่งเป็นชื่อที่แสนจะเซ็กซี่ ลำไยไม่ใช่ชื่อที่เธอปรารถนา เพราะเป็นชื่อไม่ทันสมัย เป็นชื่อที่ไร้ภาพลักษณ์ของ “คนบ้านนอกคอกนา” ผู้ตกกระแสนสังคม เพื่อที่จะหลุดพ้นจากภาพลักษณ์ดังกล่าว เธอจึงต้องการชื่อที่ทันสมัย ชื่ออะไรก็ได้ที่ปรากฏในบัญชีทางยาวของเธอที่บ่งบอกความเป็นชื่อตามสมัยนิยม เช่น “น้องก๊อฟ เซอร์รี่ น้องววย...น้องแอน น้องอัน น้องโบว์ น้องฮัน น้องฝัน...น้องเมย์ น้องแพรว น้องพิมพ์ น้อง

⁶ “ทริคกี-โจนิส ฝรั่งลูกทุ่ง-หมอลำ” มติชนรายวัน, 30 2543, หน้า 1, 14.

เพิน...” ชื่อที่เท่าเทียมและน่าสมกับอย่างนี้ทำไมไม่มีใครเรียกเธอ เนื่องจากนี้ คุณลำไยยังตระหนักด้วยว่า ลำไยเปลี่ยนชื่ออย่างเดียวยังไม่ช่วยให้เธอตามกระแสแฟชั่นให้ทันสมัยได้ เธอจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวเองให้ทันสมัย โดยกว่ำบริโภคนิสัย หรือใช้สินค้าตามกระแสแฟชั่นที่น่าสมัย รวมทั้งปรับแต่งรูปโฉมของเธอควบคู่กันไป ดังที่เนื้อเพลงบอกว่า “...เธอหรือจะมี แฟนที่หุ่นดีอย่างฉัน ทรวงทรวงนี้ถูกครึ่งแบบมะริกัน เปลี่ยนสไตล์ทุกวันน่า แฟชั่นที่ทันสมัย ยมูกุสันเป็นคน เส้นผมยังทำไฮโดลด์ กระเป๋าก็ถือโคดา[sic] กางเกงก็ยีนส์ล้วย จะเรียกลำไย คิดดูให้ดี...” (“คุณลำไย” ลูกนก สุภาพร ขับร้อง, คาร์ ธรรมบาล, คำร้อง-ทำนอง, สมปอง เปรมปรีดิ์ เรียบเรียง, 2544) เพลงนี้อาจจะเรียก ตัวนักร้องคือ ลูกนก สุภาพรว่า “คุณลำไย” แต่จริงๆ แล้ว ความในใจและความปรารถนาที่จะเป็นสาวเปรี้ยวหรือสาวสมัยใหม่นั้นเป็นของสาวไทยแทบทุกคน ในต้นทศวรรษที่ 2540 แทบจะเรียกได้ว่าผู้หญิงไทยน้อยคน นับตั้งแต่สาวไฮโซไฮโล่เรียงมาจนถึงสาวโรงงาน สาวบ้านนอกคอกนาต่างก็ตกอยู่ภายใต้มนต์สะกดของแฟชั่นสมัยนิยมไม่ต่างจากคุณลำไยเลย ต่างกันเพียงแต่ว่า ใครจะมีกำลังซื้อมากกว่าใคร ใครมีรสนิยมหรือสร้างสไตล์ที่ทันสมัยของตัวเองได้อย่างไร หรือให้ความหมายกับการตามกระแสแฟชั่นของตนเองว่าอย่างไร

ถ้าเพลง “คุณลำไย” พุดแทนใจผู้หญิงไทยในกระแสโปป เพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” อาจพุดแทนใจหนุ่มๆ โดยเฉพาะไอ้หนุ่มลูกทุ่ง ไอ้หนุ่มในกลุ่มของชาวบ้านร้านตลาด ผู้ใช้แรงงาน รวมทั้งข้าราชการชั้นผู้น้อย และชนชั้นกลางได้จำนวนมาก หนุ่มมอเตอร์ไซค์ฮ้างตามเนื้อเพลงเป็น “ครูน้อยบรรจใหม่” หรือพ่อพิมพ์ของชาติสอนตามโรงเรียนบ้านนอกตัดพ้อโชคชะตาที่ค้าขายของตัวเอง เงินเดือนน้อย วุฒิการศึกษาต่ำแค่ปริญญาตรี จาก “ราชภัฏพอกะเทิน” ศักดิ์ศรีก็ไม่ได้ยิ่งใหญ่พอที่จะอวดหรือแบ่งในสังคมได้เหมือนกับนายร้อยตำรวจ ที่สำคัญ ครูน้อยมีพาหนะคู่กายแค่มอเตอร์ไซค์โกโรโกโสคันหนึ่ง สาวๆ คนสวยคงไม่หันมามอง ไม่เหมือนนายร้อยตำรวจนั่งรถปิกอัพโตโยต้าคันหรู ด้วยความเจ็บช้ำน้ำใจที่ถูกเหยียดหยาม ครูน้อยผู้ด้อยวาสนาถึงกับตัดใจว่า ยังไงๆ ก็จะต้องทนกู้เงินสหกรณ์ออกมาผ่อนรถปิกอัพให้ได้ในเร็ววัน เพลงนี้โดนใจคนหนุ่มรุ่นใหม่ทั่วประเทศ แต่ให้เรื่องราวที่ก้ำกั้นถึงหดหู่ใจ เป็นตลกที่เจ็บร้าย เพราะถ้าหันมามองความเป็นจริงแล้ว จะเห็นได้ว่า ข้าราชการครูเป็นข้าราชการที่มีหนี้สินสูงสุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ข้าราชการครูควรจะเป็นผู้นำหรือแบบอย่างความดีสำหรับสังคม แต่ในที่สุดเรา ก็เหมือนอย่างที่เรารู้กันมานานว่าทุกคนต่างก็ตกอยู่ภายใต้มนต์สะกดของพลังรุกรานครอบงำของบริโภคนิยมและวัตถุนิยมโดยถ้วน อย่างว่าแต่ครูน้อยเลย พระสงฆ์ ข้าราชการ ชนชั้นกลาง ไฮโซหรือใครต่อใครก็มีสภาพที่ไม่ต่างจาก “ครูน้อย มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” หรือ “คุณลำไย” เพราะสังคมไทยได้ชื่อว่า เป็นสังคมที่แข่งขันและทะเยอทะยานในเรื่องของการบริโภคอย่างรุนแรง ค่านิยมบริโภคและการบูชาเงินตราในสังคมไทยเปลี่ยนเร็วแค่ไหน เมื่อ 20 ปีก่อนยอดรัก สลักใจสะท้อนความน้อยใจของไอ้หนุ่มลูกทุ่งว่า “จักรยานคนจน” คนสวยของพี่จึงหันไปนั่งรถเครื่องรุ่นใหม่เมคอินเจแปน ราว 10 ปีต่อมารังสี เสรีชัยก็บอกว่า ถ้าพี่โชคดี

เมื่อไรจะเอา “มอเตอร์ไซค์หุ้มทองไปยัยเธอ” แต่ทุกวันนี้ทั้งจักรยานและมอเตอร์ไซค์ดกกระป๋องไปหมดแล้ว สาวๆ เขาไม่มองแล้ว ไอ้หนุ่มที่มีเสน่ห์และโก้หรูตามยุคตามสมัยต้องเอา “บิกออฟคัน ก๊อ โดโยด้ามจับแข็ง...”

ประเด็นที่น่าสนใจที่สุดที่ผมเก็บตกจากการฟังเพลงฮิตทั้ง “คุณลำไย” และ “มอเตอร์ไซค์ช่าง” ก็คือ ทั้งสองเพลงตรงกันอย่างหนึ่งก็คือ มีกลิ่นไอและท่วงทำนองของหมอลำพื้นบ้านของอีสานช่วงขับให้เพลงทั้งสองโดดเด่นขึ้นมาอย่างชัดเจน เพลงแรกมีเนื้อร้องเป็นภาษาไทยกลางสมัยนิยม แต่อาศัยทำนองลำเดี่ยวผสมกับการพูดเพลงที่ได้รับอิทธิพลจากเพลงเร่ของตะวันตกบรรเลงไปจนจบเพลง ส่วนเพลงหลังเป็นเพลงสไตลด์นตรีที่เรียกว่า “ร็อกอีสาน” เต็มตัว ทำให้กลิ่นไอของคนตรีอีสานจึงกลายมาเป็นสินค้าที่มาแรง มาแรงไม่แพ้อาหารอีสานประเภทไก่ย่าง ส้มตำ ลาบ น้ำตก ข้าวเหนียว มาแรงไม่แพ้สื่อวัฒนธรรมอื่นๆ จากดินแดนที่ราบสูง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของผู้ให้แรงงานและคนยากคนจน ผมไม่มีคำตอบที่ชัดเจนในที่นี้ เพียงแต่ตั้งข้อสังเกตว่า นี่คือนวัตกรรมอย่างหนึ่งของชีวิตและความเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมป๊อปที่เติบโตมาจากฐานรากทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งในสังคมไทย พื้นบ้านอีสานก็สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างไม่ต้องสงสัย นี่คือการร่ำรวยของวัฒนธรรมและสังคมไทย กระแสไทยป๊อปไม่จำเป็นต้องหมายถึงการนำเข้าจากต่างประเทศเสมอไป

กล่าวโดยรวมแล้ว แม้จะเต็มไปด้วยกระแสเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอย่างหลากหลายและรวดเร็ว แต่ตัวตนในกระแสป๊อปสายบันเทิงของไทยก็แสดงถึงลักษณะที่โดดเด่นที่สุดร่วมกันออกมา นั่นคือ ตัวตนที่อาศัยการบริโภคเป็นเครื่องมือในการสร้างขึ้น คนไทยในกระแสบันเทิงนับตั้งแต่ชาวบ้านร้านตลาด ชนชั้นกลาง ไล่ขึ้นไปจนถึงไฮโซต่างก็เป็นผู้บริโภคที่เต็มไปด้วยความทะยานอยากและแข่งขันกันเพื่อเข้าถึงสินค้าและบริการที่นำสมัยอยู่ตลอดเวลา ดังที่ปรากฏในกรณีของหนังไทย ละครทีวีและเพลงป๊อปทั้งหลาย แน่แน่นอนว่า ตัวตนในกระแสป๊อปเหล่านั้นต้องเผชิญหน้ากับแรงกดดัน บีบคั้น และการต่อรองอยู่เสมอ พวกเขาต่างก็อาศัยการบริโภคกระแสป๊อปต่างๆ เพื่อสร้างสังกัดร่วม จินตนาการร่วม และอัตลักษณ์ร่วมที่ช่วยให้พวกเขาสนุกสนาน ผ่อนคลาย หลีกหนีไปจากโลกของความเป็นจริงที่เครียด เต็มไปด้วยกฎระเบียบ และการแก่งแย่งแข่งขัน พวกเขาพอใจที่จะเดินทางไปมา หรือไปกลับระหว่างโลกของกระแสป๊อปกับโลกของหน้าที่ การงาน และความรับผิดชอบ เพราะพวกเขารู้ว่า ไม่มีวันและไม่มีใครหลบหนีไปจากโลกหรือชีวิตประจำวันได้พ้น “ชีวิตมันเป็นเรื่องธรรมดาสามัญอย่างนี้แหละ” เหมือนอย่างที่เราเคยได้ยิน ประเสริฐกุลบอกว่า “ดีๆ ชั่วๆ”⁸ หรือสุขบ้างทุกข์บ้างสลับกันไป ในเวทีละครชีวิตประจำวัน เมื่อถึงจุดหนึ่ง พวกเขาขอแวะพักพิงในกระแสนันทิงไทยป๊อป เพื่อรสชาติความสนุกสนาน คลายเครียด และบรรยากาศที่ถูกอกถูกใจตามรสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ดูเหมือนว่า พวกเขาก็ยังไม่ยินดียืนร้านเลย ถ้ายังเอื้อมคืบพบภายหลังว่ามันเป็นเรื่อง “คลกร้ายแบบเพื่อนๆ” ที่ผู้คนจะคอยแต่จะหลบ

⁸ “ข้อถกเถียงของท่านใน “มติชนรายวัน” ฉบับประจำวันเสาร์ หน้า 13.

หนีไปจากโลกของความเป็นจริง เข้าไปอยู่ในโลกของละครน้ำเน่า หนังสือแบบประวัติศาสตร์ชาตินิยมยากล่อม ประสาท หรือฟังเพลง “กุลล่ำไย”

บทที่ 5

บทสรุป:

เสียงพูดของ “คนไทยสายพันธุ์ป๊อป”

ในเอกสารทางวิชาการชุดนี้ ผมตั้งข้อสังเกตไว้ตั้งแต่ต้นแล้วว่า กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักแฝงไว้ด้วยอคติและความคับแคบ อย่างน้อยที่สุด ผมคิดว่า แทบจะไม่มีใครในกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักใจกว้างพอที่จะให้ที่ทางหรือที่อยู่ที่ยืนแก่ “กระแสไทยป๊อป” ที่ผมยกตัวอย่างมานำเสนอในที่นี้ทั้ง 3 กรณี กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยไม่ได้นับรวมเอาวัฒนธรรมสมัยนิยมกรณีต่างๆ ว่าเป็น “วัฒนธรรม” ในทางตรงข้ามสิ่งที่กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักได้พยายามลงมือทำอย่างต่อเนื่องและยาวนานก็คือ การใช้อำนาจเพื่อสร้าง “วาทกรรมความเป็นอื่นในทางวัฒนธรรม” ขึ้นมาจากภายในปริณิณทลของวัฒนธรรมไทยเอง (discourses of cultural otherness from within) กระบวนการที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ การกล่าวไทยว่าวัฒนธรรมต่างชาติ เช่น วัฒนธรรมตะวันตก วัฒนธรรมฮอลลีวูด วัฒนธรรมญี่ปุ่น ฯลฯ เป็นรากเหง้าหรือที่มาของกระแสป๊อปทั้งหลาย ซึ่งในสายตาของ “ผู้ใหญ่” แล้วเป็นสิ่งที่ล้วนแต่เป็นปัญหาหรือเป็นภัยคุกคามต่อความเป็นไทย รวมทั้งความมั่นคงของวัฒนธรรมแห่งชาติ กระแสป๊อปทั้งหลายจึงไม่ใช่วัฒนธรรมไทย

กระบวนการดังกล่าวนี้เองที่ผมเรียกว่า “สงครามวัฒนธรรม” ในปริณิณทลวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย เป็นสงครามหรือการต่อสู้ดิ้นรนในทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยเฉพาะวัยรุ่น คนหนุ่มสาว ผู้หญิง คนผู้ใช้แรงงาน ชาวบ้านร้านค้า รวมทั้งบรรดาคนชายขอบกลุ่มต่างๆ ในสังคม ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2543:330) เรียกกระบวนการต่อสู้ดิ้นรนหรือแสวงหาความเป็นตัวตนทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ว่า “การต่อสู้ทางการเมืองเชิงเอกลักษณ์” คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมไทยยุคดิจิทัลกำลังต่อสู้ ดิ้นรน ขัดขืน และแสวงหาต้นสังกัดหรือรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเอง เพราะพวกเขาตกอยู่ในสงครามวาทกรรม พวกเขาตกเป็นฝ่ายตั้งรับและถูกกระทำมายาวนาน พวกเขา กำลังตอบโต้ ต่อรอง และช่วงชิงพื้นที่เพื่อนำเสนอความเป็นตัวของตัวเองในท่ามกลางสังคมเต็มไปด้วยความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลง สิ่งที่พวกเขากำลังตอบโต้หรือหาทางออกให้กับชีวิตในสังคมสมัยใหม่เพราะ พวกเขาไม่ยอมที่จะตกเป็นเป้านิ่งให้กับ “กระบวนการสร้างความเป็นอื่นทางวัฒนธรรม” ที่ฝ่ายผู้มีอำนาจในสังคม โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐ สื่อมวลชน นักการเมือง นักวิชาการ หรือใครต่อใครหยิบยื่นให้ แน่นอนว่า พื้นที่ที่เปิดโอกาสให้สิทธิและเสียงของคนเล็กคนน้อยเหล่านั้นได้สื่อแสดงออกมาอย่างเข้มข้นมากที่สุดก็คือ ปริณิณทลของชีวิตประจำวัน

ผมนำเสนอว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมคือ ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของ “ความเป็นอื่นจากภายใน” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากมุมมองของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณา ปรากฏการณ์ทางสังคมในกระแสไทยป๊อปจากมุมมองของชีวิตและลมหายใจของคนเล็กคนน้อยในสังคม รวมทั้งผู้คนกลุ่มต่างๆ ที่ใช้ชีวิตเวียนว่ายอยู่ในกระแสป๊อปต่างๆ อย่างละเอียด เราจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมนี้เองที่เป็น “ห้องเครื่อง” หรือ “ต้นกำลังที่แท้จริง” ที่ทำงานผลักดันให้เครื่องจักรวัฒนธรรมไทยโดยรวมเคลื่อนที่ไปข้างหน้าอย่างตึกถักและมีชีวิตชีวามากที่สุด พลังสร้างสรรค์ของกระแสป๊อปคือตัวแทนพลังงานทางสังคมของชนธรรมดาสามัญในท่ามกลางกระแสบริโภคนิยมและโลกาภิวัตน์ที่ยิ่งใหญ่ พลังสร้างสรรค์ผู้คนในกระแสป๊อปย่อมแตกต่างไปจากผู้คนในกระแสอื่น หรือยุคสมัยอื่น

ผมเข้าใจว่า พลังงานของวัฒนธรรมสมัยนิยมเหล่านี้มีเนื้อหาสำคัญอย่างน้อย 4 ประการคือ *ประการแรก* วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นปฏิสัมพันธ์ตอบโต้โดยตรงและโดยอ้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นปฏิกิริยาทางวัฒนธรรมที่ต่อรองโดยตรงกับกระแสวัฒนธรรมโลก *ประการที่สอง* วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องเล่าของการดิ้นรนต่อสู้เพื่อแสวงหา คงไว้ หรือสร้างสรรค์ตัวตนทางวัฒนธรรม ไม่ว่าตัวตนเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับรากเหง้า ของแท้ อาณาเขต เส้นแบ่งแยกต่างๆ หรือที่อยู่ที่ยืนของคนรุ่นหนึ่ง ยุคสมัยหนึ่ง กลุ่มหนึ่ง ประเทศหนึ่ง หรือข้ามประเทศ ผู้คนในกระแสป๊อปต่างก็หาวิธีต่อรอง ต่อสู้ ดิ้นรนเพื่อบอกความเป็นตัวของตนเองเสมอ *ประการที่สาม* ในกระบวนการต่อสู้และต่อรองดังกล่าว ทุกอย่างในชีวิตประจำวันจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ โดยเฉพาะการบริโภค และ *ประการที่สี่* กระแสป๊อปไม่ใช่ว่าการตามยุคตามสมัย ตามกันฝรั่งหรือญี่ปุ่นจนหลุดโลก หรือหลุดไปจากฐานทางวัฒนธรรมดั้งเดิมจนสุดโต่ง รูปแบบและเนื้อหาของวัฒนธรรมสมัยนิยมหลากหลาย และซับซ้อนเกินกว่าจะสรุปเหมารวมได้อย่างง่าย วัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยมีทั้ง “หลุดโลก” “ตามกระแสนิยม” “ย้อนยุค” “เทรนใหม่ฯ” ฯลฯ

กรณีการ์ พรหมเสาร (2545:51) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการแสวงหาตัวตนหรืออัตลักษณ์ (เอกลักษณ์) ของผู้คนในกระแสบริโภคนิยมแบบ “โพโม-คอนซูเมอร์” ว่า

“ชีวิตที่ดีในยุคโพโมเดิร์นไม่ได้หมายความว่าแค่การมีวัตถุที่แสดงระดับชั้นทางสังคมที่คุณเห็นนักแสดงในทีวีเจมิกันเท่านั้น แต่ชีวิตที่ดีคือการที่คุณสามารถสร้างเอกลักษณ์ของคุณเองขึ้นมาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เอกลักษณ์อื่นแตกต่างหลากหลายที่เกิดขึ้นเมื่อบริโภคสินค้าและบริการที่สัมพันธ์กับมัน แต่เป็นเอกลักษณ์ที่แยกส่วนเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย ไม่ปะติดปะต่อกัน ไม่ใช่ว่าการสังสรรค์และชิมลิกจะมีเอกลักษณ์ที่มั่นคง ชัดเจนและเป็นของจริง

ยกตัวอย่างเช่น เป๊ปซี่ เต็มที่กับชีวิต เขาไปพ้นจากการขายเครื่องดื่มน้ำดำธรรมดาแล้ว แต่เขาขายภาพพจน์ของคนยุคใหม่ที่ “เต็มที่กับชีวิต” ให้ภาพสองสาวที่แม่ส่งมาดูคอนเสิร์ต ต่อหน้าแม่เธอเรียบร้อยมาก พอเจอตู้โกล่า เธอก็ทำตัวเปรี้ยวสุดๆ เข้าไปดูคอนเสิร์ต หรือโทรศัพท์มือถือจีเอสเอ็มสองวัตต์ที่ให้ “ชีวิตเหนือระดับ” กับคุณ แม่แต่ดีแต่ยก “ชัดเจนครอบคลุมทุกรูปแบบชีวิต” ด้วยภาพอบอุ่น ความสุขที่ได้จากการติดต่อสื่อสารของคนในครอบครัว สามหนุ่มสามมุมไม่ว่าจะใช้ชีวิตอยู่มุมไหนของประเทศ และที่ฮอตฮิตอยู่ตอนนี้คือ วันทูคอลของครูเทท์ “สนับสนุนทุกความคิดอิสระของคนยุคนี้” จนใครๆ ก็อยากเอาชนะความกลัวให้ได้เหมือนครูเทท์

การตลาดสมัยนี้จึงเอาภาพพจน์นำหน้า ตามมาด้วยเนื้อหา หรือไม่ต้องตามมาเลยก็ได้ ถ้าบอกแค่นี้แล้วสามารถขายสินค้าได้!...”

หลักใหญ่ใจความอีกข้อหนึ่งที่ผมอยากจะนำเสนอในที่นี้ก็คือ ผมเพียงแค่อยากจะคืนความธรรมดาสามัญให้กับวัฒนธรรม ผมเพียงอยากจะถ่วงรั้งไม่ให้วัฒนธรรมหลุดลอยไปจากปริมณฑลชีวิตประจำวัน เพราะที่นี้คือชีวิตและตัวตนที่แท้จริงของวัฒนธรรมเกิดขึ้น ดำรงอยู่และปรับเปลี่ยนไปตามสถานที่ เวลาและเหตุปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ผมเชื่อว่า วัฒนธรรมไม่ใช่ของวิเศษ เลิศเลอ วัฒนธรรมไม่ใช่คำนิยม อุดมคติ หรือความไฝฝันที่ชนชั้นผู้นำ ปัญญาชน นักวิชาการ หรือสื่อมวลชนปรารถนาอยากจะมีหรือสร้างขึ้นในสังคม วัฒนธรรมไม่ใช่เฉพาะสิ่งประเสริฐหรือเรื่องมีอบอกถึงความเจริญของงานในวิถีชีวิตของคน หากยังรวมเอาด้านที่อัปลักษณ์ ด้านที่ไม่มีใครอยากจะพูดถึงเข้าไปด้วย วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญที่คนธรรมดาสามัญ หรือมนุษย์ทุกคนใช้ชีวิตอยู่ในนั้น เป็นสิ่งที่คนต้องเกี่ยวข้องโดยการบริโภค สร้างขึ้น ทำลายล้าง ลืม จำ ฯลฯ แต่เป็นสิ่งธรรมดาที่เรามองไม่ค่อยเห็น จับต้องไม่ค่อยได้ แต่เรารู้ว่ามันเป็นกระแสน้ำไหลอย่างไรในชีวิตประจำวัน เป็นสิ่งที่เราต้องกิน ต้องอยู่ ต้องใช้ ต้องเสพ ต้องชม ฯลฯ และที่สำคัญมันอยู่ใกล้ตัวเรามากและแฝงฝังอยู่ในวิถีคิดและร่างกายของเรา อยู่ในจอทีวี หน้าหนังสือพิมพ์รายวัน อยู่ในสินค้าและบริการ หรืออยู่ตามห้างสรรพสินค้า เวทีคอนเสิร์ต ในท้องถนน อยู่ในทุกหนทุกแห่งที่วิถีชีวิตของเราเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย

ในตอนท้าย ผมจะลำดับประเด็นสำคัญและความคิดเห็นต่างๆ ที่ผมนำเสนอมาควบคู่กับรายละเอียดจำนวนมากของเอกสารทางวิชาการชุดนี้

ประการแรก ผมเริ่มต้นด้วยข้อสังเกตที่ว่า กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักแฝงไว้ด้วยอคติและความคับแคบ กระบวนทัศน์ดังกล่าวมีความพลวัตอยู่ในตัวพอสมควร โดยเฉพาะการผลิตซ้ำนิยามวัฒนธรรม

แห่งชาติ “เอกลักษณ์แห่งชาติ” หรือ “ความเป็นไทยหรือคนไทย” กระบวนทัศน์วัฒนธรรมกระแสหลักสร้างวาทกรรมวัฒนธรรมแห่งชาติ ขณะเดียวกันก็สร้าง วาทกรรมความเป็นอื่นทางวัฒนธรรม หรือการนิยามว่าสิ่งที่ไม่ใช่ วัฒนธรรมไทย ไม่นับรวมอยู่ในอัตลักษณ์ความเป็นไทย หรือลักษณะของคนไทย เช่น การตั้งคำถามว่า “คนไทย รีเปล่า” ในโฆษณาเบียร์ช้าง หรือแฉวงการเมือง การกีฬา และวงการราชการทั่วไป หรือ การตอกย้ำถึงความมั่นคงทางวัฒนธรรมในกระแสโลกาภิวัตน์และรัฐตลาด (ชัยอนันต์ สมุทวณิช 2544)

ประการที่สอง ผมชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นตัวอย่างที่สำคัญของ “ความเป็นอื่น” ในวาทกรรมวัฒนธรรมไทยกระแสหลัก เพราะ “ผู้อ่านาจอ” “ผู้ใหญ่” และผู้คนในวัฒนธรรมไทยกระแสหลักมองเห็นว่า เป็นสิ่งที่นำเข้าจากต่างชาติ เป็นเรื่องไร้สาระของวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย และที่สำคัญไม่มีคุณค่าทางศิลปะ เป็นเพียงกระแสแฟชั่นในชีวิตประจำวันที่แสนจะธรรมดา อาจจะสือฮาตื่นเต้นบ้างเป็นบางครั้งบางคราว แต่ก็มาเร็วและพร้อมจะผ่านไปเร็ว ดังนั้น วัฒนธรรมสมัยนิยมไม่มีค่าควรที่จะนับเนื่องให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

ประการที่สาม ผมไม่เห็นด้วยกับวิคิด มุมมอง ข้อสรุป และอุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักในการนิยามวัฒนธรรมสมัยนิยมในฐานะของความเป็นอื่นข้างต้น ผมเชื่อว่า ถ้าเรา “จับกระแสไทยป๊อป” โดยการฟัง ติดตาม และทำความเข้าใจกระแสป๊อปแบบต่างๆ อย่างละเอียดแล้ว กระแสเหล่านี้จะเป็น “กระเจกงามานใหญ่” ที่สะท้อนส่วนที่ก้าวหน้าที่สุด คึกคักที่สุด และเปลี่ยนแปลงเร็วที่สุดของระบบวัฒนธรรมไทยที่เต็มไปด้วยความแตกต่างหลากหลาย ผมมองเห็นว่า ผู้คนเกือบทั้งประเทศใช้ชีวิตใกล้ชิด กระแสป๊อปอย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าคุณจะชอบหรือไม่ก็ตาม ชีวิตประจำวันของเราทุกคนแยกไม่ออกจากกระแสป๊อป ในขณะที่วัฒนธรรมกระแสหลัก เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี ศิลปการแสดง ฯลฯ กลับเป็นเรื่องของผู้ใหญ่ คนเก่า คนแก่ และหน่วยงานราชการที่เคร่งขรึม เอาจริงเอาจัง แฝงไว้ด้วยกฎระเบียบและอำนาจ หลายครั้งผู้ใหญ่เหล่านี้ก็ลืมไปว่า ครั้งหนึ่งในชีวิต ตัวเองก็เคยโลดแล่นแล้วสุดเหวี่ยงอยู่ในกระแสป๊อปมาก่อนเช่นกัน ที่สำคัญ กิจกรรมวัฒนธรรมกระแสหลักส่วนใหญ่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว เป็นเหมือนนิทรรศการหรืองานโชว์ออกร้านมากกว่าความเป็นจริงของชีวิต

ประการที่สี่ ในกระแสป๊อป ผมมองเห็นคนเล็กคนน้อย วัยรุ่นชาย-หญิง ชาวบ้านร้านตลาด วัยแรงงาน ผู้บริโภคสื่อ สินค้า และบริการ ผู้ชม แฟนเพลง ฯลฯ กำลังคืนชน ไขว่คว้า และวิ่งตามกระแสสมัยนิยม ขณะเดียวกัน ผู้คนเหล่านี้กำลังเผชิญหน้า ต่อสู้และต่อรองกับอำนาจในรูปแบบต่างๆ ควบคู่กันไป เสียงพูดและเสียงสะท้อนของพวกเขาที่ปรากฏอยู่ในกระแสป๊อปต่างๆ ล้วนแต่เป็นปฏิกิริยาโดยตรงกับเสียงของอำนาจและวาทกรรมวัฒนธรรมไทยกระแสหลัก ในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมนี้เองที่ผมมองเห็นความมีชีวิตชีวา พลังสร้างสรรค์ และความเป็นธรรมตามสามัญของชีวิตมากที่สุด ผมไม่เห็นด้วยทั้งหมดกับคำอธิบายลักษณะของผู้คนในกระแสป๊อปว่าเป็น “...ผู้บริโภคยุคโพสต์โมเดิร์นมีลักษณะเด่นตรงที่บริโภค บริโภค และบริโภค และการ

บริโภคนิยมมากเกินไปนี้ก็ทำลายสิ่งแวดล้อมและตัวเราเอง เราไม่รู้จักพอ ไม่รู้ว่าอะไรคือความสุขที่แท้จริงของชีวิต มันคือความพึงพอใจที่ขึ้นๆ ลงๆ ตามฉกัการบริโภคของเรา” (กรรณิการ์ พรหมเสาร์ 2545:51) ผมเชื่อว่า พวกเขาไม่ใช่ผู้บริโภคที่ไม่รู้จักสืบลืมตาหรือไร้จิตสำนึกแบบสุดโต่ง ภาพดังกล่าวเป็นเพียงภาพด้านเดียว พวกเขาเป็นผู้ผลิตพอๆ กับผู้บริโภค พวกเขาต้องการคนรับฟัง ต้องการพื้นที่หรือเวทีในการแสดงออก และต้องการสังคมยอมรับสิทธิและเสรีภาพ รวมทั้งความรับผิดชอบบางอย่างที่เขามีอยู่ เช่นเดียวกับคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม

ประการห้า วัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยคล้ายคลึงอย่างมากกับกระแสป๊อปทั่วโลกในแง่ที่ว่า เป็นวัฒนธรรมชีวิตประจำวันและเป็นวัฒนธรรมตลาด ชีวิตในกระแสวัฒนธรรมดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการบริโภค การกิน การพักผ่อนหย่อนใจ และการบันเทิงเริงรมย์ในรูปแบบต่างๆ เป็นการบูชาเงินและอำนาจความมั่งคั่งของเงินและวัตถุ เป็นการบูชาความงามและความสุขทางกาย เป็นการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อตามกระแสและเอาตัวรอด เพื่อค้นหาตัวตนและความเป็นตัวตนเฉพาะ เป็นการใช้ชีวิตที่เน้นความสนุกสนาน ความดีๆ ชั่วๆ ตามกระแสนิยมของโลกและยุคสมัย เป็นการวิ่งตามลมหายใจของกระแสแฟชั่นของโลก ที่สำคัญ คนที่ใช้ชีวิตในกระแสป๊อปอย่างเข้มข้น เช่น วัยรุ่น ผู้หญิง ชาวบ้านร้านตลาด วัยแรงงาน ฯลฯ ไม่ต้องการที่จะถูกนิยามหรือควบคุมตรวจสอบโดยกลไกอำนาจต่างๆ ในชีวิตสมัยใหม่

บรรณานุกรม

กรรณิการ์ พรนเสาร์. “โฟโม-คอมซูเมอร์.” *ฉลาดซื้อ*. 8, 47(กุมภาพันธ์-มีนาคม 2545):50-52.

กอร์ปกุล วินิจัยภาค แก้วทิพย์. “เด็กนักเรียนหญิง:เหยื่อของทุนนิยม.” *มติชนรายวัน*. 30 มกราคม 2544, หน้า 6.

กาญจนา แก้วเทพ. *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์, 2544.

“ใกล้ 50 ยังแจ๋ว เจ็ดตุ๊กเผยเคล็ดการมดดีเสมอ.” *คมชัดลึก*. (วันเท็ง) 25 มกราคม 2545, หน้า 5.

ข้อความโฆษณาของ Marie France Bodyline. *มติชนรายวัน*. 2 เมษายน 2544, หน้า 15.

“คนถือรีโมท The Accuse.” *ผู้จัดการรายวัน*. 17 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

“คุณลำไย.” ใน *อัลบั้มคุณลำไย*. ลูกนก สภาพร ขับร้อง, คำริ ธรรมบาล คำร้อง-ทำนอง, สมปอง เปรมปรีดี เรียบเรียง, กรุงเทพมหานคร: บริษัทนพวงส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 2543.

“คริสต์-โจนส์ ฝรั่งลูกทุ่ง-หมอลำ.” *มติชนรายวัน*. 30 2543, หน้า 1, 14.

งามพิศ สัตย์สงวน. *หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538[2532].

“จินตนาการและข้อเท็จจริง ประวัติศาสตร์บนแผ่นฟิล์ม “สุริโยไท.” *มติชนรายวัน*. 23 สิงหาคม 2544, หน้า 14.

“จัดระเบียบสังคม: น โบายเฉพาะหน้าระยะยาว.” *มติชนรายวัน*. 18 ธันวาคม 2544, หน้า 6.

“จับคลินิกทำสวยของ กาวข้างคูศิว.” *มติชนรายวัน*. 16 2545, 1, 16.

“จากจัน ดารา ถึงเวลาต้องรู้ พ.ร.บ. ภาพยนตร์?” *มติชนรายวัน*. 24 กันยายน 2544, หน้า 14.

เจ้าพระยาพระเสด็จสุเรนทราธิบดี (เปียม มาลากุล), สมบัติผู้ดี. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2542[?].

ชัย เรื่องศิลป์. ประวัติศาสตร์ไทยสมัย 2352-2453. กรุงเทพมหานคร: บ้านเรื่องศิลป์, 2517.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. จากรัฐชาติสู่รัฐตลาด: แนวความคิดเกี่ยวกับรัฐและสังคมในยุคโลกาวัต. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์, 2544.

“ชายไม่จริง หญิงไม่แท้ ชีวิตที่ไม่ง่ายในโลกใบนี้.” เดลินิวส์. 27 กันยายน 2542, หน้า 5.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกสิทธิ์ และความเป็นอื่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิภาษา, 2543.

“เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ชานม หมทอง อาโนเนะ.” มติชนรายวัน. 4 พฤษภาคม 2543, หน้า 13.

“คารา-นักร้อง เหยยวิถีดูแลสุขภาพร่างกาย.” ไทยรัฐ. 23 กรกฎาคม 2542, หน้า 31.

คาราภาพยนตร์ฉบับพิเศษ สุริโยไท. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอำนวยการเว็บพริ้นติ้ง, มปป.[2544].

ทวีศักดิ์ เผือกสม. “การทำตะวันตกให้เป็นตะวันออกของสยาม (Orientalizing the Occidental of Siam): การตอบโต้รับมือกับวาทกรรมความเป็นอื่นของมิชชันนารีตะวันตกโดยปัญญาชนสยามในช่วงต้นศตวรรษที่ 19.” รัฐศาสตร์สาร. 20, 3 (2541):253-313.

ไทยรัฐ. (ฉบับอิเล็กทรอนิกส์). 10 มีนาคม 2545.

ธงชัย วินิจจะกูล. “ประวัติศาสตร์ไทยแบบราชาชาตินิยม: จากยุคอาณานิคมอำพรางสู่ราชาชาตินิยมใหม่หรือลัทธิเสด็จพ่อของระบอบไทยในปัจจุบัน.” ศิลปวัฒนธรรม. 23, 1(พฤศจิกายน 2544):56-65.

ธิดา สาระยา. อารยธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2539.

“นโยบาย มท. 1 เป็นไปได้หรือไม่? พาเด็กเข้าคุกหวังไม่ให้ติดยา.” มติชนรายวัน. 1 มิถุนายน 2544, หน้า 14.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. โชน, คาราวาว, น้ำน่านและหนังไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2538ก.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. ผ้าขาวม้า, ผ้าซิ่น, กางเกงใน และฯลฯ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2538ข.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. ปากไก่กับใบเรือ: ความเรียงว่าด้วยวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ต้นรัตนโกสินทร์. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์การพิมพ์, 2527.

นิวัติ กองเพียร. “เมื่อสาวจีนเป็นคุณบุญเลื่อง (2).” มติชนสุดสัปดาห์. 21, 1095(13 สิงหาคม 2544):74.

“บทนำมติชน: สนับสนุนประชาธิปไตย.” มติชนรายวัน. 4 กันยายน 2544, หน้า 2.

“บทสรุป ฟรีดรีด เกิร์ล อาหารตา สูตรสำเร็จดูดเงินคนรวย.” มติชนรายวัน. 10 เมษายน 2544, หน้า 16.

“ใบหน้าน้ำมาก่อน...ขาอ่อนมาทีหลัง.” มติชนรายวัน. 17 ธันวาคม 2542, หน้า 15.

“เบื้องลึกในหัวใจท่านมู๋ สุริโยไท ทุกคนต้องรู้จักคนไทย.” มติชนรายวัน. 23 สิงหาคม 2544, หน้า 14.

ประยูรศักดิ์ บุญนาค. เล่าขานจรรยาศรี. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

“ปาร์ตี้ ลา วิ มนต์ พ่อแม่จัดให้ สุดสุดกับสายเดี่ยว เกาะอก สันตึก.” มติชนรายวัน. 9 กุมภาพันธ์ 2543, หน้า 10.

พช. สุนทวณิช. “ช่องว่างระหว่างวัยในยุค 2000: ความน่า.” ใน เด็กพันธุ์ใหม่...วัย X: Click ชีวิตวัยรุ่นไทยยุคปี 2000, หน้า 8-12. อรสม สุทธิสาคร, เขียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สารคดี, 2544.

พัฒนา กิตติอาษา. ห้องถิ่นนิยม. รายงานการสังเคราะห์หมโนทัศน์ทางสังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. 2544.

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. พระราชพิธีสิบสองเดือน. พิมพ์ครั้งที่สิบแปด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณาคาร. 2542[2455].

พระพิพิธธรรมสุนทร. “ไทยกำลังถูกเปลี่ยนพฤติกรรมและพันธุกรรม.” *คมชัดลึก*. 25 มกราคม 2545, หน้า 16.

พลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปพงศ์ประพันธ์. “ข้อควรคิดในภาษาไทย.” *ภาษาไทยของเรา วารสารภาษาและหนังสือฉบับพิเศษ*. 26, 1-2(เมษายน 2537-มีนาคม 2538):5-14.

พลตรี พระยาอนุภาพไตรภพ (จรัส เทพหัสดิน ณ อยุธยา). *เรื่องการสมาคม ว่าด้วยขนบธรรมเนียมและประเพณีป็นที่ใช้อยู่หรือที่ควรใช้ในเวลานี้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพบรรณาคาร. 2484 [2477].

“พ่อแม่ละสิ่ง ดร. เสรี วงษ์มณฑากระเทาะเปลือกวัยรุ่นไทย.” *มติชนรายวัน*. 15 ตุลาคม 2544. หน้า 13.

“เพลงลูกทุ่ง สินค้าใหม่ของผู้จัดละคร.” *ผู้จัดการรายวัน*. 17 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

เพ็ญศรี ดูกและคณะ. *วัฒนธรรมพื้นบ้าน: คติความเชื่อ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2539.

ภัทร ด้านอุตรา. “หากไม่เป็นการรบกวนก็จะชวนมาศึกษา “Popular Culture” กัน.” *รัฐศาสตร์สาร*. 20, 3 (2541):351-63.

“ภาพยนตร์จินตนาการกับปัญหาทางเพศของเยาวชนไทย.” *มติชนรายวัน*. 13 กันยายน 2544, หน้า 14.

“ภาพรวมหนังสือไทยในรอบปี 2544.” *ผู้จัดการรายวัน*. 27 ธันวาคม 2544, หน้า 15.

“ภาวะตลาดเพลงลูกทุ่งปี 45 ยังต้องรบกับเห็บผีต่อไป.” *เดลินิวส์*, 31 ธันวาคม 2544, หน้า 31.

ภาณุ บุญนาค. “ภาษาไทยของเรา.” *ภาษาไทยของเรา วารสารภาษาและหนังสือฉบับพิเศษ*. 26, 1-2(เมษายน 2537-มีนาคม 2538):15-17.

“มองต่างมุมของชชะบุรี ชวนไชยสิทธิ์ อยากเห็น...เซ็นเตอร์พอยต์...โฉมใหม่ ไร้ย ไร่เพศ.” *มติชนรายวัน*, 9 มีนาคม 2545, หน้า 19.

“แม่ค้าขอลา.” *คมชัดลึก(บันเทิงจอแก้ว)*, 12 มกราคม 2545, หน้า 4.

ร็อกแอนด์โรล. “มอเตอร์ไซด์ช่าง.” ในอัลบั้ม *กิ้งกือตกสว่าง*. กรุงเทพมหานคร: ท็อปไลน์สตูดิโอ, 2543.

ยศ ศันตสมบัติ. *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540[2537].

ลำแข (นามแฝง). “อิทธิพลฮอลลีวูด.” *มติชนรายวัน*, 5 มีนาคม 2545, หน้า 24.

ลำแข (นามแฝง). “งานเป็นเงา: สุริโยไท.” *มติชนรายวัน*, 20 สิงหาคม 2544, หน้า 14.

วรพจน์ พันธุ์พงศ์. “Interview: Beautiful Boxer น้องต๋ม ปริญญ์ เจริญผล.” *GM*, (มกราคม 2545):103-115.

วิรัตน์ มั่นทานนท์. “วิกฤตศีลธรรมกับเด็กและเยาวชน.” *มติชนรายวัน*, 3 เมษายน 2544, หน้า 17.

วสันต์ ปัญญาแก้ว. *ชีวิตข้างถนน: การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์ยามค่ำคืนบนถนนสายหนึ่งในเมืองเชียงใหม่*. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์, 2543.

วิริยะ สว่างโชติ. “ไปโรงเรียนก็ไม่ไป ไปที่ไหนก็ไม่ไปสาย: บทเรียนว่าด้วยเรื่องของการศึกษา Pop(ular) Culture.” *รัฐศาสตร์สาร*, 20, 3(2542):269-300.

วิมล กิจวานิชจร. “จับพันธุ์ไทย ้วยุ่นยุคเราเขาทำอะไรกัน.” *มติชนรายวัน(สุขสรรค์)*. 11 กันยายน 2543. หน้า 12.

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ, มนัสชัน โกวาริทธิ, และรณพงศ์ ผลาจรศักดิ์. “สังคมไทย สายพันธุ์ป้อ! CULTURE.” *GM*. (มกราคม 2545):135-41.

“ศัลยกรรมม-ริดไขมันหน้า ร้องกองปราบเอาผิดหมอ.” *มติชนรายวัน*. 8 กุมภาพันธ์ 2545, หน้า 1, 16.

“ศึกควลงาอ่อนชิงแชมป์ม้า.” *มติชนรายวัน(ประชาชน)*. 5 มีนาคม 2545, หน้า 17.

ศ. ศิวรักษ์ (นามแฝงของสุลักษณ์ ศิวรักษ์). “บางแง่มุมของ ศ. ศิวรักษ์ กรณีภิกษุณี.” ใน *มโนธรรมสำนึกสำหรับสังคมร่วมสมัย*, หน้า 180-89. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการศาสนาเพื่อการพัฒนา, 2544.

ศ. ศิวรักษ์ (นามแฝงของสุลักษณ์ ศิวรักษ์). *อำนาจของภาษาและสถาบันวิชาการ: เพื่อใคร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก, 2540.

สมชัย ใจดี และบรรยง ศรีวิริยาภรณ์. *ประเพณีและวัฒนธรรมไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2535.

สมพงษ์ จิตระดับ สุวงศ์วาทีน. “เด็ก 3 วัดเนรธรรมที่เซ็นเตอร์พอยต์.” *มติชนรายวัน*. 17 เมษายน 2543, หน้า 18.

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. *รสนิยม: ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม*. กรุงเทพมหานคร: โครงการหนังสือเล่ม, สถาบันวิจัยสังคม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

“สัมภาษณ์ปราชญ์ หุ่น.” *มติชนรายวัน*. 1 มกราคม 2544, หน้า 12.

“สาวรุ่นใหม่พอมก็ยังไม่อยากแต่ง.” *มติชนรายวัน*. 24 มีนาคม 2543, หน้า 13.

สุชีลา ตันชัยนันท์ และมัลลิกา มดีโก. “ศัลยกรรมอกเน่ากับแนวคิดสวยไม่เสร็จ.” *มติชนรายวัน*.

5 มีนาคม 2545, หน้า 6.

สุจริณ คุณพล. "บทสำรวจ "พื้นที่สาธารณะ." รัฐศาสตร์สาร. 20, 3(2541):167-214.

สุริชัย หวันแก้ว. ความคับแคบของโลกาภิวัตน์: ทิพรทัศน์สังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาการพัฒนาสังคม, คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543. (เอกสารโรเนียวเย็บเล่ม).

สุริยา สมุทคุปดี, พัฒนา กิตติอาษา, สถาพร อุ่นแดง, ปรีชา ศรีไชย, นัจวุฒิ สิงห์กุล และศิริพร ไชยเลิศ.
คนซึ่งอีสาน: ร่างกายและเสียงสะท้อนในหมอลำซึ่งอีสาน. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิทัศน์, สาขาวิชาศึกษา
ทั่วไป, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543.

สุริยา สมุทคุปดี, พัฒนา กิตติอาษา, กนกพร คีบุรี, สถาพร อุ่นแดง, และปรีชา ศรีไชย. การเมืองวัฒนธรรมในบุญ
พะเหวดร้อยเอ็ด. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิทัศน์, สาขาวิชาศึกษาทั่วไป, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543.

สุริยา สมุทคุปดี, พัฒนา กิตติอาษา, และศิลปกิจ ตี้นันติกุล. แต่งองค์ทรงเครื่อง: ดิเกในวัฒนธรรมประชาไทย.
นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิทัศน์, สาขาวิชาศึกษาทั่วไป, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี, 2541.

"สุริโยไท โกลเม็กซ์ที่หายไป." มติชนรายวัน. 19 สิงหาคม 2544, หน้า 18.

"สุริโยไท สดุดีภาพยนตร์แห่งปี 13 เรื่อง พ.ศ. 2544 ลุยตลาดหนังโลก." เคลลีนิวส์. 31 ธันวาคม 2544, หน้า 28.

"เส้นทางดนตรี 220 ปีกรุงเทพฯ." มติชนรายวัน. 25 กุมภาพันธ์ 2545, หน้า 25.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, กระทรวงศึกษาธิการ. วัฒนธรรมพื้นบ้าน: กรณีอีสาน.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, กระทรวงศึกษาธิการ, 2532.

"สำรวจวัยรุ่นไทยสับสนเพราะคำผู้ใหญ่." มติชนรายวัน. 25 กันยายน 2542, หน้า 17.

"หนังสือเพิ่มเติมปี 2544." ผู้จัดการรายวัน. 26 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. "แนวความคิดหลักทางสังคมวิทยาเรื่อง อัตลักษณ์ (Identity)." เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาสังคมวิทยา ครั้งที่ 1 จัดโดยคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร 15-16 ธันวาคม 2543.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. การเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของชนชั้นผู้นำไทยตั้งแต่รัชกาลที่ 4-พ.ศ. 2475.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

อรสม สุทธิสาคร. เด็กพันธุ์ใหม่...วัย X: Click ชีวิตวัยรุ่นไทยยุคปี 2000. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สารคดี, 2544.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. "วันวารของวันนี้ที่อยู่มาก." ศิลปวัฒนธรรม. 23, 3 (มกราคม 2545):44-59.

อนงค์ นาวิกมูล. แรกมีในสยาม 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงแดด, 2541.

อนงค์ นาวิกมูล. แรกมีในสยาม 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงแดด, 2540.

อนงค์ นาวิกมูล. แรกมีในสยาม 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงแดด, 2534.

อนงค์ นาวิกมูล. แรกมีในสยาม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงแดด, 2531.

อัลบั้มชีวิตดารา ฉบับพิเศษ "ดาวหลงฟ้า ภูผาสีเงิน." มปท. มปป.

Albrow, Martin. "Travelling Beyond Local Cultures." In *The Globalization Reader*, pp. 118-25. Edited by Frank J. Lechner and John Boli. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers, 2000[1997].

Anagnost, Ann S. "The Politics of Ritual Displacement." In *Asian Visions of Authority: Religion and the Modern States of East and Southeast Asia*, pp. 221-54. Edited by Charles F. Keyes, Laurel Kendall, and Helen Hardacre. Honolulu: University of Hawaii Press, 1994.

Carritthers, Michael. "Culture." In *The Dictionary of Anthropology*, pp. 98-101. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers, 1997.

"Film Makers Urged to Tap Media Boom." *Bangkok Post*, March 13, 2001, p. 10.

Foucault, Michel. *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Translated by Alan Sheridan. New York: Vintage Books, 1977.

Giddens, Anthony. *Sociology*. 2nd Edition. New York: W.W. Norton & Company, 1996.

Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, California: Stanford University Press, 1991.

Gray, Ann and Jim McGuigan, eds. *Studying Culture: An Introductory Reader*. Second Edition. London: Arnold, 1997[1993].

Grossberg, Lawrence, Cary Nelson and Paula A. Treichler, eds. *Cultural Studies*. New York: Routledge, 1992.

Harrington, C. Lee and Denise D. Bielby, eds. *Popular Culture: Production and Consumption*. Oxford: Blackwell Publishers, 2001.

Hartley, John. *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold, 1996.

Harvey, David. "Time-Space Compression and the Rise of Modernism as a Cultural Force." In *The Globalization Reader*, pp. 134-40. Edited by Frank J. Lechner and John Boli. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers, 2000[1990].

Haviland, William A. *Anthropology*. 5th Edition. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1989.

Jenks, Chris. "Culture and Postmodernism." In *Postmodernism: Critical Concepts*, pp. 528-39. *Volume III Disciplinary Texts: Humanities and Social Sciences*. Edited by Victor E. Taylor and Charles E. Winquist. London and New York: Routledge, 1998[1994].

Mukerji, Chandra and Michael Schudson. "Introduction: Rethinking Popular Culture." In *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*, pp. 1-61. Edited by Chandra Mukerji and Michael Schudson. Berkeley, California: University of California Press, 1991.

Messinger, Michael W. "Making Sense of/with Postmodernism." In *Postmodernism: Critical Concepts*, pp. 272-91. *Volume III Disciplinary Texts: Humanities and Social Sciences*. Edited by Victor E. Taylor and Charles E. Winquist. London and New York: Routledge, 1998[1985].

Miller, Toby and Alec McHoul. *Popular Culture and Everyday Life*. London: SAGE Publications, 1998.

Nelson, Cary, Paula A. Treichler, and Lawrence Grossberg. "Cultural Studies: An Introduction." In *Cultural Studies*, pp. 1-16. Edited by Lawrence Grossberg, Cary Nelson and Paula A. Treichler. London: Routledge, 1992.

NOP-SAKDA@YAHOO.COM. "SOCIETY CENTER." *University Life*. Vol. 123 (2000):44

Pinkaew Laungaramsri. "Redefining Nature: Karen Ecological Knowledge and the Challenge to the Modern Conservation Paradigm." Unpublished Ph.D Dissertation, University of Washington, 2000.

Reynolds, Craig J. "Buddhist Cosmography in Thai History, with Special Reference to Nineteenth-Century Culture Change." *Journal of Asian Studies*. 35, 2(February 1976):203-220.

Storey, John. *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Athens, Georgia: The University of Georgia Press, 1993.

Thesander, Marianne. *The Feminine Ideal*. London: Reaktion Books, 1997.

Thongchai Winichakul. "The Quest for Siwilai." *Journal of Asian Studies*. (2000).

Thongchai Winichakul. *Siam Mapped: A History of the Geo-body of a Nation*. Honolulu: University of Hawaii Press. 1994.

Thongchai Winichakul. "The Other Within: Ethnography and Travel Literature from Bangkok Metropolis to Its Periphery in the Late Nineteenth Century Siam." A Paper Presented in the Fifth International Conference on Thai Studies, SOAS, University of London, July 4-10, 1993.

Williams, Raymond. "Culture Is Ordinary." In *Studying Culture: An Introductory Reader*, pp. 3-14. Second Edition. Edited by Ann Gray and Jim McGuigan. London: Arnold, 1997[1958].

Williams, Raymond. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Revised Edition. New York: Oxford University Press, 1976.

Willis, Paul. "Symbolic Creativity." In *Studying Culture: An Introductory Reader*, pp. 206-16. Second Edition. Edited by Ann Gray and Jim McGuigan. London: Arnold, 1997[1990].