

ของวัยรุ่นดังกล่าวนี้ปรากฏอย่างชัดเจนในกระแสข่าวและการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นที่ “เซ็นเตอร์พอยท์”¹² แหล่งรวมวัยรุ่นชื่อดังของเมืองไทยแถวสยามสแควร์ที่โด่งดังในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา

ในสื่อบันเทิงที่ชื่อว่า “เซ็นเตอร์ พอยต์: สะดือ ขานม ผมงอ อาโนเนะ” ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ “มติชนรายวัน” ได้ให้ภาพเกี่ยวกับวัยรุ่นเมืองหลวงที่ไปชุมนุมกันที่ “เซ็นเตอร์พอยท์” ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว สีส้ม ทรงผม รวมทั้งเครื่องประดับชนิดนิยมแบบญี่ปุ่นเป็นหลัก เช่น แฟชั่นวัยรุ่นเสื้อผ้าสไคล์ญี่ปุ่น เปลี่ยนสีผม ขานมไข่มุก ร้านอาหารสไคล์ญี่ปุ่น นิตยสารวัยรุ่นเลียนแบบญี่ปุ่น ของที่ระลึก ตู้ถ่ายสติ๊กเกอร์ เจ้าของร้านเสื้อผ้าย่านเซ็นเตอร์พอยต์ให้ข้อมูลว่า “มาเซ็นเตอร์ พอยต์ ต้องทำใจดูวัยรุ่นแต่งตัวแบบนี้ ไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าจะมาใส่ที่นี่ 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 การฟื้นงกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมจนถึงขั้นระบุออกมาเป็นตัวเลขนั้น ออกจะพิศมัยชาติของการทำความเข้าใจวัฒนธรรมลักษณะนี้ อะไรก็ตามที่เป็นกระแสย่อมมีขึ้นมีลงและเปลี่ยนแปลงไปเร็ว ยกตัวอย่าง เช่น ในช่วงต้นปี 2544 กระแสป๊อปของเกาหลีได้เริ่มเคลื่อนตัวเข้ามาครองความนิยมควบคู่ไปกับกระแสวัฒนธรรมอื่นๆ ในพื้นที่ของศูนย์รวมวัยรุ่นแห่งนี้และในวัฒนธรรมวัยรุ่นทั่วไป นอกจากนี้ ผมไม่คิดว่าการแยกส่วนวัฒนธรรมวัยรุ่นออกมาเป็นกระแสวัฒนธรรมญี่ปุ่น ตะวันตก และไทยนั้น จะช่วยให้เราทำความเข้าใจพฤติกรรมของวัยรุ่นในระดับองค์รวมได้ อะไรคือวัฒนธรรมญี่ปุ่น อะไรคือวัฒนธรรมตะวันตก อะไรคือวัฒนธรรมไทย วัดจากอะไร คำถามเหล่านี้ไม่อาจจะตอบได้โดยไม่มี การพาดพิง หรือเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพราะถึงที่สุดแล้วก็ไม่มีหรือไม่เคยมีวัฒนธรรมใดเลยที่จริงแท้บริสุทธิ์ หรือคงความเป็นของแท้จากต้นกำเนิดไว้ได้ ที่นี้คือ “เซ็นเตอร์พอยต์” มหานครของวัฒนธรรมวัยรุ่นไทยยุค ดิจิตอล ที่มีความหลากหลายมากกว่า 3 กระแสนัก ไม่มีใครอธิบายความหมายของพฤติกรรมหรือกระแสนอด นิยมต่างๆ ได้ดีไปกว่าพวกเขาเอง ทำไมเราไม่มองว่ากระแสต่างๆ นั้นเป็นความหลากหลายในหนึ่งเดียว เป็นการ ค้นร้นแสวงหาความหมาย 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 กับเจ้าแฉะ “เวลานอกเหนือจากการเรียนแล้วขอฉันไม่เครียด วัยรุ่นไทยจะไม่ทำอะไรอย่างอื่นนอกจาก พุด-พุด-พุด คุย-คุย-คุย จึงอยากจะเรียกว่า “เจ้าแฉะเงินเนอร์ชั่น” มันเป็นการระบายออก คลายเครียด ได้เกี่ยวข้องกับเพื่อน ผูก และปัจจุบันก็มีทั้งมือถือและคอมพิวเตอร์ เหมือนติดปีกให้พุดกันทั้งวันทั้งคืน... สำหรับวัยรุ่นทุกอย่างต้อง เป็นของฉัน เป็นตัวของฉัน เป็นยุคของ “Me Era” เช่น เขาพอใจจะใส่เสื้อกั๊ก ใส่เจลใส่ผมที่แข็ง ปีกสีเขียว โกรกผมสีแดง สีเขียว รองเท้าสันดึก เขาพอใจแบบนี้มากกว่าที่เขาจะสวยเหมือนนางสาวไทย เขาต้องการมีเอก

ลักษณะของตัวเอง เป็นตัวเองที่สุด ก่อนข้างกบฏนิดๆ ชอบอะไรที่ทำหาย จะต่อต้านอะไรที่อยู่ในกรอบ ชอบทดลอง...”¹⁵

ท่านที่สองคือ คุณเคลใจ บุญยรัตเวช ได้เล่าถึง “ความจ๊าบ” หลากแบบหลายสไตล์ของวัยรุ่นไทยยุคไฮเทคว่า “...จำแนกที่หนึ่งเรียกว่า “จูเนียร์ ชัปปี้” คือตามเพื่อนสุดฤทธิ์ แฟชั่นอะไรใหม่ๆ แปรนต์ไหนกำลังฮิต ขอซื้อไว้ก่อน ไม่ค่อยมีความคิดสร้างสรรค์เป็นของตนเอง แบบที่สองคือ “อินดิวิดวล” กลุ่มนี้ค่อนข้างมีความเป็นตัวของตัวเอง ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ ไม่ค่อยเหมือนแบบใคร ชอบเป็นผู้นำ แบบสาม “อเวอเรจ” เป็นกลุ่มใหญ่ในสังคมคือ กลางๆ ไม่กล้าเสี่ยงเท่าไรๆ 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 ผอมคโจนมาก 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 เดี่ยวเชือกก็กรีดโดยไร้สาเหตุ ผมให้เจ้าหน้าที่ไปถามว่าเรียนรีเปลาวันๆ เขาตอบเรียนคิตทั้งกลุ่มไม่มีใครต่ำกว่า 3 กว่าๆ แล้วแต่งตัวแบบนี้ผิดรัฐธรรมนูญข้อไหน อึ้งเลยครับ...ญี่ปุ่นมาดูบอกว่าที่นี่ไม่เหมือนฮารากุ ชินจูกุ มันรวมหมดเลยทั้งฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ สปป.ลาว รวมกันที่เมืองไทย ตรงนี้เป็นเวทีการสร้างสรรค์ ฝรั่งเศสเขาบอกว่าเด็กที่นี่สร้างสรรค์ น่าจะจับไปเรียนดีไซเนอร์ เขาไม่ได้คิดแบบเราว่าต้องปัดๆ ซ่อนๆ...วัยรุ่นที่มีปัญหาในสายตาที่ผู้ใหญ่ไทยรับไม่ได้ นั้นเป็นเพียงส่วนเดียวเล็กๆ ของเด็กย่านเซ็นเตอร์พอยท์ แต่ถูกตีขลุมเป็นทั้งหมด...”¹⁷

ข้อความตอนท้ายนี้สำคัญ เพราะเป็นการบอกว่าในสายตาของคนที่ถูกคล้อยอยู่กับวัยรุ่นแล้วยืนยันว่า วัยรุ่นที่มิวสุมและมีพฤติกรรมเลื่อมเสียนั้นเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยเท่านั้น 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 “คำว่าสิทธิเสรีเราคงไปจำกัดสิทธิไม่ได้ 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 “ถูกอกถูกใจ” คนกระแสหลักในสังคมไทยยิ่งนัก ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่ในสังคมมองว่า บรรดากระแสนิยมและพฤติกรรมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็น “พฤติกรรมปัญหา” เป็นภัยคุกคามต่อความสงบ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีของประเทศไทย คนส่วนใหญ่มองเห็นว่าสังคมไทยปล่อยเสรีกันเกินไปในส่วนที่เกี่ยวกับอบายมุข สถานเริงรมย์ รวมทั้งการควบคุมพฤติกรรมของเยาวชนไทย เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติท่านหนึ่งถึงกับนิยามพฤติกรรมวัยรุ่นไทยดังกล่าวว่า “วิกฤตศีลธรรม”²⁰ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พฤติกรรมวัยรุ่นหรือวัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่นเป็นรูปธรรมของ “ความเป็นอื่น” (otherness) ที่โผล่ขึ้นมาหรือปรากฏตัวให้เห็นอยู่ในใจ

¹⁸ “มองใจหนุ่มของพระปูล์ ขวนไขยสิทธิ์ อยากเห็น...เซ็นเตอร์พอยต์...โถมใหม่ ไร้วัย 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 เป็นไปได้อย่างไร? พาเด็กเข้าคุกหวังไม่ให้คิดยา.” มติชนรายวัน. 1 มิถุนายน 2544, หน้า 14.

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

กลางวัฒนธรรมประจำชาติไทยหรืออัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ดังนั้น บรรดาผู้ใหญ่ในเมืองไทยทั้งหลายจึงทำอะไรได้ไม่มากไปกว่าการ โไทยวัฒนธรรมต่างชาติ และหาหนทางจัดระเบียบหรือควบคุมกำกับให้อยู่ในกรอบกติกาของกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลัก

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 และอดิ ต.ว. ระดับรองประธานวุฒิสภา กอรัปกุล วิจิฉัยภาค แก้วทิพย์มองว่า “เด็กหญิงวัย 13-14 ปี ควรเป็นวัยที่มีความสุขในการแสวงหาความรู้อยู่ในโรงเรียน มิใช่ไปแสวงหาประสบการณ์ทางเพศในโรงแรม่านรูดด้วยความเต็มอกเต็มใจ เพียงเพื่อให้ได้เงินมาจบบ้างใช้สอยได้อย่างที่เพื่อนมีกัน เทียบสถานบันเทิง ซ้อโทรศัพท์มือถือ ใช้กระเป๋า รองเท้าแบรนด์เนม เป็นค่าเียนฟุ้งเฟ้อที่ถูกหลอหลอมจากระบบทุนนิยม จนเด็กและเยาวชนของเราตกเป็นทาสของสิ่งเหล่านั้น ไปโดยไม่รู้ตัว...”²¹

รุ่นพี่ในมหาวิทยาลัยคนหนึ่งมีโอกาสเขียนบทความถึงน้องๆ 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 ให้ไปหาอะไรที่มีสาระทำที่เซ็นเตอร์พอยต์บ้าง ไม่ใช่เอาแต่เรื่องไร้สาระ] โดยการไปหาที่เรียนพิเศษ... ไปหารายได้พิเศษ...เข้าร่วมกิจกรรมที่เขาเปิดโอกาสให้แสดงออก...จัดตั้งกลุ่มอาสาช้ทางสว่างให้กับเพื่อน...ไปดูความหมายของชีวิต...”²²

²¹ กอรัปกุล วิจิฉัยภาค 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:

วัฒนธรรมความงามในกระแสบริโคโนนิยม

“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 แต่ผู้หญิงธรรมดาสามัญทุกวันนี้ก็สามารถพูดได้ว่ามีความสุขมากกว่าถ้าเรี้นร่างหรือทรวดทรงใหม่หลังเข้ารับการผ่าตัดโดยฉับพลัน คำอธิบายข้างต้นนี้ช่วยให้เรามองเห็นอิทธิพลของวิถีคิดและวิธีปฏิบัติต่อร่างกายแบบตะวันตกที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก 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 อภิธานชีวิตตรา ฉบับพิเศษ “ดาวหลงฟ้า 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 เกลียดกลัวความแก่และความไม่สวยต่อไปนี้แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการทางวาทกรรมความงามที่มีผลต่อการเปลี่ยนวิถีคิดและทัศนคติเกี่ยวกับร่างกาย ความงาม และโลกทัศน์ของคนในสังคม โดยเฉพาะผู้หญิง วาทกรรมดังกล่าวได้สร้างสิ่งที่ Foucault (1977:135) “ร่างกายที่เชื่อฟังและเชื่อฟัง” (docile bodies) ขึ้นมา ภายในร่างกายเช่นนี้เองที่เป็นที่ตั้งของวิถีคิดของผู้หญิงที่ยอมเก็บตัว ยอมเสียเงิน และยอมรับอำนาจของศัลยแพทย์ เจ้าหน้าที่ในสถานคลินิกเสริมความงาม นักโภชนาการ และคนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจความงาม นอกจากนี้วาทกรรมความงามยังได้สร้าง “วินัยหรือวิธีปฏิบัติ” (discipline) เกี่ยวกับร่างกายที่ซับซ้อนเพื่อควบคุมบังคับพฤติกรรมของคนเพื่อจะได้เป็นเจ้าของเรือนร่างที่ปรารถนา รวมทั้งมีโอกาสใช้เรือนร่างที่พึงปรารถนาเป็นต้นทุนทางกายภาพในสังคมยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญอย่างมากกับสิ่งที่เรียกว่า “รู้สึกมั่นใจ ถ้าตัวเองดูดี” (feel good, look great) หรือ “ยังไงๆ ก็ขอให้สวยไว้ก่อน”

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

“ศัลยกรรม-รีดไขมันแล้ว ร้องกองปราบเอาผิดหมอ” มติชนรายวัน, 8 กุมภาพันธ์ 2545, หน้า 1, 16.

Bodyline และกิจการของเดบิโดมาจากกิจการของคนในประเทศและในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ เช่น แจ่ม จันทรสมุนไพโร รวมทั้งคลินิกและโรงพยาบาลที่เน้นศัลยกรรมพลาสติกโดยเฉพาะ เช่น โรงพยาบาลยันฮี เจ้าของสโลแกน “สวยด้วยแพทย์” ที่ลือลั่นและโด่งดัง หรือกรณีความนิยมอย่างแพร่หลายของยาลดความอ้วนที่ชื่อว่า “ซิมิคอล” (Xciminal) 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 ผมกำลังรู้สึกว่ายวะแทบทุกส่วนของร่างกายสามารถปรับลด เสริม เพิ่ม หรือทำให้กระชับได้ทั้งหมด ที่น่าทึ่งมากไปกว่านั้นก็คือ เราสามารถวัดขนาดส่วนที่ขาดหายไปออกมาเป็นตัวเลขที่แน่นอนได้ เจ้าของเรือนร่างต่างก็ถูกจงใจให้เห็นว่า หุ่นหรือทรวดทรงที่ไม่พึงปรารถนาย่อมเป็นส่วนเกิน ลดหรือตัดทิ้งไปได้มากเท่าไรยิ่ง

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

²⁷ วันที่ 30 วันที่คุณก็สวยเปรียวได้สมใจ 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 ใน อีกซ์ปรีวียิตดารา ฉบับพิเศษ “ดาวหลงฟ้า ภูผาสีเงิน.” นปท. นปป.

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

เป็นเนื้อหาสำคัญของสื่อโฆษณาอ้อมแตกต่างไปจากข้อมูลของสถานเสริมความงามหรือคลินิกศัลยกรรมพลาสติกอย่างแน่นอน

ประเด็นสื่อโฆษณาที่หากินกับความอยากสวยอยากงามของผู้หญิงเป็นเนื้อหาสำคัญของนักวิชาการและนักกิจกรรมเกี่ยวกับสิทธิสตรีและผู้บริโภค โดยเฉพาะการผลักดันร่าง พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ สังกศไทยควรมีกฎหมายรองรับหรือปกป้องไม่ให้ผู้หญิงตกเป็นเหยื่อของธุรกิจความงาม และควบคุมการโฆษณาชวนเชื่อที่หลอกลวงผู้หญิง ในการสนทนาเรื่อง “สุขภาพหญิง-สุขภาพแห่งชาติ” ถอดยา 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 นักวิชาการที่สนใจทางด้านแฟชั่นความงามท่านหนึ่งนำเสนอว่าอย่างชัดเจนว่า “เมื่อใดผู้หญิงจะเสริมความงามให้กับตัวเอง ส่วนใหญ่พวกเธอจะปรับตัวให้เข้ากับความงามในอุดมคติที่เป็นกระแสหลักในแต่ละยุคแต่ละสมัย” (Sichtermann อ้างใน Thesander 1997)¹³

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

¹² “โหมกั๊กก่อน... 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” เป็นตัวแทนความงามที่จะไปแข่งขันหรือประกวดประชันในเวทีระดับนานาชาติ และที่สำคัญ ความงามและเสน่ห์ดึงดูดทางเพศจากเรือนกายของหญิงสาวนั้นเป็นสิ่งที่ขายได้ โฆษณาสินค้าก็ได้ และใช้เป็นใบเบิกทางเข้าสู่แวดวงบันเทิงหรือโลกมายาอย่างได้ผล “พริตตี้ เกิร์ล” เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการใช้รูปร่างหน้าตา บุคลิก และความสามารถในการใช้เสน่ห์ของหญิงสาว ซึ่งส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษา เชิญชวนลูกค้ายาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เช่น งานมอเตอร์โชว์ แคมเปญโฆษณาของน้ำมันเครื่อง งานส่งเสริมการขายของรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ¹⁴ ผมไม่อาจจะกล่าวถึงการประกวดนางงามในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อย่างละเอียดในที่นี้ แต่ประเด็นที่ผมอยากจะนำเสนอในที่นี้ก็คือ นางงามทุกวันนี้เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างเต็มตัวและมีการแข่งขันกันในเรื่องธุรกิจอย่างเข้มข้น มาตรฐานการตัดสินความงามย่อมถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้จัดการประกวด คณะกรรมการ รวมทั้งอิทธิพลของสินค้าผู้สนับสนุนรายการ ยกตัวอย่าง เช่น การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์สีกอง 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 ออองหึงแจ่มกั๊ปปี้.” 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 เวลามากอง[ถ่าย]อยากกินอะไรก็สั่งให้คนซื้อมา ได้ปั่งอาหาร ยาน้ำรุ่งก็เก็บไว้ในกล่อง 7 ช่องเต็มไปหมด ทานเช้า-กลางวัน-เย็น แต่ถ้าวันไหนไม่สบายก็จะไปปรึกษาหมอ...”¹⁷ หรือ “น้องแอล” จุฑาทิพย์ คุรุมาส ก็เผยเคล็ดลับของเธอว่า “ถ้าวันไหนแอลนอนน้อยและต้องทำงานแต่เช้าจะมีการเบลอๆ ก็อาศัยวางเมื่อไหร่ก็แอบหลับตามกอง[ถ่าย] หรือ ไม่ก็หาของเย็นๆ ทาน เพื่อให้ร่างกายมีน้ำตาต จะได้ไม่เพี้ยน แต่เด็ดที่สุดของแอลอยู่ที่ก่อนออกจากบ้าน มือเช้าทุกวันต้องทานกล้วยน้ำว้า 1 ลูกกับน้ำผึ้ง 1 ช้อน เป็นสูตรของคุณยาย ก็ทานอย่างนี้มาตลอด ช่วยได้เยอะมากป้องกันโรคกระเพาะ ทำให้ร่างกายแข็งแรง เพราะในบรรดากล้วยทุกชนิด กล้วยน้ำว้าดีที่สุด...”¹⁸ ส่วนรุ่นใหญ่อย่าง “เจ๊ตุ๊ก” ดวงตา ตุงคะมณี 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 บางครั้งก็ทะเล่ถึงตั้งด้วยซ้ำ บางทีก็เที่ยวกับเพื่อนๆ ออกกำลังกายบ้าง ชีวิตเราก็มีความสุข และดูอ่อนกว่าวัยอย่างที่เราเห็น..."³⁹

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

ข่าวคราวที่สร้างความฮือฮาให้กับสังคมไทยมากที่สุดในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ 2545 ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงของวาทกรรมเห่ความงาม เกือบความแก่ และกลัวอ้วนของผู้หญิง นั่นคือ ข่าว “จับคลินิกทำสวยของ กาวช้างคู่ดียว” และ “ศัลยกรรมนม-รัดไขมันเน่า ร่องกองปราบเอาผิดหมอ”

ข่าวแรกเป็นเรื่องของการตรวจค้นคลินิกรักษาผิวฝ้า ลดความอ้วนแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี โดยการนำของนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ แพทย์ผู้ดูแลคลินิกเปิดเผยว่า “...ให้การรักษาผิวฝ้าให้ลูกค้าตามหลักมาตรฐาน ตัวอย่างส่วนใหญ่ในสมัยก่อนก็จะมีการใช้กาวเป็นส่วนผสมด้วย เพื่อให้กาวนั้นดูดสีออกมา ส่วนกาวตราช้างที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมของยารักษาสิวนั้นก็มีเพียง 0.1% เท่านั้น ไม่เป็นอันตรายแต่อย่างใด...[ส่วนนายแพทย์ผู้ดำเนินการตรวจค้นร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเปิดเผยว่า] ...ได้รับการร้องเรียนจากประชาชนหลายรายว่า คลินิกดังกล่าวใช้กาวตราช้างในการรักษาผิวฝ้า ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับอันตรายเพราะทำให้เกิดแผลพุพองที่บริเวณใบหน้า จึงได้ขอหมายศาลเพื่อนำกำลังเข้าตรวจค้น ทำให้ตรวจค้นพบกาวตราช้างเพียงหนึ่งหลอด... อย่างไรก็ตามทางกอง[ประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข] ได้แจ้งข้อหาการกระทำผิด พ.ร.บ. สถานพยาบาล 2541 เนื่องจากมีการเปิดคลินิกให้เจ้าหน้าที่ซึ่งไม่ใช่แพทย์ทำการรักษาโรคบางประเภทแก่ผู้ป่วย...[ผู้เชี่ยวชาญสถาบันโรคผิวหนังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า]... พบเห็นการใช้กาวตราช้างในการลอกฝ้าหรือกดหัวสิวประปราย กรรมวิธีที่ทำกันอยู่นั้น ผู้รักษาทาที่บริเวณหัวสิว ก่อนใช้แผ่นแก้วขัดดึงหัวสิวลอกมา 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 กาวช้างคู่ดียว” *มติชนรายวัน*, 16 2545, 1, 16.

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

“...ตั้งใจทำศัลยกรรมที่หน้าท้องเพื่อดูไขมันและแก้ปัญหาท้องลาย ตกลงกันวงเงิน 40,000 บาท แต่แพทย์ชักชวนว่า ถ้าเอาไขมันที่ดูดออกมาไปฉีดหน้าอก จะได้ราคาพิเศษ 15,000 บาท จึงตกลงเสริมหน้าอกด้วย แต่ต้องรอรวมแล้วทั้งหมด 50,000 บาท...หลังผ่าตัดแพทย์บอกว่าไม่ต้องนอนพักรักษาตัว หากต้องการนอนพักจะมีอาร์ตเมนต์ให้เช่าคืนละ 500 บาท ตกลงนอนไปสองคืน แต่ต้องรีบออกมาเพราะห้องสกปรกมาก จากนั้นไม่นานแผลหน้าท้องปริออกมาอีก 3 ครั้ง จึงต้องเข้ารับการรักษาผ่าตัด ครั้งสุดท้ายแพทย์ขอกให้ใช้สเตียรอยด์เอาไว้อย่าเปิดแผลออกเพราะแผลจะไม่หาย จึงไม่กล้าเปิดสเตียรอยด์ออกเป็นเวลา 2 เดือน แต่เมื่อเปิดออกมากลับเป็นภาพไม่น่าดู มีรอยแผลเป็นขนาดใหญ่ ขาวประมาณ 30 เซนติเมตร และบริเวณท้องที่อยู่เหนือแผลเป็นโยกออกมาจนน่าเกลียด...

...สำหรับหน้าอกหลังผ่าตัด มีไข้สูง รู้สึกปวดหน้าอกข้างซ้ายมาก จึงกลับไปหาแพทย์ ได้รับคำตอบว่าที่ปวดเพราะฉีดไขมันมากเกินไป จึงรักษาโดยใช้มือบีบนมจนรู้สึกปวดทนไม่ไหว สุดท้ายจึงเจาะออกจนเป็นรอยแผลเป็น ส่งผลให้หน้าอกสองข้างไม่เท่ากัน แพทย์แนะนำว่า หากต้องการเสริมให้เท่ากันเหมือนเดิมให้จ่ายเพิ่ม 40,000 บาท ตนไม่ยินยอม และเมื่อบอกว่าต้องทำการรักษาแผลบริเวณหน้าท้องด้วย แพทย์จึงยอมแก้ไขให้ แต่ขอเรียกเงินจำนวน 5,000 บาทส่วนลดคืน จึงยินยอมจ่ายให้ สุดท้ายหน้าอกขวากลับมีก้อนแข็งๆ 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 “สังคมกรรมมู่วิดใจมันเก่า 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

การผ่าตัดแปลงเพศของสาวประเภทสองรายหนึ่งที่กำลังเป็นจุดศูนย์กลางของวงการกีฬาและวงการบันเทิงไทยขณะนี้คือ 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)⁴¹

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

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

⁴¹ “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 ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ซบเซามานานเริ่มกระเตื้องขึ้นมาบ้าง โดยเฉพาะความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องต่างๆ เช่น “นางนาก” “ตลก 69” “ฟ้าทะลายโจร” ไถ่มาจนถึง “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 หวิด สยอง” “ผีสามบาท” และ “มนต์รักทรานซิสเตอร์” ทุกเรื่องนอกจากการฉายในประเทศที่ประสบความสำเร็จบ้าง หรือ

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

อาจจะผิดหวังทางด้านรายได้บ้าง แต่มีโอกาสได้ออกไปชุกรงไตรงค์ในนามภาพยนตร์จากประเทศไทยได้ทุกเรื่อง โดยอาศัยมืออาชีพในการจัดจำหน่ายนำร่องให้ “สุริโยไท” ได้รับการยกย่องว่าเป็นสุดยอดภาพยนตร์แห่งปี เป็นหนังไทยเรื่องเดียวที่สร้างประวัติศาสตร์หลายๆ หน้าในกับวงการ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนสร้าง การใช้ดาราดังเข้ามาแสดง มีผู้ชมทั่วประเทศมากที่สุดและทำเงินรายได้มากที่สุดเป็นประวัติการณ์ของหนังไทย หน้าบ้านถึงเคลิวิวลส์ลงความเห็นในตอนท้ายว่า “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.” เดลินิวส์, 31 ธันวาคม 2544, หน้า 28.

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

นิยมของตนเองต่อกระแสนิยมบนแผ่นฟิล์มของไทยด้วยเช่นกัน กับพวกราชการสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับ “ขอมคำคืน” ในสมัยพระร่วงจากมุมมองทางประวัติศาสตร์ชาตินิยมของตน ส่วนเจ้าหน้าที่ระดับสูงของพม่าก็ออกโรงวิจารณ์กระแสนิยมของไทย 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 หลังจากที่ผู้กำกับรายนี้สอพลอเรื่องการดึงให้ผู้ชมรู้สึกร่วมคล้อยตามหนังมาตลอด...”⁴⁸

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

นอกจากการปลุกกระแสนิยมแบบป๊อปแล้ว 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 กันใหม่อีกครั้ง การกลับไปหาประวัติศาสตร์ในลักษณะนี้เปรียบได้ทั้งกับสิ่งที่ธงชัย วินิจจะกูล (2544:57) “ขากล่อมประสาท” และการทำประวัติศาสตร์ให้เป็นสินค้าในรูปของสื่อบันเทิงที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

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

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

“เมื่อได้เห็นแผ่นหลังอันอวบเนียนของนางแบบสาวจีน ก็นึกอยากเป็น จันดารา ขึ้นมาอีกหน อุษณา เพลิงธรรมเขียนไว้แบบนี้ ...เรนอนคว่ำเอาหน้าหนุนท่อนแขนรออยู่อย่างเคย โสร่งที่เปิดหลังขาวล่องไว้ให้นั้นร่นเกือบถึงก้น กอຍ หนนี้พอน้ำแข็งก้อนแรกละลายไปกว่าครึ่ง ผมก็ทำมันหลุดลื่นเข้าไปได้ ตรงข้างหนึ่งของเธอจนได้ เธอเผยอตัวให้ผมตามเอาคืน แต่มีอข้างนั้นของผม มันทั้งงานเสียดกลางคันและกอดกุมเธอไว้เต็มกำ พร้อมกันผมก็จูบเกลือกหลังเธออีกและร่ำพันความในใจออกมาอย่างหมดเปลือก เธอปล่อยตามใจผม อีกครู่หนึ่งเหมือนคราวก่อนแล้ว... ที่แรกผมนึกว่าเธอคืนรน แต่ที่จริงเธอขยับตัวเพื่อจะพลิกหงายขึ้นแล้วมองผมเต็มตา สีหน้าของเธอเหมือนนางพราหมณ์กับ

แม้พระระคนกัน... แล้วความเปรียบเทียบอันเป็นสัญลักษณ์ก็ต่อมาจากจบ
กระบวนการแห่งการสังวาสงดงาม และน่าจดจำไว้เป็นแรงปรารถนา...⁵³

อนุสนธิอย่างหนึ่งจากจารึกอีโรติกข้างต้นนี้ก็คือ “จัน ดารา” ได้กลายมาเป็นกรณีศึกษาและอภิปรายอย่างกว้างขวางว่า สังคมไทยควรจัดการอย่างไรระหว่างภาพยนตร์ที่เน้นศิลปะสื่ออารมณ์ทางเพศกับความเหมาะสมของกลุ่มผู้ชม สังคมไทยขณะนี้มีการเซ็นเซอร์ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแน่นอนว่าไม่เป็นที่ยอมรับของเจ้าของภาพยนตร์และผู้ชมกลุ่มใหญ่ การเซ็นเซอร์ที่อ้างเกณฑ์ของความเหมาะสมต่อศีลธรรมอันดีของประชาชนนั้นเหมาะสมหรือไม่ ศีลธรรมของใคร อำนาจในการตัดสินควรจะเป็นของใคร ควรจะมีการตรวจบัตรประชาชนก่อนเข้าชมภาพยนตร์หรือไม่⁵⁴ การที่ผู้สร้างภาพยนตร์ใส่ข้อความที่ว่า “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.บ. ภาพยนตร์?” *มติชนรายวัน*, 24 กันยายน 2544, หน้า 14.

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

เห็นหน้าอกของสตรีบนจอภาพยนตร์หรือโทรทัศน์บ้านเราเป็นสิ่งต้องห้ามเสียยิ่งกว่าเห็นการรบบราฆ่าฟัน 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 ชาดโยคม-มาชา 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 ละครโทรทัศน์ไทยกลายเป็นรายการบันเทิงที่สามารถเรียกได้ว่าเป็น “พิธีกรรมก่อนนอน” หรือสื่อบันเทิงประจำบ้านของผู้ชมทั่วประเทศ ละครโทรทัศน์มีความซับซ้อนทั้งเนื้อหา ประเด็นนำเสนอ และอิทธิพลที่มีต่อผู้ชมทั่วประเทศ โดยเฉพาะผู้ชมกลุ่มใหญ่คือผู้หญิง ผมคงไม่สามารถนำเสนอในที่นี้ได้เลย

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอย่างหนึ่งในกระแสไทยป๊อปภาคทีวีบันเทิงในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาก็คือ สื่อบันเทิงหลายอย่างนำเสนอความบันเทิงร่วมกันเพื่อให้เข้าถึงผู้ชมวงกว้างควบคู่กัน เช่น ละครโทรทัศน์มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง หรือใช้จักร้องลูกทุ่งมานำเสนอหรือเป็นตัวประกอบละคร 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 โททส์บ้านเราหรือผู้เกี่ยวข้องนั้นได้สร้างรายการเพื่อรองรับความหลากหลายของคนในประเทศนี้เหมือนอเมริกา 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 เหลาะแหละโลเล จี๋หิง สารพัด นางเอกก็มีอยู่สองประเภท ไม่แข่งประเภทกึ่งๆ จะก้าวร้าวก็อ่อนขวยเสียจนต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่า อีหนูนี้มันเป็นอะไรของมัน ตัวละครแบบนี้มีให้เห็น ชนิดเรียงคิวกันมาจนหน้าจอให้เราดูกันตลอด...”⁵⁸

ผมอยากจะเปรียบเทียบ “เสียงสะท้อน” และ “ท่าที” ของนักวิจารณ์ท่านนี้กับความคิดเห็นแฟนละครทีวีพันธุ์แท้ที่ผมรวบรวมมาจากคอลัมน์ “แม่ค้าขอแถม” ของ “คมชัดลึก” ปฏิกริยาของนักวิจารณ์กับคนที่เป้นแฟนซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงวัยรุ่น 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 เขาเล่นได้กวาดดี ดูแล้วมันไ้ 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” บรรดาคอลัมน์นิสต์นักวิจารณ์บันเทิงทั้งหลายด้วยว่า “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 พุกกะณะสุมิต ข้าราชการวัย 51 ปีที่บอกว่า “...พี่ชอบดูแบบไม่ต้องคิดมาก ไม่อยากยึดติด ถ้าดูเรื่องเครียดๆ ก็ยังจะเครียด ทำไมผู้จัดฯ ถึงชอบสร้างแต่ละครเครียดๆ ยิ่งปี 45 นี้พี่ว่าผู้จัดฯ ไม่ควรสร้างละครเครียดๆ เพราะสังคมมันก็เครียดพออยู่แล้ว ควรให้มีตลกบ้าง”⁶²

กระแสนันทิงแบบไทยป๊อปที่เน้นชีวิตแห่งความสุข สนุกสนาน และครื้นเครงมากกว่าสาระหรืออรรถรสที่ถวิลในเชิงศิลปะปรากฏให้เห็นอย่างแพร่หลายในวงการเพลงป๊อปและเพลงลูกทุ่งหมอลำ 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

ถัดมาเป็นยุคชาวไทยรักชาติ นำเสนอบทเพลงชาติไทยของหลวงวิจิตรวาทการที่ปลุกกระแสความเป็นไทยให้เข้มข้นในสายเลือด ให้คนไทยพร้อมทำทุกอย่างเพื่อชาติ ช่วงนี้จะนำเสนอโดยวงเฉลิมราชย์

ยุคเพลงไทยไพเราะ นำเพลงท่านผู้หญิงพวงร้อย อภัยวงศ์ ถ่ายทอดโดยธานี พูนสุวรรณ และสุภัทรา อินทรภักดี

ยุคกลีลาศวัฒนา คือในช่วงของสุนทราภรณ์ นำเสนอโดยวงเฉลิมราชย์

ยุคเพลงไทยสากลที่ในทศวรรษได้รับความนิยม บทบาทเพลงยามราตรีมอบให้สุเทพ วงศ์กำแหง และสวลี ผกาพันธุ์

ยุคโก้วหลัง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากราชาเพลงร็อก เอลวิส เพรสลีย์ ถ่ายทอดโดยจิระศักดิ์ ปิ่นสุวรรณ สมชาย จำเริญกุล

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.

ผมมีข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการจัดแบ่งยุคสมัยของวงการดนตรีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ข้างต้นนี้แน่นอนว่าทักษะและการจัดแบ่งดังกล่าวเป็นมุมมองด้านเดียวของผู้จัดงานคอนเสิร์ตครั้งนี้ พวกเขาเตรียมงานคอนเสิร์ต ไม่ใช่ทำวิจัยหรือเขียนหนังสือทางวิชาการ ที่สำคัญ พวกเขามักจะต้องคิดถึงนักร้อง นักดนตรี หรือวงดนตรีที่จะทำหน้าที่บรรเลงผลงานทางดนตรีรูปแบบต่างๆ รวมทั้งความสนใจของกลุ่มผู้ชมและสปอนเซอร์อื่นจะนำมาซึ่งความสำเร็จในทางธุรกิจบันเทิง ถึงกระนั้นก็ตาม ผมก็จะต้องตั้งข้อสังเกตไม่ได้ว่า ประวัติศาสตร์วงการเพลงหน้านี้ไม่ได้นับรวมกระแสดนตรีที่ป๊อปขึ้นมาจากศิลปะการแสดงพื้นบ้านเอาไว้เลย เป็นประวัติศาสตร์เพลงป๊อปที่มองจากมุมมองของศูนย์กลางหรือกรุงเทพฯ เป็นสำคัญ และเป็นป๊อปที่ออกจะคับแคบเชิงวัฒนธรรมและกลุ่มศิลปินอยู่ไม่น้อย ทั้งยังไม่ค่อยจะสอดคล้องกับความเป็นจริงที่กระแสไทยป๊อป เช่น ลูกทุ่ง ลูกทุ่งหมอลำ ร็อคพื้นบ้าน ลูกทุ่งเพื่อชีวิต เพลงเพื่อชีวิต ฯลฯ ได้กลายมาเป็นกระแสสำคัญในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมาไม่แพ้ “เพลงไทยสากล” หรือ “เพลงสตริง” ที่มีสังกัดค่ายเพลงยักษ์ใหญ่เป็นของตนเอง ในเวลานี้ค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมเพลงป๊อปของไทยต่างก็หันมาให้ความสนใจเจาะตลาดเพลงลูกทุ่งกันอย่างคึกคัก

ในทศวรรษ 2540 กระแสน่าสนใจของวงการเพลงป๊อปและเพลงลูกทุ่งก็คือ การต่อสู้กับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “เทปผีซีดีเถื่อน” หน้าบันเทปของ “เคลวินวส์” สะท้อนปัญหาดังกล่าวจากทัศนะของคนในวงการโดยการสรุปอย่างกระชับว่า “น้ำตาของคนทำเพลง เสียงก่นคำของนักดนตรี... วงการเพลงในแต่ละปีมีการเฉลี่ยผลประโยชน์ในการค้าไม่ต่ำกว่าพันล้านบาทต่อปี ตัวเลขเหล่านี้ปัจจุบันกลายเป็นตำนานหมดแล้ว เพราะถูกคนเลวเข้ามาทำลายกอบโกยผลประโยชน์ไปอย่างหน้าด้านๆ แม้แต่รัฐบาลที่รู้ปัญหาดีก็ยังทำอะไรไม่ได้... วงการเทปเพลงต้องสูญเสียประโยชน์และรายได้ไปหลายร้อยล้านบาท เนื่องจากไม่สามารถเก็บเกี่ยวรายได้จากการค้าขายเทปเพลงและซีดีได้เต็มอัตรา สาเหตุหลักเพราะถูกเทปปลอม ซีดีปลอมชิงตลาดขายกันเกร่อ เป็นความเจ็บปวดของการรังสรรค์ผลงานเหล่านี้ไม่มีใครจะช่วยได้ ต้องปล่อยไปตามยถากรรม ตัวใครตัวมัน ป้อนกันผลประโยชน์กันเอง บางครั้งทำให้เจ้าของกิจการหรือคนทำเพลงต้องหลั่งน้ำตา เพราะผู้มีอิทธิพลหรือค่านในเครื่องแบบทำเสียเอง...”⁶⁴

ส่วนคนในวงการเพลงลูกทุ่งผู้มีแฟนเพลงกลุ่มใหญ่ที่สุดก็ประสบปัญหาธุรกิจที่หนักหน่วงไม่แพ้กัน แม้ว่าความนิยมของคนฟังจะกลับมาแล้วก็ตาม ธุรกิจก็ไม่รุ่งเรืองเท่าที่ควรเพราะว่าเหตุผลสำคัญ 2 อย่าง นั่นคือ

“...เทปผีซีดีปลอมเข้ามาแซะตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคลดน้อยลงด้วยพิษเศรษฐกิจของประเทศ... ในยุคบ้านเมืองอยู่ในภาวะปกติกินดีอยู่ดี เทปผียังไม่เคลื่อนไหวตลาดเหมือนทุกวันนี้ เทปเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมและขายดี

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

ยอดจำหน่ายจะอยู่ที่ 1-2 ล้านฉบับเป็นอย่างน้อย ซึ่งในปีที่ผ่านมาจากการสำรวจพบว่ามีเพลงหลายๆ เพลงเป็นที่นิยมของคนฟัง ไม่ว่าจะเป็นเพลง “คุณลำไย” ของลูกนก สุภาพร เพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” ของวงร็อกแสดง เพลง “กระเป๋าสตางค์” 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 ที่ยอดขายเกือบล้านฉบับก็มีเพียงเพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” ส่วนเพลง “คุณลำไย” ที่ดังที่สุด ยอดขายยังไม่เกิน 7 แสนฉบับ ส่วนเพลงอื่นๆ ที่กล่าวมาน่าจะอยู่ระหว่าง 2-5 แสนฉบับ ถามว่า ทำไม คำตอบก็คือ เพลงดังเหล่านี้ถูกแชร์ตลาดด้วยเทปผีซีดีเถื่อนนั่นเอง จะเชื่อหรือไม่ว่าปัจจุบันนี้เทปผีขายอยู่ในตลาดถึง 60 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่เทปถูกกฎหมายขายเพียง 40 เปอร์เซ็นต์...”⁶⁵

ส่วนสาเหตุทางด้านเศรษฐกิจตกต่ำ คนตกงานจำนวนมาก และธุรกิจต่างๆ ในประเทศในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาอยู่ในภาวะย่ำแย่ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้แฟนเพลงต้องระมัดระวังการใช้จ่าย “การซื้อเทปนักร้องแต่ละคนจึงต้องคิดแล้วคิดอีกว่าคุ้มเท่ากับเงินหรือไม่”⁶⁶ ที่สำคัญเทปเพลงหรือซีดีไม่ใช่ปัจจัยหลักในการดำรงชีวิต เป็นเพียงสื่อบันเทิงอย่างหนึ่ง ซึ่งแฟนเพลงทั้งหลายอาจมีทางเลือกหลายทาง ไม่จำเป็นต้องซื้อมาไว้ในครอบครองเสมอไป เช่น รับฟังจากสถานีวิทยุ จากรายการโทรทัศน์ 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 การปรากฏตัวของนักร้องและหางเครื่องฝรั่ง “ฝรั่งรักไทยใจลูกทุ่ง” เช่น โจนีส แอนเดอร์สัน สาวหมอลำคริสตี้ และทีมงานหางเครื่องสาวฝรั่ง “เดอะแฟมิลี่” ยิ่งช่วยเพิ่มสีสันและบรรยากาศของวงการให้คึกคักมากขึ้น⁶ ในที่นี้เลือกที่จะกล่าวถึงเพลงยอดนิยม 2 เพลง ได้แก่ เพลง “คุณลำไย” และ “มอเตอร์ไซค์ย่ำ” ผมมองเห็นว่า ทั้งสองเพลงนี้บอกเล่าเรื่องราวและตัวตนของบรรดาชายหญิงวัยรุ่นและวัยแรงงานกลุ่มใหญ่ที่สุดของประเทศที่น่าสนใจหลายอย่าง โดยเฉพาะการแสดงตัวตนผ่าน การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการแสดงความปรารถนาหรือทะยานอยากในรูปของตัวเงิน วัตถุ และค่านิยมตามยุคตามสมัยบางอย่าง สองเพลงนี้ “โดนใจ” ผู้ฟังอย่างมากในเรื่องนี้

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

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

เพิน...” ชื่อที่แท้และน่าสมบ๊อย่างนี้ทำไมไม่มีใครเรียกเธอ เนื่องจากนี้ คุณลำไยยังตระหนกด้วยว่า ลำพังเปลี่ยนชื่ออย่างเดียวไม่ช่วยให้เธอตามกระแสแฟชั่นให้ทันสมัยได้ เธอจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวเองให้ทันสมัย โดยกว่บริโภคนิสัย 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 นับตั้งแต่สาวไฮโซไฮ้เรียงมาจนถึงสาวโรงงาน สาวบ้านนอกคอกนาต่างก็ตกอยู่ภายใต้มนต์สะกดของแฟชั่นสมัยนิยมไม่ต่างจากคุณลำไยเลย ต่างกันเพียงแต่ว่า ใครจะมีกำลังซื้อมากกว่าใคร ใครมีรสนิยมหรือสร้างสไตล์ที่ทันสมัยของตัวเองได้อย่างไร หรือให้ความหมายกับการตามกระแสแฟชั่นของตนเองว่าอย่างไร

ถ้าเพลง “คุณลำไย” พุดแทนใจผู้หญิงไทยในกระแสป๊อป เพลง “มอเตอร์ไซค์ฮ้าง” อาจพุดแทนใจหนุ่มๆ โดยเฉพาะไอ้หนุ่มลูกทุ่ง ไอ้หนุ่มในกลุ่มของชาวบ้านร้านตลาด ผู้ใช้แรงงาน รวมทั้งข้าราชการชั้นผู้น้อย และชนชั้นกลางได้จำนวนมาก หนุ่มมอเตอร์ไซค์ฮ้างตามเนื้อเพลงเป็น “ครูน้อยบรรจใหม่” หรือพ่อพิมพ์ของชาติสอนตามโรงเรียนบ้านนอกตัดพ้อโชคชะตาที่ค้าขายของตัวเอง เงินเดือนน้อย วุฒิการศึกษาต่ำแค่ปริญญาตรี จาก “ราชภัฏพอกะเทิน” ศักดิ์ศรีก็ไม่ได้ยิ่งใหญ่พอที่จะอวดหรือเบ่งในสังคมได้เหมือนกับนายร้อยตำรวจ ที่สำคัญ ครูน้อยมีพาหนะคู่กายแค่มอเตอร์ไซค์โกโรโกโสคันหนึ่ง สาวๆ คนสวยคงไม่หันมามอง ไม่เหมือนนายร้อยตำรวจนั่งรถปิกอัพโตโยต้าคันหรู ด้วยความเจ็บช้ำน้ำใจที่ถูกเหยียดหยาม ครูน้อยผู้ด้อยวาสนามาถึงกับตัดใจว่า 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” แต่ทุกวันนี้ทั้งจักรยานและมอเตอร์ไซค์ตกกระป๋องไปหมดแล้วสาว ๆ เขาไม่มองแล้ว ไอ้หนุ่มที่มีเสน่ห์และโก้หรูตามยุคตามสมัยต้องเอา “บิกออฟคัน ก๊อ ไดโยด้ามจับแข็ง...”

ประเด็นที่น่าสนใจที่สุดที่ผมเก็บตกจากการฟังเพลงฮิตทั้ง “คุณลำไย” และ “มอเตอร์ไซค์ช่าง” ก็คือ ทั้งสองเพลงตรงกันอย่างหนึ่งก็คือ มีกลิ่นไอและท่วงทำนองของหมอลำพื้นบ้านของอีสานช่วงขับให้เพลงทั้งสองโดดเด่นขึ้นมาอย่างชัดเจน เพลงแรกมีเนื้อร้องเป็นภาษาไทยกลางสมัยนิยม แต่อาศัยทำนองลำเตี้ยผสมกับการพูดเพลงที่ได้รับอิทธิพลจากเพลงเร่ของตะวันตกบรรเลงไปจนจบเพลง ส่วนเพลงหลังเป็นเพลงสไตล์ดนตรีที่เรียกว่า “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 ประเสริฐกุลบอว่า “คือ ชั่วๆ”⁸ หรือสุขบ้างทุกข์บ้างสลับกันไป ในเวทีละครชีวิตประจำวัน เมื่อถึงจุดหนึ่ง พวกเขาขอแหวะพักพิงในกระแสนันทิงไทยป๊อป เพื่อรสชาติความสนุกสนาน คลายเครียด และบรรยากาศที่ถูกอกถูกใจตามรสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ดูเหมือนว่า พวกเขาก็ยังไม่ยินดียืนร้านเลย ถ้ายังเอื้อมคืบพบภายหลังว่ามันเป็นเรื่อง “คลกร้ายแบบเพื่อนๆ” ที่ผู้คนจะคอยแต่จะหลบ

⁸ “ข้อถกเถียงของท่านใน “มติชนรายวัน” ฉบับประจำวันเสาร์ หน้า 13.

หนีไปจากโลกของความเป็นจริง เข้าไปอยู่ในโลกของละครน้ำเน่า หนังสือแบบประวัติศาสตร์ชาตินิยมยากล่อม ประสาท หรือฟังเพลง “กุลล้าโย”

บทที่ 5

บทสรุป:

เสียงพูดของ “คนไทยสายพันธุ์ป๊อป”

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

กระบวนการดังกล่าวนี้เองที่ผมเรียกว่า “สงครามตัวแทน” ในปริบทวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย 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 ปริบทของชีวิตประจำวัน

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 อาณานิคม 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 พรมเสาร์ (2545:51) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการแสวงหาตัวตนหรืออัตลักษณ์ (เอกลักษณ์) ของผู้คนในกระแสบริโภคนิยมแบบ “โพโม-คอนซูเมอร์” ว่า

“ชีวิตที่ดีในยุคโพโมเคิร์นไม่ได้หมายความว่าแค่การมีวัตถุที่แสดงระดับชั้นทางสังคมที่คุณเห็นนักแสดงในทีวีเจมิกันเท่านั้น 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 วันทูลของครูเทศที่ “สนับสนุนทุกความคิดอิสระของคนยุคนี้” จนใครๆ ก็อยากเอาชนะความกลัวให้ได้เหมือนครูเทศ

การตลาดสมัยนี้จึงเอาภาพพจน์นำหน้า ตามมาด้วยเนื้อหา หรือไม่ต้องตามมาเลยก็ได้ ถ้าบอกแค่นี้แล้วสามารถขายสินค้าได้!...”

หลักใหญ่ใจความอีกข้อหนึ่งที่ผมอยากจะนำเสนอในที่นี้ก็คือ ผมเพียงแค่อยากจะคืนความธรรมดาสามัญให้กับวัฒนธรรม ผมเพียงอยากจะถ่วงรั้งไม่ให้วัฒนธรรมหลุดลอยไปจากปริณทณชีวิตประจำวัน เพราะที่นี้คือชีวิตและตัวตนที่แท้จริงของวัฒนธรรมเกิดขึ้น ดำรงอยู่และปรับเปลี่ยนไปตามสถานที่ เวลาและเหตุปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ผมเชื่อว่า วัฒนธรรมไม่ใช่ของวิเศษ เลิศเลอ วัฒนธรรมไม่ใช่คำนิยม อุดมคติ หรือความไฝฝันที่ชนชั้นผู้นำ ปัญญาชน นักวิชาการ หรือสื่อมวลชนปรารถนาอยากจะมีหรือสร้างขึ้นในสังคม วัฒนธรรมไม่ใช่เฉพาะสิ่งประเสริฐหรือเครื่องมือบอกถึงความเจริญของงานในวิถีชีวิตของคน หากยังรวมเอาด้านที่อัปลักษณ์ ด้านที่ไม่มีใครอยากจะพูดถึงเข้าไปด้วย วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญที่คนธรรมดาสามัญ หรือมนุษย์ทุกคนใช้ชีวิตอยู่ในนั้น เป็นสิ่งที่คนต้องเกี่ยวข้องโดยการบริโภค สร้างขึ้น ทำลายล้าง ลืม จำ ฯลฯ แต่เป็นสิ่งธรรมดาที่เรามองไม่ค่อยเห็น จับต้องไม่ค่อยได้ แต่เรารู้ว่ามันเป็นกระแสน้ำไหลอย่างในชีวิตประจำวัน 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 ผมไม่เห็นด้วยกับวิธิตัด มุมมอง ข้อสรุป และอุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังกระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทยกระแสหลักในการนิยามวัฒนธรรมสมัยนิยมในฐานะของความเป็นอื่นข้างต้น ผมเชื่อว่า ถ้าเรา “จับกระแสไทยป๊อป” โดยการฟัง ติดตาม และทำความเข้าใจกระแสป๊อปแบบต่างๆ อย่างละเอียดแล้ว กระแสเหล่านี้จะเป็น “กระเจกงามานใหญ่” ที่สะท้อนส่วนที่ก้าวหน้าที่สุด คึกคักที่สุด และเปลี่ยนแปลงเร็วที่สุดของระบบวัฒนธรรมไทยที่เต็มไปด้วยความแตกต่างหลากหลาย ผมมองเห็นว่า ผู้คนเกือบทั้งประเทศใช้ชีวิตใกล้ชิด กระแสป๊อปอย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าคุณชอบหรือไม่ก็ตาม 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 และความเป็นธรรมาภิบาลของชีวิตมากที่สุด ผมไม่เห็นด้วยทั้งหมดกับคำอธิบายลักษณะของผู้คนในกระแสป๊อปว่าเป็น “...ผู้บริโภคยุคโพสต์โมเดิร์นมีลักษณะเด่นตรงที่บริโภค บริโภค และบริโภค และการ

บริโภคนิยมมากเกินไปนี้ก็ทำลายสิ่งแวดล้อมและตัวเราเอง เราไม่รู้จักพอ ไม่รู้ว่าอะไรคือความสุขที่แท้จริงของชีวิต มันคือความพึงพอใจที่ขึ้นๆ ลงๆ ตามฉีกีการบริโภคของเรา” (กรรณิการ์ พรหมเสาร์ 2545:51) ผมเชื่อว่า พวกเขาไม่ใช่ผู้บริโภคที่ไม่รู้จักสืบทอดหรือไร้จิตสำนึกแบบสุดโต่ง 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 ฟรังลูกทุ่ง-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, น่านน้ำและหนังไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2538ก.

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

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

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

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

“บทสรุป ฟรีดี 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. เล่าขานจรรยาคิด. 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].

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

“เพลงลูกทุ่ง สีนค้ำใหม่ของผู้จัดละคร.” ผู้จัดการรายวัน. 17 ธันวาคม 2544, หน้า 11.

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

ภัทร ตำนอดุตรา. “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.

“มรดกต่างมุมของชชะบุรี ชวนไขยสิทธิ์ อยากเห็น...เซ็นเตอร์พอยต์...โคมใหม่ ไร้ย ไร่เพศ.” *มติชนรายวัน*. 9 มีนาคม 2545, หน้า 19.

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

ร็อกแอนด์โรล. “มอเตอร์ไซค์ช่าง.” ใน *อัลบั้ม กิ่งก้อตกล่าง*. กรุงเทพมหานคร: ท็อปไลน์สตูดิโอ, 2543.

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

ลำแข (นามแฝง). “อิทธิพลฮอลลีวู้ด.” *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 ้วยรุ่นยุคเราเขาทำอะไรกัน.” *มติชนรายวัน(สุขสรรค์)*. 11 กันยายน 2543. หน้า 12.

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ, มนัสชิน โกวาทิทธิ, และธนพงศ์ ผลาจรศักดิ์. “สังคมไทย สายพันธุ์ป๊อป CULTURE.” *GM*. (มกราคม 2545):135-41.

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

“ศึกควลงาอ่อนชิงแชมป์ป๊อ.” *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.

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

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

5 มีนาคม 2545, หน้า 6.

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

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

สุริยา สมุทคุปดี, พัฒนา กิตติอาษา, สถาพร อุ่นแดง, ปรีชา ศรีไชย, นัจวุฒิ สิงห์กุล และศิริพร ไชยเลิศ.
คนซึ่งอีสาน: ร่างกายและเสียงสะท้อนในหมอลำซึ่งอีสาน. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิทัศน์, สาขาวิชาศึกษาทั่วไป, 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." เอลีนิวส์. 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].