อนาคตอันเรื่องรองของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา

กาญจนา แก้วเทพ

สารบัญ

1.รำเบิกโรง

2.ความหลายหลากมากมายของสื่อพื้นบ้านของไทย

3.หน้าที่ : เหลี่ยมมุมอันแพรวพราวของสื่อพื้นบ้าน

4.ชวนมาขบคิดเรื่องอนาคตของสื่อพื้นบ้าน

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ **ปฐมบทแห่งองค์ความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข** ครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส)สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส) 2549.

และตีพิมพ์ในหนังสือวิชการที่ระลึกแสดงกตเวทิตา ศ.ดร.คุณหญิงสุริยา รัตนกุล และ ศ.ดร.สุวิไล เปรมศรีรัตน์ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.

อนาคตอันเรื่องรองของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา*

กาญจนา แก้วเทพ

1.รำเบิกโรง

ในระหว่างช่วงปีพ.ศ.2544-2547 ผู้เขียนได้มีโอกาสทำหน้าที่เป็นทีมประสานด้านการบริหารและด้านวิชาการชุดโครงการวิจัย "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ซึ่งมีโครงการย่อยรวมอยู่ 30 โครงการ ในทั้งหมดนี้มีอยู่ 4 โครงการที่เป็นงานวิจัยเกี่ยวข้องกับเรื่อง "สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา" อันครอบคลุมตั้งแต่สื่อที่มรณกรรมไปแล้วเช่นพิธีไหว้ผีปู่ย่า สื่อที่กำลังรุ่งเช่นหมอลำ สื่อที่กำลังเสี่ยงสูงว่า "จะรุ่งอย่างน่าหวาดเสียว" เช่น โนรา และสื่อพื้นบ้านที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ มีอายุได้ประมาณ 20 กว่าปี เช่น พิธีกรรมกองบุญข้าวของชาวปกาเกอะญอ (ดูรายชื่องานวิจัยด้านหลัง)

และในช่วงปีสองปีที่ผ่านมาคือระหว่างปีพ.ศ.2546-2547 นักวิจัยจากทีมวิจัยโนราและงานวิจัยผีปู่ย่าก็ได้จับมือกันมาทำโครงการ "สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข" (สพส.) เพื่อจะนำเอางานสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ในงานพัฒนาสุขภาพในทุกเหลี่ยมมุม และในเวลาเดียวกันก็ส่งเสริมพัฒนาสื่อพื้นบ้านไปในเวลาเดียวกัน การโยกถ่ายฐานความรู้จากงานวิจัยมาทำงานโครงการพัฒนาบนคำขวัญของทางโครงการที่ว่า "ขับเคลื่อนโครงการบนฐานความรู้" นี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (ดูตัวอย่างรายชื่อโครงการด้านหลัง)

จากประสบการณ์ทั้งงานวิชาการวิจัยและโครงการพัฒนาภาคปฏิบัติที่ผู้เขียนได้มีโอกาสลงไปคลุกคลีตีโมงอย่างใกล้ชิดนี้ ช่วยให้ผู้เขียนได้มีโอกาสมาเกิดในชาติภพใหม่ทางวิชาการ เนื่องจากภพภูมิเดิมของผู้เขียนนั้นตกฟากอยู่ที่สายสื่อมวลชน (ผู้เขียนทำงานอยู่ที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ) อันเป็นสื่อสายพันธุ์ใหม่ที่มีคุณลักษณะทั้งที่เป็น**จุดร่วม**แต่ในเวลาเดียวกันก็มี**จุดที่แตกต่าง**อย่างมหาศาลจากสื่อพื้นบ้าน

แม้จะอยู่ในฐานะเด็กแรกเกิดทางวิชาการของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา แต่ผู้เขียนก็อยากจะทำตัวแบบ "เทพธิดาพยากรณ์" ให้คำทำนายที่ตั้งเอาไว้เป็นชื่อของข้อเขียนว่า ผู้เขียนมีความเชื่อว่า สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนานั้นจะมีเส้นทางในอนาคตที่สดใสหากผู้ที่เกี่ยวข้องกับมรดกอันล้ำค่านี้มีลักษณะ "ตาถึง ใจถึง มือถึง และปัญญาถึง" แบบครบสูตร

---

*เอกสารในหนังสือวิชาการที่ระลึกแสดงกตเวทิตา ศ.ดร.คุณหญิงสุริยา รัตนกุลและ
ศ.ดร.สุวิไล เปรมศรีรัตน์ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล

ในที่นี้ ผู้เขียนจึงอยากจะเล่าสู่กันฟังถึงสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้สัก 3-4 ประเด็น (ท่ามกลางกองประสบการณ์อันมหึมา) เพื่อแลกเปลี่ยนกับเพื่อนนักวิชาการที่มีความสนใจในเรื่องวัฒนธรรม ผู้น่าจะเป็นมืออีกมือหนึ่งที่มีส่วนในการโอบอุ้มอนาคตอันเรืองรองของสื่อพื้นบ้านของไทยต่อไป

2.ความหลายหลากมากมายของสื่อพื้นบ้านของไทย

เมื่อทางโครงการสพส.เริ่มทำงานโดยติดต่อให้ภาคีจากทั่วประเทศส่งโครงการสื่อพื้นบ้านเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพมาพูดคุยแลกเปลี่ยนกันนั้น ทางโครงการฯก็ต้องตกตะลึงว่าสื่อพื้นบ้านไทยโดยเฉพาะพวกสื่อตัวเล็กตัวน้อยนั้นช่างมีจำนวนมากมายมหาศาล มีชื่อเสียงเรียงนามแปลกๆแบบที่ไม่เคยได้ยินมาก่อน ผู้เขียนจะขอลองฉายหนังตัวอย่างสักเล็กน้อย

- **ในเขตภาคตะวันออก** มีสื่อพื้นบ้านที่เกิดจากการผสมพันธุ์จำนวนมากมายเช่น วงดนตรีอาใย (ศิลปะพื้นบ้านแบบเขมร) เท่งตุ๊ก (คล้ายๆหนังตะลุงทางใต้) เอ็งกอ (ของจีน) รำสวดหน้าศพของจ.จันทบุรี เป็นต้น
- **ทางภาคอีสาน**นี้ก็ไม่ต้องพูดถึง เนื่องจากมีชาติพันธุ์ต่างๆอาศัยอยู่ จึงมีวัฒนธรรม/สื่อพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะตัวอย่างมากมาย เช่น แกลเดียะซ่งกรานต์ (เล่นสงกรานต์แบบวัฒนธรรมส่วย) ตุ้มโฮมส่อนขวัญแบบยโสธร พิธีเต้าแม่นางด้ง ประเพณีกินหมูล้างดินของชาวผู้ไทแถบอำนาจเจริญ หรือพิธีเหยาของชาวผู้ไทแถบมุกดาหาร เป็นต้น
- **ส่วนทางใต้**นั้น เป็นดินแดนที่อุดมไปด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมหาศาล เอาแค่จังหวัดพัทลุงจังหวัดเดียวและเอาแค่กีฬาพื้นบ้านอย่างเดียว ผู้เขียนก็ได้อ่านพบชื่อแปลกๆ เช่น การซัดต้ม ชักพรุด แข่งเรือบก ซัดราว มวยลาราวเด้อ ชิงพรก เป็นต้น และยังมีสื่อพื้นบ้านของพี่น้องชาวไทยเชื้อสายมุสลิมอีกมากมาย เช่น รองเง็ง ซัมเป็ง ซีละ ขบวนแห่นก ประเพณีกวนอาซูรอ เป็นต้น

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) นี้มีนัยยะสำคัญมากทั้งเชิงวิชาการและเชิงวัฒนธรรม ดังที่เราได้รู้คุณค่าของ "ความหลากหลายทางชีวภาพ" กันมาอย่างดีแล้วว่าเป็นทางรอดในการแก้ปัญหาของมนุษยชาติและเป็นหลักประกันความยั่งยืนของโลกใบนี้ ฉันใดก็ฉันนั้น ในทัศนะด้านสังคมศาสตร์ วัฒนธรรมของมนุษยชาตินั้นเกิดขึ้นมาเพื่อใช้แก้ปัญหาที่มนุษย์ในแต่ละท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค แต่ละชาติพันธุ์ต้องเผชิญหน้าอยู่ เมื่อ**วิธีการแก้ไขปัญหา**แบบใดได้ผล วิธีการนั้นก็จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ในคลังแห่งความรู้ และส่งทอดต่อไปเป็นมรดกให้แก่คนรุ่นต่อไป

ในขณะที่**ปัญหา**ของมนุษย์ในแต่ละพื้นที่มีความหลากหลาย เช่นสังคมภาคใต้ในอดีตมีปัญหาที่ต้องเผชิญหน้ากับผู้ร้ายโจรสลัดที่มาทางทะเลเนื่องจากลักษณะพื้นที่เปิดกว้าง ดังนั้น พิธีกรรมโนราโรงครูจึงถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อตรวจนับและขานชื่อ "กองกำลังของตน" ในขณะที่ชาวนาในต.วอแก้ว จ.ลำปางที่ใช้ควายทำนา ก็จะสร้างสรรค์พิธีเรียกขวัญควาย ซึ่งเป็นเครื่องมือการทำมาหาเลี้ยงชีพที่สำคัญ เป็นต้น

เมื่อ**ปัญหา**ที่ต้องเผชิญมีลักษณะผิดแผกแตกต่างกันไป **วิธีการแก้ปัญหา**ก็ต้องหลายหลากแตกต่างตามไปด้วยเช่นกัน เสมือนเชือกที่ถูกผูกด้วยเงื่อนหลายๆแบบ จะใช้วิธีแก้กระตุกอย่างเดียวกันย่อมไม่ได้ ความหลากหลายทาง

วัฒนธรรมหรือที่แสดงออกในรูปของสื่อพื้นบ้านนั้น ในทัศนะทางวิชาการแล้ว จึงเป็น "ความจำเป็นที่ต้องมี" (The must/necessary) มิใช่หลักการที่ "ควรจะเป็น" (should/norm) เท่านั้น

และหากกล่าวในเชิงเศรษฐศาสตร์แห่งวัฒนธรรม (Economic of culture) การมีวัฒนธรรมซึ่งมีสถานะเป็นทรัพยากรหรือเป็นต้นทุนทางสังคมชนิดหนึ่งนั้น ยิ่งมีมากก็ยิ่งถือว่าเป็น "ความมั่งคั่งร่ำรวยทางวัฒนธรรม" (Cultural enrichment) และในศาสตร์ด้านสุนทรียะ (Aesthetics) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้นก็ถือได้ว่า "เป็นความงดงามเชิงสุนทรียะ"

เมื่อกล่าวถึงหลักการแห่งความจำเป็นและความชอบธรรมเชิงวิชาการที่มีต่อเรื่อง "ความหลากหลายทางวัฒนธรรม" ในโลกที่เป็นจริง ความสุ่มเสี่ยงทางวัฒนธรรมประการหนึ่งที่เกิดขึ้นก็คือ "การมีมาตรฐานทางวัฒนธรรมเป็นแบบเดียวกันหมด แบบว่าสูตรสำเร็จสูตรเดียวกันทั่วประเทศ" ที่แสดงออกทางวัฒนธรรม (cultural expression) ในรูปแบบต่างๆ เช่น หน้าตาของผู้เข้าประกวดนางสาวไทยจะคล้ายๆกัน อาหารเช้าของคนทั่วโลกเป็นสูตรเดียวกัน หน้าตาของชายทะเลแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นอีหรอบเดียวกันหมด รวมทั้งภาษาไทยที่ใช้พูดกันทั่วประเทศจะขาดหายเสียงเหน่อของแต่ละท้องถิ่นไปหมดแล้ว เป็นต้น

แน่นอนว่า ปรากฏการณ์สุ่มเสี่ยงดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นอย่างลอยๆ หากแต่ได้มาเกิดขึ้นเมื่องานการสร้างสรรค์วัฒนธรรมได้ถูกลากจูงจากแรงจูงใจด้านธุรกิจและมิติด้านเศรษฐกิจเข้ามาครอบงำ ทำให้กระบวนการผลิตวัฒนธรรม (cultural production) กลายเป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรม (culture industry) ที่มีการผลิตครั้งละมากๆอย่างรวดเร็ว มีการแบ่งงานกันทำออกเป็นส่วนเสี้ยวเล็กๆตามแบบวิธีการผลิตแบบสายพานโรงงาน (โปรดหลับตานึกถึงโรงงานทำไก่กระป๋องก็จะเห็นภาพ) ลักษณะการผลิตแบบอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องลดทอนลักษณะความหลากหลายแบบเฉพาะตัวลงไป เราจึงมีเพียงวัฒนธรรมสื่อพื้นบ้านแบบ size L M และ S ให้เลือกใช้เท่านั้น

ปัญหาเรื่องการทำวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อพื้นบ้านให้กลายเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด (Standardization) นั้นเป็นเรื่องที่สถาบันที่เกี่ยวข้องกับงานวัฒนธรรม/สื่อพื้นบ้านควรมีการเฝ้าระวังกันอย่างเต็มที่

ขอย้อนกลับมาที่เรื่องความหลากหลายของสื่อพื้นบ้านอีกครั้งหนึ่ง คำว่า "ความหลากหลาย" นี้มีความหมายอย่างกว้างขวางได้ตั้งแต่ว่าสื่อแต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกันจริงๆ เช่น โนรามีความแตกต่างจากซีละ และในเวลาเดียวกันก็อาจจะหมายความว่าภายในสื่อประเภทเดียวกันนั้นเองก็ยังมีความผิดแผกแตกต่างกันออกไป เมื่อมีการเพิ่มเติม "คุณลักษณะย่อยๆ" เข้ามา คุณลักษณะย่อยๆที่รู้จักกันดีก็เช่น

- **พื้นที่แตกต่างกัน** สำหรับสื่อที่มีขนาดใหญ่กินอาณาเขตกว้างขวางเช่นหมอลำนั้น หมอลำในแต่ละจังหวัด เช่น อุบล อุดร ขอนแก่น ฯลฯ มักจะมีทางลำหรือวาดลำที่แตกต่างกัน กรณีของภาษา/สำเนียงในแต่ละท้องถิ่นเป็นตัวอย่างรูปธรรมที่ชัดเจนที่สุด และความหลากหลายในแง่พื้นที่นี้ได้กลายมาเป็น "อัตลักษณ์" อันเป็นตอม่อของวัฒนธรรมในแต่ละแห่ง ตัวอย่างเช่น ลายผ้าซิ่น/ผ้านุ่งของคนลาว-คนเหนือ เมื่อมองดูจะรู้ได้ทันทีว่ามาจากพื้นที่ไหน
- **สำนัก/สายตระกูล** ตัวอย่างเช่น โนราที่สืบทอดกันมาตามสายตระกูลหรือแต่ละสำนัก ก็จะมีลีลาแตกต่างกันออกไป โนราบางสำนักจะรำตัวแข็งเน้นความสง่างาม แต่บางสำนักก็จะรำส่ายตัวสนุกสนาน บางสำนักจะเน้นการทำบทร้อง เป็นต้น

- **ประเภทของสื่อพื้นบ้าน** สำหรับสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่เช่นหมอลำนั้น ประยุทธและคณะ (2547) ได้พบว่ามีการแตกตัวออกเป็นหมอลำประเภทต่างๆ เช่น หมอลำกลอน หมอลำกลอนซิ่ง หมอลำซิ่ง หมอลำเรื่องต่อกลอน ซึ่งแต่ละประเภทก็จะมีองค์ประกอบย่อยแตกต่างกันออกไป เช่น จะเน้นลำหรือเน้นร้องเพลงลูกทุ่ง จะใช้เครื่องดนตรีอะไร จะแสดงกี่คน จะตกแต่งเวทีแบบไหน จะร้องกลอนลำอะไร ฯลฯ

- **ความหลากหลายในแง่กาลเวลา** เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นวัฒนธรรมประเภทหนึ่งซึ่งต้องพกคุณสมบัติประการหนึ่งติดตัวมา คือ "การปรับตัว" (adaptation) โดยเฉพาะเมื่อกาลเวลาเปลี่ยนแปลงไป เธียรชัยและคณะวิจัยโนรา (2547)จึงพบว่า จากวิธีการปลูกโรงเล่นโนราแต่เดิมซึ่งเคยอยู่ติดกับพื้นดิน และบรรดาผู้ชมก็จะตั้งวงดูกันรอบสี่ทิศอย่างใกล้ชิดสนิทสนม แต่ปัจจุบันนี้โรงเล่นโนราได้แปรเปลี่ยนไปเป็นเวทียกพื้นสูง (แบบเวทีดนตรีลูกทุ่ง) ทำให้ผู้ชมถูกแยกห่างจากศิลปิน และดูได้แต่ด้านหน้าเท่านั้น

- **ความหลากหลายในแง่เพศ** สื่อพื้นบ้านหลายชนิดมีการปรับตัวให้หลากหลายมากขึ้นกว่าแต่เดิม เช่น ในโครงการกลองสะบัดไชยที่ภาคีทางภาคเหนือนำเสนอต่อสพส. แต่เดิมนั้นกลองสะบัดไชยเคยเป็นกลองศึกที่ใช้ในการรบ (ชื่อนามยังบ่งบอกหลงเหลือติดอยู่) และในชั้นต่อมาก็เข้ามาเป็นกลองที่ใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา ทั้งสองปริมณฑลนี้เป็นท่าบังคับพื้นฐานให้ผู้ตีกลองนั้นต้องเป็นแต่ผู้ชายเท่านั้น แต่ทว่าเมื่อมีการนำเอาการตีกลองสะบัดไชยมาใช้เพื่อเป็นกิจกรรมเสริมสุขภาพ กิจกรรมนี้ก็ต้องเปิดรับเอาผู้หญิงเข้าไปด้วย

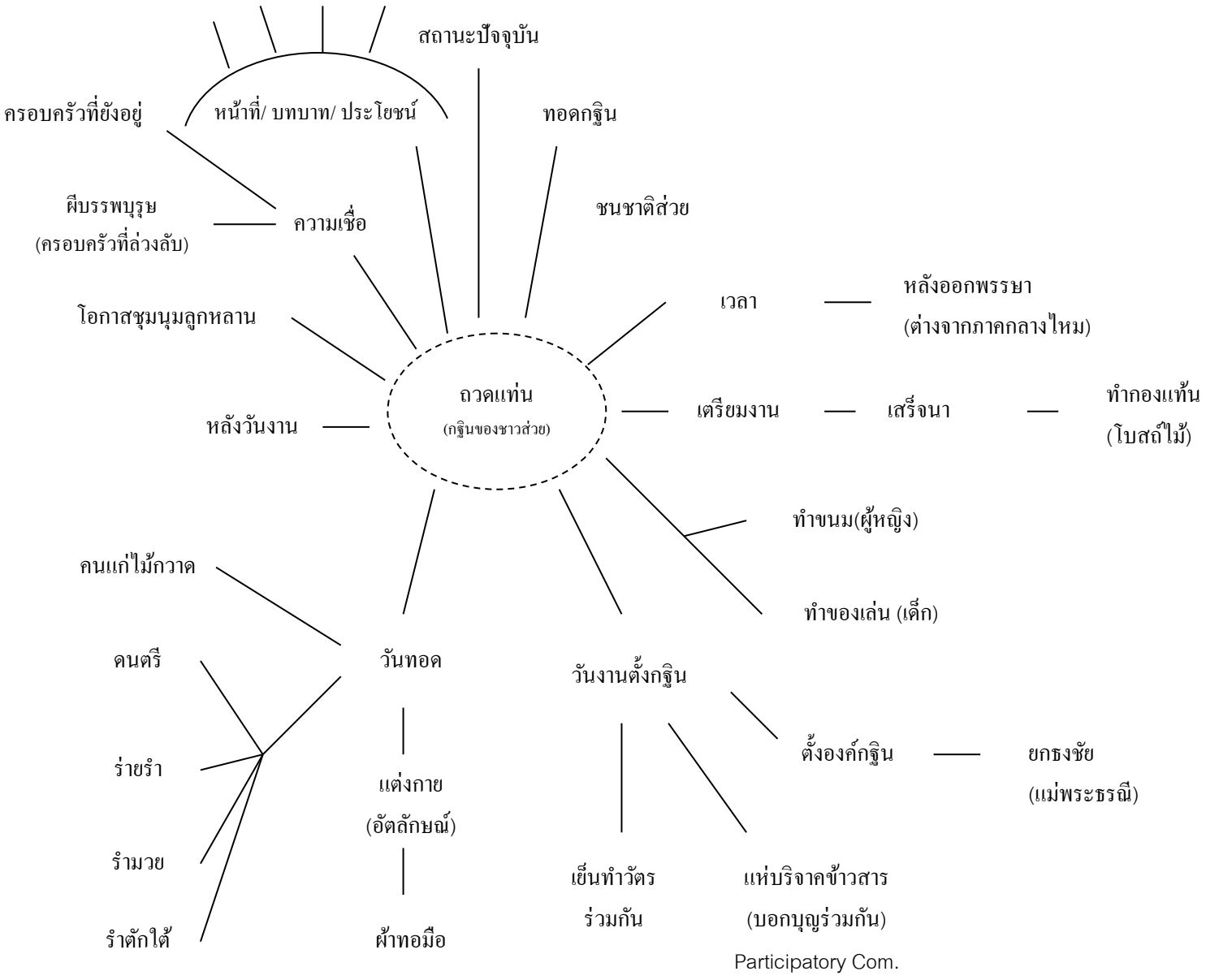
สื่อพื้นบ้านบางประเภทมีการสลับเพศจนผิดแผกไปจากของเดิม เช่น โนราที่โดยต้นฉบับเดิมนั้นเป็นศิลปะของผู้ชายมาก่อน เพราะมีสุนทรียะที่เน้นความเข้มแข็ง ฉับไว การใช้ร่างกายอย่างคล่องแคล่ว แต่ในชั้นต่อมา ผู้หญิงก็เข้าไปยึดพื้นที่สื่อพื้นบ้านประเภทนี้มากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งปัจจุบันนี้ ปริมาณผู้หญิงที่รำโนรากลับมีมากขึ้นกว่าผู้ชาย และเมื่อเป็นศิลปะที่ผู้หญิงรำก็ได้มีการปรับเปลี่ยนสุนทรียะให้มีความอ่อนช้อยแบบผู้หญิงเพิ่มมากขึ้น

- **ความหลากหลายในแง่อายุ** เมื่อครั้งที่อดุลย์ ดวงดีทวีรัตน์ (2547) ร่วมกับชาวบ้านตำบลวอแก้ว จ.ลำปาง ตัดสินใจว่าจะรื้อฟื้นประเพณีพิธีไหว้ผีปู่ย่าขึ้นมาใหม่นั้น ในกลุ่มผู้อาวุโสนั้นก็ทำพิธีรื้อฟื้นแบบดั้งเดิม แต่สำหรับในกลุ่มลูกหลาน เมื่อจะมีการทำงานด้านความคิดความเข้าใจเรื่องผีปู่ย่าให้สืบสานต่อไปในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ชมรมกลุ่มเด็กผีปู่ย่าได้เลือกวิธีการที่จะพูดกับเพื่อนเด็กๆด้วยกันในรูปแบบของการเล่นละครผสมกับกลิ่นอายแบบค่าวซอเป็นรูปแบบการแสดงออก (form of expression)

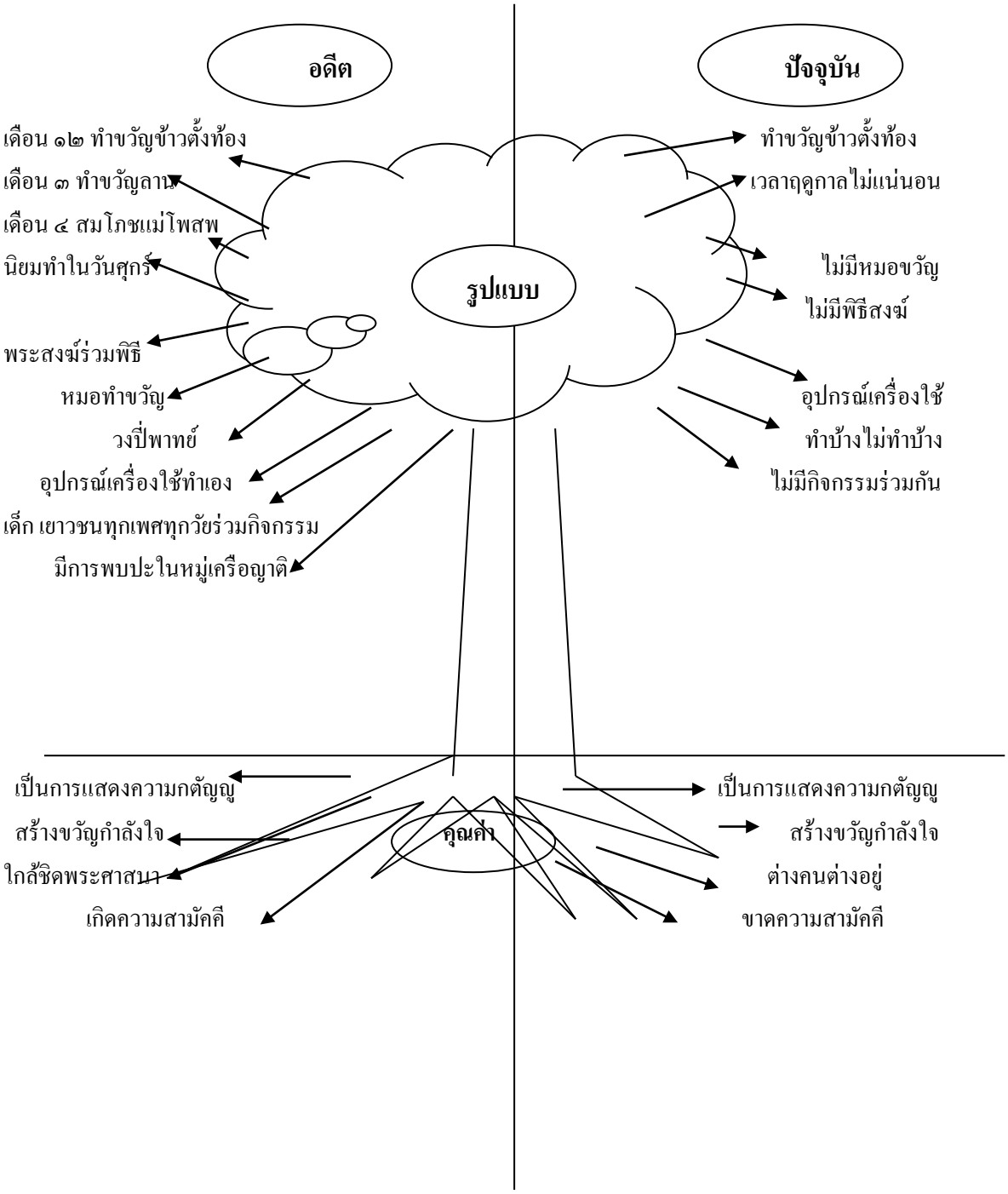
ความหลากหลายในแง่รุ่นวัยนี้ยังเป็นประด็นที่เชิญชวนให้นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานด้านวัฒนธรรมต้องเดินทัพทางไกลกันอีกนาน ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงว่า สื่อพื้นบ้านนั้นเป็นสื่อที่สร้างสรรค์ขึ้นมาในคนรุ่นวัยหนึ่ง มีบริบทแวดล้อมแบบหนึ่ง เช่น เธียรชัยและคณะวิจัยพบว่า โนรานั้นเป็นสื่อพื้นบ้านของผู้คนที่มีชีวิตอยู่รอบชุมชนทะเลสาปสงขลา ดังนั้น ใน "ตัวบท" ของโนราจึงมีบท "แทงเข้" ซึ่งเป็นพิธีกรรมสำหรับปลุกขวัญผู้คนที่กลัวจรเข้ในทะเลสาป แต่เมื่อสื่อพื้นบ้านโนราตกมาถึงคนรุ่นใหม่ที่ทะเลสาปสงขลากำลังเน่าเสียจนจรเข้สูญหายไปซะหมดแล้วเช่นนี้แล้ว บท "แทงเข้" จะยังคงมีความหมายอย่างไรต่อคนรุ่นปัจจุบันนี้ การส่งมอบมรดกจากมือคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งนั้นจะทำกันอย่างไร

และเมื่อเรากล่าวถึง "ความหลากหลายของสื่อพื้นบ้าน" ในแง่มุมต่างๆมาแล้ว ก็ลงมาถึงปัญหาในทางปฏิบัติว่า

เมื่อเวลาจะลงมือทำวิจัยหรือทำโครงการที่เกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน เราจะมีวิธีการปฏิบัติอย่างไร จากประสบการณ์ของทีมงานโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) ได้ค้นพบเครื่องมือการวิเคราะห์ชนิดหนึ่งที่เรียกว่า "การวิเคราะห์คุณลักษณะ" (Attribute analysis) ที่จะช่วยให้นักวิจัยหรือคนทำโครงการมองเห็นรายละเอียดเฉพาะตัวของสื่อพื้นบ้านที่กำลังจะทำงานด้วย ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์คุณลักษณะของงานกฐินแบบชาวส่วยที่เรียกว่า "ถวดแท่น" ในจ.พิจิตร หรือการเปรียบเทียบคุณลักษณะของประเพณีการทำขวัญข้าวใน จ.อยุธยา ระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ที่แสดงในภาพ



แผนภาพที่ 1 : **แสดงคุณลักษณะ** (attribute) **ของโครงการกฐิน “ถวดแท่น”**



ภาพที่2: แสดงรูปแบบ/คุณค่าประเพณีการทำขวัญข้าวในอดีตและปัจจุบัน

สำหรับแง่คิดสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับ "ความหลากหลายของสื่อพื้นบ้าน" อันเกิดจากสื่ออย่างเดียวกันแต่แตกต่างออกมาหลายประเภท เช่นกรณีของหมอลำนานาชนิดที่กล่าวมาแล้ว หรือในกรณีของโนราซึ่งเธียรชัยและคณะได้ค้นพบเช่นเดียวกันว่า ในยุคปัจจุบันมีอยู่หลายสายพันธุ์ เช่น โนราพิธีกรรม (โนราโรงครู) โนราการแสดงเพื่อความบันเทิง โนราที่สอนกันอยู่ในสถาบันการศึกษา เช่น วิทยาลัยที่เรียกว่าโนราวค. โนราหางเครื่อง ฯลฯ

ในขณะที่สื่อพื้นบ้านประเภทเดียวกัน หากทว่าได้แตกตัวออกเป็นหลายสายพันธุ์หรือแม้แต่สื่อพื้นบ้านนานาชนิดที่มีทั้งสื่อขนาดใหญ่เช่นโนรา และสื่อตัวเล็กตัวน้อยเช่น ซีละ ซัมเป็ง รองเง็ง ลิเกป่า ลิเกฮูลู ฯลฯ ที่ได้กล่าวมาแล้ว ท่ามกลางความหลากหลายเหล่านี้ สถานภาพและชะตากรรมของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดแต่ละประเภทจึงล้วนแตกต่างกัน บางสื่อก็ฟูฟ่า เช่นหมอลำซิ่ง บางสื่อก็ซบเซาเช่นหมอลำกลอน ฯลฯ ฉะนั้น**ความสัมพันธ์ระหว่างชะตากรรม**ของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทนั้นควรจะเป็นอย่างไร มีความเกี่ยวโยงกันไหมระหว่างชะตากรรมเหล่านั้น

ในทัศนะของผู้เขียน สำหรับสื่อพื้นบ้านประเภทเดียวกันเช่นหมอลำนั้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า สื่อพื้นบ้านประเภทเดียวกันนั้นล้วนเป็นเครือญาติหรือสายตระกูลหรืออยู่บนเส้นธารสายเดียวกัน หมอลำกลอนนั้นเป็นประดุจต้นธาร ส่วนหมอลำซิ่งนั้นเป็นปลายธาร เช่นเดียวกับโนราพิธีกรรมที่เป็นต้นธาร โนราการแสดงนั้นเป็นปลายธาร ดังนั้น หากว่าชะตากรรมของต้นธารนั้นเหือดแห้ง ก็คงเป็นไปไม่ได้ที่ปลายธารจะมีความชุ่มชื้นอยู่ได้

ทัศนะเช่นนี้คล้ายคลึงกับแนวคิดของเธียรชัย (2548) ที่เปรียบเทียบความหลากหลายของวัฒนธรรมเข้ากับความหลากหลายของธรรมชาติ เช่น สวนสมรมของภาคใต้ที่ปลูกพืชหลายๆชนิดร่วมกัน โดยที่พืชพันธุ์ที่แตกต่างเหล่านั้นได้สร้างความสัมพันธ์ที่ "เอื้อเฟื้อเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน" จึงทำให้ทุกชนิดของพืชพันธุ์ดำรงอยู่ได้ ฉันใดก็ฉันนั้น ในแง่มุมของวัฒนธรรม สื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดก็ต้องร้อยประสานกันเป็น **"สวนสมรมทางวัฒนธรรม"** หรือที่เรียกว่า **"ตาข่ายทางวัฒนธรรม"** ชะตากรรมของสื่อพื้นบ้านทุกประเภท ไม่ว่าขนาดเล็กหรือใหญ่ จึงเสมือนลงเรือลำเดียวกัน ถ้าไปได้ตลอดรอดฝั่งก็รอดด้วยกันทั้งหมด ถ้าล่มสลายก็จมหายไปด้วยกันทั้งหมดเช่นกัน

3.หน้าที่ : เหลี่ยมมุมอันแพรวพราวของสื่อพื้นบ้าน

สำหรับการศึกษาเรื่อง "หน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน" นั้นจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับปัญหาเรื่อง "การดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้าน" เพราะทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ให้อรรถาธิบายไว้ว่า สิ่งหนึ่งจะยังคงมีที่ทางอยู่ได้ก็ต่อเมื่อได้ทำคุณประโยชน์หรือมีบทบาทหน้าที่ต่อส่วนอื่นๆ ดังเช่น หัวใจ ตับ ไต ไส้พุง ที่ยังคงอยู่ได้ ก็เพราะการทำหน้าที่ต่อร่างกายส่วนรวมทั้งหมด

ในแง่หน้าที่ของสื่อพื้นบ้านนี้ ผู้เขียนได้ยินคำปรารภแบบปลงตก ถือหลักอนิจจังวัฏสังขารา เมื่อเวลาได้ยินข่าวมรณกรรมสูญหายของสื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆว่า สื่อพื้นบ้านนั้นเป็นของโบราณอยู่มานานแล้ว ก็ถึงเวลาที่จะล่วงลับไป เพื่อเปิดทางให้สื่อสมัยใหม่ เช่น มือถือ อินเทอร์เน็ต เข้ามาทำหน้าที่แทน อันเป็นไปตามหลักการที่ว่า “สื่อเก่าๆก็ต้องสูญหายไป สื่อใหม่ๆก็เข้ามาทำหน้าที่**ทดแทน** “

แต่ผู้เขียนเล็งเห็นว่า สื่อใหม่ๆที่หน้าตาจุ๋มจิ๋มนั้นยังไม่สามารถจะเข้ามา**ทดแทน**บทบาทหน้าที่ของสื่อเก่าๆที่ขึ้นสนิมเช่นสื่อพื้นบ้านได้อย่างครบถ้วนทั้งหมด ทั้งนี้เพราะบทบาทของสื่อพื้นบ้านนั้นมีอยู่อย่างหลากหลายแพรวพราวมากจนยากจะเติมเต็มแทนที่ได้ หากเปรียบเทียบเป็นเพชรก็เป็นแบบหลายสิบเหลี่ยม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ เหลี่ยมมุมอันแพรวพราวของสื่อพื้นบ้านนั้นได้ถูกบังเงา/ลบเหลี่ยมจนมองเห็นเพียงแง่มุมเดียวคือหน้าที่ให้ความบันเทิง

เพื่อเป็นการยืนยันคำกล่าวข้างต้นนี้ ผู้เขียนจะขอยกตัวอย่างบทบาทหน้าที่บางอย่างของสื่อพื้นบ้านอันยากที่จะหาสื่อสมัยใหม่ประเภทไหนมาทำหน้าที่ทดแทนได้เช่น

- **สื่อพื้นบ้านนั้นปั้นแต่งคนได้** ผู้เขียนเคยลงไปติดสอยห้อยตามอ.ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์ ครูสอนโนราที่เอาจริงเอาจังในการสอนเด็กนักเรียนชายอยู่กลุ่มหนึ่ง เมื่อออบรมบ่มเพาะกันแบบ "อาศรมศึกษา" คือผูกพันใกล้ชิดระหว่างศิษย์-ครูแบบฝึกศิลปินพื้นบ้านจนได้เป็นศิษย์ก้นกุฏิ ผู้เขียนก็สังเกตว่า เด็กผู้ชายที่เติบโตมาจากการฝึกหัดโนรานั้นเป็น "คนดี มีคุณธรรมจริงอย่างครบถ้วน" เช่น ไม่เคยหัวเราะเยาะคนที่หัดรำใหม่ๆ และยังเก้ๆกังๆ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ มีจิตใจชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความกตัญญูรู้คุณครูบาอาจารย์ ฯลฯ โดยเฉพาะ*การปั้นแต่งถึงระดับจิตวิญญาณ*ที่เกินกว่าเรื่องความรู้/ความเข้าใจและทักษะการร่ายรำนั้น ผู้เขียนเห็นว่ามีแต่สื่อพื้นบ้านเท่านั้นที่สามารถทำได้

ปัจจุบัน สังคมสมัยใหม่มีกิจกรรมการขึ้นรูปก่อตัวของบุคลิกภาพต่างๆ เช่น กีฬา (ที่ฝึกให้รู้จักมีน้ำใจนักกีฬา มีวินัย ฯลฯ) หรือดนตรี (ที่ฝึกให้มีจิตใจอ่อนโยน มีความเพียร ฯลฯ) ซึ่งก็ใช้การได้อยู่ แต่ทว่า หากเรามีการใช้สื่อพื้นบ้านฝึกปรือสมาชิกหน้าใหม่ของชุมชนแล้ว มูลค่าเพิ่มที่จะได้รับก็คือ "อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน" จะติดเนื้อติดตัวเด็กมาด้วย เช่นเป็นเด็กใต้ก็ต้องรำโนราเป็น เป็นเด็กเหนือก็ต้องฟ้อนเจิงได้ เป็นต้น

- **สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อสอนให้ตั้งสติ** ในวิชาการสายนิเทศศาสตร์มีวิธีการแบ่งประเภทของการสื่อสารเอาไว้หลายๆแบบ แบบหนึ่งคือการใช้เกณฑ์เรื่อง "ระดับ" ของการสื่อสาร ซึ่งก็จะแบ่งตามขนาดของระดับตั้งแต่เล็กไปหาใหญ่ ดังนี้

(1) การสื่อสารภายในตนเอง (intrapersonal communication) ที่ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารเป็นตัวเองคนเดียว เช่น กิจกรรมการพูดคุยกับตัวเอง การคิด การทบทวน การเขียนบันทึกส่วนตัว (diary) การทำสมาธิ เป็นต้น

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication)

3. การสื่อสารภายในกลุ่ม (group communication)

4. การสื่อสารภายในองค์กร (organizational communication)

5. การสื่อสารสาธารณะ (public communication)

6. การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (mass communication)

ที่ผู้เขียนหยิบยกระดับทั้ง 6 ของการสื่อสารนี้มากล่าวถึง ก็เพื่อจะชี้ให้เห็นถึง "วิธีการบริหารจัดการชีวิตประจำวัน" ของผู้คนที่จะใช้เวลาที่มีอยู่ 24 ชั่วโมงกับการสื่อสารทั้ง 6 ระดับ ใน *ยุคก่อนหน้าสื่อมวลชน* คนไทยโบราณใช้เวลามากอยู่กับการสื่อสาร 2-3 ระดับแรก เช่น ครอบครัว เครือญาติ นานปีทีหนจึงจะมีงานเทศกาลให้ได้ออกไปสื่อสารสาธารณะกันพอหอมปากหอมคอ และสังคมไทยโบราณได้สร้างวัฒนธรรมด้านการสื่อสารให้ผู้คนใช้เวลากับการสื่อสารภายในตนเองอย่างมาก เช่น คำกล่าวประเภทที่ว่า "ทำอะไรให้รู้จักคิดหน้าคิดหลัง" โดยเฉพาะเรื่องการตั้งสติ/ฝึกสติซึ่งเป็นกรรมวิธีของพุทธศาสนาโดยเฉพาะ

แต่ในสังคมไทยยุคใหม่ การสื่อสารรูปแบบอื่นๆได้เข้ามาเบียดขับแทนที่การสื่อสารในระดับแรก ผู้คนสมัยใหม่ใช้เวลากับสื่อมวลชน การสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารภายในองค์กร เป็นส่วนใหญ่ (แม้ว่าจะเริ่มมีปรากฏการณ์ U-turn ด้วยการที่เด็กรุ่นใหม่จำนวนมากเริ่มหันมาเขียนไดอารีออนไลน์เพื่อพูดคุยกับตัวเองก็ตาม) ผลที่เกิดขึ้นจากการขาดการสื่อสารในตนเองจึงทำให้เกิดคนไทยพันธุ์ใหม่ที่มีลักษณะ "สติแตกสุดขั้วโลก" อาการดังกล่าวนั้นเป็นปฐมเหตุไปสู่ปัญหาอื่นๆในสังคมอีกมากมาย

ผู้เขียนขอเสนอแนะว่า หากต้องการจะสร้างสมดุลของการสื่อสารในชีวิตคนสมัยใหม่ให้เกิดขึ้นแล้ว ขอโฆษณาว่า "**สื่อพื้นบ้านช่วยคุณได้**" ทั้งนี้เพราะในสื่อพื้นบ้านส่วนมากสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหรือเป็นกุศโลบายในการสื่อสารกับตนเองในรูปแบบของการฝึกสติ ในระยะหลังๆ นี้เราอาจจะได้ยินคำขวัญประเภทที่ว่า "ตั้งสติก่อนสตาร์ท" และอื่นๆ แต่สำหรับผู้ที่เคยผ่านประสบการณ์การทำงานกับสติมาแล้ว คงจะรู้ว่า "สตินั้นไม่ใช่เรื่องที่นึกจะตั้ง ก็ตั้งกันได้ง่ายๆ ดั่งใจหรือตั้งปุ๊บได้ปั๊บ" ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของจิตที่จะเอามาตั้งสตินั้นวอกแวกว่องไวอยู่ไม่นิ่งยิ่งกว่าวานร เพราะฉะนั้นการจะ "ตั้งสติ" ให้ได้ก็ต้องผ่านการฝึกฝนเคี่ยวกรำแบบการยืนขาเดียวเอี้ยวตัวยื่นมือไปข้างหน้าในท่าศิวนาฏราชของการทำโยคะนั่นแล (ไม่เชื่อลองลุกขึ้นพิสูจน์เลยก็ได้)

ประสบการณ์ครั้งแรกของผู้เขียนที่ได้สัมผัสกับหน้าที่อันวิเศษสุดที่กล่าวมาข้างต้นของสื่อพื้นบ้านเกิดขึ้นเมื่อตามไปสังเกตการภาคสนามในค่ายของการฝึกรำโนราเพื่อสืบทอดเด็กและเยาวชนของท่านอาจารย์ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์ที่ได้เอ่ยนามมาแล้ว ผู้เขียนประหลาดใจว่า เด็กๆที่มาเข้าค่ายรำนั้นมีประมาณ 70 คน มีอายุตั้งแต่ 7 ขวบถึง 16-17 ปี ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ชั่วโมงการรำเริ่มตั้งแต่ 9 โมงเช้าถึง 3-4 ทุ่ม โดยมีการผลัดเปลี่ยนกันเป็นรุ่นๆ บางรุ่นออกมารำ อีกรุ่นก็นั่งสังเกตการณ์ จากโมงยามที่นานนับเป็นสิบชั่วโมงนั้น ผู้เขียนสังเกตว่าเด็กๆเรียนกันอย่างมีสมาธิ ตั้งอกตั้งใจไม่ว่าจะรำเองหรือดูคนอื่นรำ บรรยากาศค่อนข้างสงบเรียบร้อย (แน่นอนว่าโดยเปรียบเทียบกับบรรยากาศในโรงเรียนทั่วๆไป) ทั้งๆที่ผู้สอนไม่ได้ดุว่าอะไรเลย ในขณะนั้นผู้เขียนยังมีข้ออ้างว่า เด็กกลุ่มนี้เป็นเด็กต่างจังหวัดนะสิ ถ้าเป็นเด็กกรุงเทพซึ่งหยุกหยิกอยู่ตลอดเวลา โนราก็เอาไม่อยู่หรอก

แต่แล้วผู้เขียนก็พบว่า ตนเองประเมินค่าสื่อพื้นบ้านต่ำกว่าที่เป็นจริงเพราะเมื่อคณะวิจัยนำโนราอ้อมจิตรมาฝึกนักศึกษาที่เรียนวิชาศิลปะการแสดงของมหาวิทยาลัยรังสิต เมื่อเริ่มต้นฝึกรำด้วยท่าพื้นฐานต่างๆ ซึ่งต้องเริ่มด้วยการดัดแขน ยกขา แอ่นอก เชิดหน้า ฯลฯ บรรดานักศึกษาชาวกรุงที่ซนเป็นทะโมนต่างก็หัวร่อต่อกระซิกรำผสมเล่นกันไปตามแบบที่เคยเป็น บรรยากาศในห้องเรียนดูสับสนชุลมุนวุ่นวาย แต่เมื่อเวลาผ่านไปสักครึ่งชั่วโมง ผู้เขียนก็พบว่า บรรยากาศในห้องเรียนชักสงบลง เสียงเริ่มเงียบ นักเรียนแต่ละคนเริ่มสนใจการทรงตัวของตัวเอง เริ่มศึกษาตัวเองว่าทำอย่างไรจึงจะรำได้ หรือพูดง่ายๆ ว่า "กระบวนการตั้งสติได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว"

และเมื่อลงตรวจเยี่ยมโครงการในพื้นที่ต่างๆของสพส. ไม่ว่าจะเป็นโครงการ "ผ้าทอต่อจากแม่" "สวดสรภัญญะ" แทงหยวก" "ฟ้อนเจิง" ฯลฯ ผู้เขียนก็ยิ่งแน่วแน่แก่ใจว่า บรรดาสื่อพื้นบ้านเหล่านี้ได้วางรหัสแบบ DNA ในเรื่อง*การสื่อสารภายในตัวเอง*เอาไว้อย่างเด่นชัด และนี่น่าเป็นทางเลือกทางหนึ่งนอกเหนือจากกรรมวิธีทางศาสนาที่จะหล่อหลอมบุคคลให้รู้จักเรียนรู้ตัวเอง เข้าใจตัวเอง และมีสติสัมปชัญญะอย่างที่พึงจะเป็น

- **สื่อพื้นบ้านสามารถทำใน "สิ่งที่ไม่น่าจะทำได้"** ปัญหานานาชนิดในสังคมยุคใหม่นี้เป็นปัญหาพื้นฐานอันเกิดจากสัญชาตญาณบางอย่างของมนุษย์ เช่น สัญชาตญาณทางเพศที่มนุษย์ในแต่ละยุคสมัย แต่ละท้องถิ่น พยายามสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อนำมาบริหารจัดการกับสัญชาตญาณดังกล่าวให้เหมาะสม

ลักษณะทางวัฒนธรรมของสังคมใหม่ที่จะบริหารจัดการกับเรื่องเพศนั้นมีอยู่อย่างหลากหลาย เริ่มตั้งแต่วัฒนธรรมการปิดกั้น/ห้ามพูด เช่น การแบ่งแยกเกรดของภาพยนตร์ว่า Rate X เด็กๆไม่ควรดู แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีความแพร่หลายของสื่อลามกวิดิโอโป๊ ซึ่งแปลว่า เป็นการพูดเรื่องเพศกันอย่างโจ่งแจ้งเปิดเผย หรือข้อเสนอที่ว่า เรื่องเพศนั้นให้พูด/สอนกันในระดับ

ส่วนตัว เช่น ครอบครัว แต่ไม่ควรพูด/สอนใน**ที่สาธารณะ** ดังนั้น ทุกครั้งที่มีการสอนเพศศึกษาในพื้นที่สาธารณะเช่น ห้องเรียน วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จึงมักเกิดรายการล่อแหลมเป็นเรื่องขึ้นมาทุกที

ส่วนแนวทางรุ่นใหม่ล่าสุดที่มีการนำเสนอกันในสังคมไทยก็คือ "เรื่องเพศต้องพูด" (sex must say) แต่คำถามที่ต้องทวงถามต่อไปก็คือ "แต่ทว่าจะพูดกัน**ที่ไหน ใคร**พูด และพูดกัน**อย่างไร**

คำตอบต่อคำถามนี้มีอยู่แล้วถ้าเราเหลือบแลไปดูสื่อพื้นบ้านบางประเภท ตัวอย่างเช่น ค่าวซอ ในโครงการสืบทอดค่าวซอให้คนรุ่นใหม่ของสพส.นั้น แม่บัวซอน ช่างซออันดับหนึ่งของภาคเหนือได้สาธิต "วิธีการที่**ศิลปิน** (ใคร) จะพูดเรื่องเพศในที่**สาธารณะ** (ที่ไหน) ได้อย่างมี**สุนทรียะ** (อย่างไร) เพื่อนำทางลูกหลานให้เข้าใจและได้สัมผัสว่า ทุกครั้งที่พูดเรื่องเพศ ก็สามารถเป็น*เรื่องอื่นๆ*ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่อง*การกระตุ้นทางเพศ*เสมอไป

เรื่องการพูดเรื่องเพศในที่สาธารณะอย่างมีสุนทรียะนี้ สื่อพื้นบ้านคงจะสามารถท้าทายการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ ว่า ยังไม่มีใครล้มแชมป์คนเดิมลงได้

และอีกหน้าที่หนึ่งที่ยังไม่มีการสื่อสารแบบอื่นๆ มาล้มแชมป์ได้เช่นเดียวกัน ก็คือ **หน้าที่ของการสื่อสารแบบพิธีกรรม**ที่ให้ความมั่นอกมั่นใจแก่ผู้คน ดังที่ปรากฏว่า ถึงแม้สังคมสมัยใหม่จะมีสถาบันต่างๆที่ให้หลักประกันความมั่นใจแก่ผู้คน เช่น เจ็บไข้ก็มีโรงพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตก็มีตำรวจ เดือดร้อนเรื่องเงินทองก็ไปกู้ธนาคาร ฯลฯ แต่ทว่า บรรดาสถาบันสมัยใหม่เหล่านี้ก็ยังไม่สามารถเติมเต็มจิตใจของผู้คนให้สมบูรณ์ได้ ด้วยเหตุนี้เราจึงมองเห็นปรากฏการณ์ของพิธีกรรมการพับนกกระดาษเพื่อระดมพลังใจช่วยบิ๊กดีทูบีให้รอดตายโดยที่ผู้ที่เข้าร่วมพิธีกรรมนี้ก็ล้วนแล้วแต่เป็นวัยรุ่นหัวใหม่หน้าใสทั้งนั้น

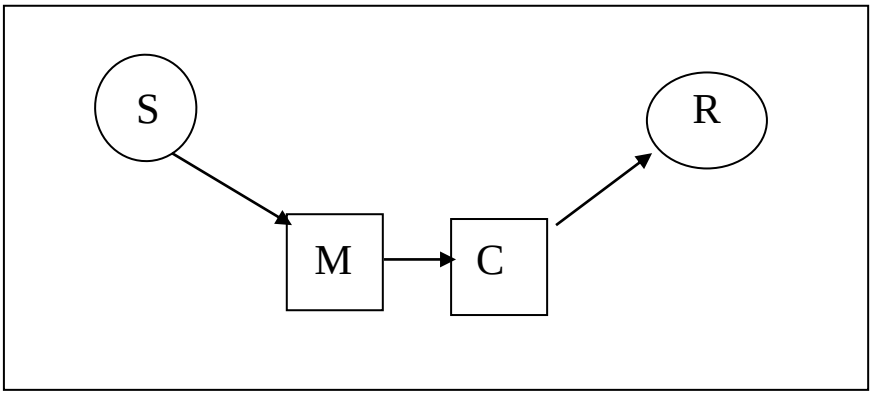
ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้มิใช่ข้อยกเว้นแต่อย่างใดเพราะเธียรชัยและคณะพบว่า การประกอบพิธีกรรมโนราโรงครูที่มีการบนบานขอให้วิญญาณตายายมาช่วยเหลือในเรื่องต่างๆเริ่มตั้งแต่การทำมาหากิน เจ็บไข้ได้ป่วย ไปจนถึงเรื่องการเกณฑ์ทหาร สอบเข้ามหาวิทยาลัย สอบเข้าทำงาน ฯลฯ ยังคงมีการทำอย่างแพร่หลายสม่ำเสมอ อันหมายความว่า บรรดาสื่อพื้นบ้านที่เป็นพิธีกรรมนั้นยังคงทำหน้าที่แบบที่ไม่มีสื่ออื่นๆเข้ามาทดแทนได้ และผู้เขียนมีทัศนะว่า ท่ามกลางยุคสมัยใหม่ที่ผู้คนต้องพบกับการเสี่ยงภัยในรูปแบบใหม่ๆ เช่น หุ้นตก ถูกปลดออกจากงาน มลภาวะ ซื้อรถซื้อบ้านแล้วถูกโกง ฯลฯ อันเป็นลักษณะของสังคมเสี่ยงภัยแบบใหม่ (Risk society) บริบทแวดล้อมเช่นนี้ จะทำให้เกิดปรากฏการณ์รื้อฟื้นพิธีกรรมขึ้นมากันอย่างกรุแตกแน่นอน

4.ชวนมาขบคิดเรื่องอนาคตของสื่อพื้นบ้าน

(4.1) **อะไรเป็นปฐมเหตุแห่งความเสื่อมสลายของสื่อพื้นบ้าน** ก่อนหน้าที่จะเริ่มเข้าไปคลุกคลีวงในกับเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนานั้น เมื่อได้ยินข่าวมรณกรรมของสื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆนั้น ในฐานะอาจารย์ด้านการสื่อสาร ซึ่งมีทฤษฎีเรื่อง "ธาตุทั้ง 4 ของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร (ศิลปิน-Sender) /เนื้อหาสาร (Message) / ช่องทาง-สื่อ (channel) และผู้รับสาร (Receiver- ผู้ชม/ผู้ดู/ผู้ฟัง)" ผู้เขียนก็มักจะคาดเดาว่า ธาตุใดที่เป็นสาเหตุหลักของการสูญสลายของสื่อพื้นบ้าน และคำตอบที่คาดเดาจากทัศนะวิสัยไกลก็คือ การที่ผู้ชมโดยเฉพาะเด็กวัยรุ่น/คนรุ่นใหม่เบื่อหน่ายส่ายหน้ากับสื่อพื้นบ้านนั้น น่าจะมาจาก 2 องค์ประกอบหลัก คือ**ตัวศิลปิน/ผู้ส่งสาร**เองนั้นมือตก ไม่รู้จักปรับตัวให้เข้ากับคนรุ่นใหม่ หรือมิฉะนั้นก็น่าจะตัว**เนื้อหาสาร**เองที่เสื่อมมนต์เสน่ห์สำหรับคนรุ่นใหม่เสียแล้ว ดังนั้นในกระบวนการส่งทอดมรดกสื่อพื้นบ้านให้กับลูกหลานจึงมีแต่ฝ่ายผู้ส่งคือปู่ย่าตายายพ่อแม่เท่านั้นที่เต็มใจจะส่ง หากแต่ฝ่ายผู้รับนั้นไม่ใยดีที่จะรับเลย

แต่ทว่า เมื่อผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าไปคลุกวงในและสังเกตปรากฏการณ์นี้อย่างกระชั้นชิด ผู้เขียนก็พบคำตอบสุดท้ายว่า ที่เคยคาดเดาเอาไว้ปรากฏว่า เป็นรายการแทงหวยผิดทั้งสิ้น เพราะสาเหตุหลักของการเสื่อมสลายของสื่อพื้นบ้านนั้นอยู่ที่**ตัวช่องทาง** และ**กระบวนการสร้างผู้รับสาร**มากกว่า

ในเรื่องของตัวช่องทางนั้น ขอให้ผู้อ่านลองดูสูตร S-M-C-R ที่ได้เกริ่นเอาไว้อีกครั้งหนึ่ง



ภาพที่ 3 : **องค์ประกอบของการสื่อสาร**

ในแผนภาพข้างบนนี้ เมื่อผู้ส่งสารได้สร้างเนื้อหาสารขึ้นมาแล้ว เช่น ผู้สร้างหนังไทยที่ได้ลงมือถ่ายทำจนเสร็จแล้ว ผู้จัดละครโทรทัศน์ที่ได้บันทึกเทปละครจนปิดกล้องแล้ว นักร้องที่ได้เข้าห้องอัดแผ่นเรียบร้อยแล้ว ฯลฯ แต่ทว่า หากขาด**ช่องทาง**ที่จะเผยแพร่ เช่น ไม่มีโรงภาพยนตร์ที่จะ

ฉาย ไม่มีสถานีโทรทัศน์ที่จะแพร่ภาพ ไม่มีแผง/ร้านขายเทปที่จะวางตลาด ฯลฯ การขาดช่องทางดังกล่าวนี้ก็คือการปิดตันทำให้การสื่อสารระหว่างผู้ส่งกับผู้รับไม่อาจเกิดขึ้นได้

ฉันใดก็ฉันนั้น ชะตากรรมของสื่อพื้นบ้านส่วนใหญ่ ก็คือ การขาด**ช่องทาง**ที่ศิลปิน/ปราชญ์พื้นบ้านจะได้ส่งสารถึงผู้รับนั่นเอง ซึ่งผู้เขียนได้พบเห็นด้วยตาตัวเองทุกครั้งว่า เมื่อใดที่มีการเปิดช่องทางให้ "ผู้ส่งสารพื้นบ้านที่เป็นเกรดชั้นดี" สร้างเนื้อหาสาร เมื่อนั้นสื่อพื้นบ้านก็ "เตะตาถูกหู โดนใจ" ผู้รับสารรุ่นใหม่ทุกครั้งไป ดังนั้น ภารกิจประการหนึ่งของบรรดางานโครงการต่างๆ ในโครงการ "สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข" จึงเป็นการตัดเส้นทางใหม่ๆ เพื่อให้สื่อพื้นบ้านได้มีโอกาสเผยโฉมหน้าออกมาสู่สายตาผู้ชม เช่น งานแทงหยวกของช่างจ.เพชรบุรีที่มีฝีมือสูงส่งระดับสุดยอดนั้นนอกจากจะใช้ในช่องทางประดับงานศพแล้ว ก็ได้แสวงหาช่องทางใหม่ๆ เช่น มาทำโคมไฟ มาประดับเวลามีงานสัมมนาในโรงแรม หรือตัวอย่างของลุงกำปั่น ข่อยนอก ขุนพลเพลงโคราชที่ได้ขยายการสอนร้องเพลงโคราชเข้าไปให้เด็กๆที่อยู่ในโรงเรียนนับเป็นร้อยๆ คน และเมื่อฝึกหัดจนได้ที่แล้ว นักร้องเพลงโคราชรุ่นเยาว์ 300 คนก็ได้มาสำแดงพลังในงานไหว้ย่าโมที่เสียงร้อง "โอ่โอ้ ย่าโม" ดังกังวานไปทั่ว (มีนาคม 2548)

(4.2) **ปริมาณและคุณภาพของผู้รับสาร** ส่วนอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นปฐมเหตุของการจางหายของสื่อพื้นบ้านก็คือ **"ปริมาณและคุณภาพของผู้รับสาร"** ผู้ดูผู้ชมของสื่อพื้นบ้านนั้นไม่เพียงแต่ลดน้อยถอยลงในแง่**ปริมาณ**เท่านั้น หากแต่ยังถอยหลังตกต่ำลงไปในแง่ของ**คุณภาพ**อย่างน่าเป็นห่วง

ผลจากการเก็บข้อมูลในสนามงานวิจัยโนรา เธียรชัยและคณะพบว่า กลุ่มผู้ชมโนราในอดีตนั้นเป็น "ผู้ชมที่มีความรู้ ดูเป็น เห็นคุณค่าเชิงสุนทรียะ แยกแยะประเมินได้" ที่เธียรชัยเรียกว่าเป็น "ผู้ชมตาคม" (Smart audience) เช่นผู้ชมโนราจะรู้เลยว่า ศิลปินทำบทครบหรือไม่ หรือสามารถวิพากษ์วิจารณ์ท่ารำของศิลปินได้แบบผู้เชี่ยวชาญโนรา คุณสมบัติดังกล่าวนี้เกิดมาจาก "การดูมามาก เห็นมาแยะ ฟังมานับครั้งไม่ถ้วน" นั่นเอง ซึ่งกระบวนการและโอกาสเช่นนี้ได้สูญหายไปในกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ (เนื่องจากผลงานสื่อสมัยใหม่นั้นมีคุณค่าเชิงสุนทรียะน้อยทำให้คุณภาพของผู้ชมสมัยใหม่มีอาการ "ตาต่ำ หูตก" ตามไปด้วย)

เนื่องจากผู้ดูผู้ชม/ผู้เสพย์สื่อพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประดุจมือซ้าย ในขณะที่ศิลปิน/ปราชญ์/ผู้ส่งสารนั้นเป็นประดุจมือขวา ฉะนั้นผู้เขียนจึงคิดว่า จำเป็นต้องมี "กระบวนการสร้างผู้ดูผู้ชมสื่อพื้นบ้าน" ขึ้นมา อันที่จริง ปัจจุบันนี้เริ่มมีกระแสการรื้อฟื้นย้อนยุคกลับไปหาภูมิปัญญาพื้นบ้าน/สื่อดั้งเดิมของชุมชนกันใหม่ บรรดาสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เช่น สถาบันราชภัฏ โรงเรียนในชุมชน ฯลฯ จึงเริ่มขานรับกระแสดังกล่าวด้วยการจัดให้มีการเรียนการสอนเป็น

หลักสูตรท้องถิ่นบ้าง ตั้งเป็นชมรมสื่อพื้นบ้านบ้าง แต่ทว่า **เป้าหมายของการสืบทอด**นั้น ส่วนใหญ่แล้วยังมุ่งหวังที่จะ **"สร้างศิลปิน"** ซึ่งตามทัศนะของผู้เขียนมีความเห็นว่า การเรียนระบำรำฟ้อนหรืองานช่างฝีมือทั้งหลายในโรงเรียนนั้น หากวาดหวังไว้ว่า จะสร้าง "ศิลปินชั้นดีหรือสุดยอด" นั้น อาจจะเป็นการงมเข็มในมหาสมุทร เพราะการเป็น "ศิลปิน/ช่างฝีมือ" นั้น ต้องฝึกฝนกันแบบเอาชีวิตเข้าแลก เอาโมงยามเข้าทุ่มเท

หากทว่าคุณูปการของการเรียนการสอนในสถาบันท้องถิ่นเหล่านี้ น่าจะมีเข็มมุ่งไปที่การสร้าง **"ปริมาณและคุณภาพของผู้ชม"** ดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้นซึ่งน่าจะเป็นการหนุนช่วยที่ตรงจุดมากกว่า แต่ก็แน่นอนว่า การจะเป็น "ผู้ชมที่ดีนั้น" ก็ต้อง "เคยเรียนรำ" มาก่อน และหาก**เป้าหมาย**ของการสืบทอดในสถาบันการศึกษาท้องถิ่นเหล่านี้มีความชัดเจนว่า "เรื่องรำ เอาแค่ให้พอรำได้ แต่เรื่องดูเรื่องฟังนี่ ต้องเอาให้ตาถึงหูถึงเลย" ผู้เขียนคิดว่า อนาคตของสื่อพื้นบ้านน่าจะเรืองรองอย่างที่วาดหวังเอาไว้

(4.3) **อหังการของศิลปิน** ในส่วนของศิลปิน/ผู้ส่งสารสื่อพื้นบ้านนั้น หากพูดถึงในแง่ศักยภาพการปรับเปลี่ยน/ปรับตัว หรือฝีไม้ลายมือแล้ว ผู้เขียนไม่ค่อยเป็นห่วงเท่าใดนัก หากทว่าสิ่งที่น่าเป็นกังวลโดยเฉพาะกลุ่มศิลปินรุ่นใหม่เช่นหมอลำ/โนราหนุ่มสาว ก็คือ **"จิตใจ/จิตวิญญาณของศิลปิน"** ซึ่งผู้เขียนมีทัศนะว่า จิตวิญญาณอย่างหนึ่งของศิลปินก็คือการมี**อหังการในการเป็นของแท้/ตัวจริงเสียงจริง** ตัวอย่างที่ผู้เขียนชอบมากก็คือ คำกล่าวของหมอลำกลอนท่านหนึ่ง ซึ่งประยุทธ และคณะวิจัยหมอลำนำมาอ้างอิงว่า ท่ามกลางการแข่งขันกันแบบเลือดเข้าตาของหมอลำประเภทต่างๆนั้น ศิลปินหมอลำกลอนท่านหนึ่งประกาศอหังการว่า ในการแสดงของท่านนั้น "หางเครื่องไม่ต้อง นักร้องไม่มี เวทีไม่ต้องใหญ่ สีแสงเสียงไฟไม่ต้องมี ดนตรีมีชิ้นเดียวคือแคน" ผู้ที่กล้าประกาศแบบนี้ได้ก็เห็นจะมีแต่เทพเจ้าแห่งกลอนลำเท่านั้นที่ไม่ก้มหัวให้กับเงินตรา ชื่อเสียงเกียรติยศหรือกระแสตื่นตูมต่างๆ อหังการแบบนี้ เราควรหาไม้มาช่วยค้ำยันแบบการใช้ไม้ค้ำโพธิพุทธศาสนา

(4.4) **สื่อพื้นบ้านต้องการมือที่สาม** สำหรับกระบวนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทั้งหมดที่กล่าวมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของช่องทาง (พื้นที่/วาระ-โอกาส) กระบวนการสร้างผู้รับสาร การค้ำยันอหังการของศิลปินพื้นบ้าน ฯลฯ นั้น จากงานวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาทั้ง 4 ชิ้นในชุดโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อชุมชน" นั้นได้ให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า ไม่ว่าจะเป็นการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านที่ตายไปแล้ว การสร้างสรรค์สื่อพื้นบ้านขึ้นมาใหม่ การสืบทอดหรือเผยแพร่ การปรับประยุกต์สื่อพื้นบ้านให้เหมาะสม ฯลฯ ในท่ามกลางกระบวนการทั้งหลายแหล่ที่กล่าวมานี้ สื่อพื้นบ้านต้องการ "มือที่สาม" เข้าไปหนุนช่วย

ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยโนราให้ข้อสรุปว่า เนื่องจากสื่อพื้นบ้านโนรานั้นมีทั้งกลุ่ม "คนวงในวัฒนธรรม" และ "กลุ่มคนวงนอกวัฒนธรรม" เช่น หน่วยงานรัฐหรือสถาบันการศึกษา เช่น สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยมหิดลนี้เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด ในขณะที่ "คนวงใน" นั้นอาจจะคลุกวงในมากเกินไปจนมองเห็นไม่ชัดเจน หรืออาจจะอ่อนพลังลงไป ดังนั้น การจัดกิจกรรมหนุนช่วยสื่อพื้นบ้าน ไม่ว่าจะเป็นเวทีเสวนาแลกเปลี่ยน การปรับเปลี่ยนนโยบาย การระดมการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ จึงต้องการ "มือที่สาม" ซึ่งเป็นคนวงนอกมาร่วมด้วยช่วยกัน

อย่างไรก็ตาม คุณูปการของบรรดามือที่สามที่จะเข้าไปเกื้อหนุนนี้จะมีได้อย่างสูงสุด ก็ต้องเป็นไปตามสูตรที่รศ.อุดม หนูทอง ได้นำเสนอเอาไว้ในงานสัมมนา "สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นภาคใต้" (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 21-22 เมษายน 2548) ว่า ผู้ที่เข้ามาหนุนช่วยสื่อพื้นบ้านนั้น จะพกมาแต่ "ความปรารถนาดี/ความตั้งใจดี" เท่านั้นยังไม่พอ หากทว่าจะต้องมี "ความเข้าใจที่ดีกำกับ" มาด้วย ซึ่งอ.อุดมได้สรุปเป็นคาถาย่อๆว่า ต้อง "ตาถึง มือถึง (ความเข้า)ใจถึง" ด้วย

และในท่ามกลางบรรดาชุดความเข้าใจทั้งหลายนั้น ความเข้าใจที่เป็นเสมือน "ยาดำ" อันจะขาดเสียมิได้เลยไม่ว่าจะเป็นการดำเนินกิจกรรมอะไรที่เกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านก็คือ ความเข้าใจเรื่อง **"สิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม"** ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรม/สื่อพื้นบ้านนั้นเป็นสมบัติร่วมของชุมชน ดังนั้นการจะไปแตะต้อง/ปรับเปลี่ยน/รื้อฟื้น/ฯลฯ ก็ต้องออกปากถามและให้เจ้าของวัฒนธรรมเขาเป็นคนตัดสินใจเอง ด้วยเหตุผลที่ว่า อันผลดี/ผลเสียทั้งมวลที่จะเกิดขึ้นนั้น เจ้าของวัฒนธรรมเขาต้องเป็นผู้รับผลอยู่ถ่ายเดียว

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์

1. เธียรชัย อิศรเดช และคณะ (2547)
ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. ประยุทธ วรรณอุดม และคณะ (2547)
ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสาระบันเทิงของหมอลำ, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
3. อริยา เศวตามร์ และคณะ (2547)
การสื่อสารความหมายการพัฒนาระหว่างชาวบ้าน: กรณีศึกษากองทุนชุมชน "เครือข่ายกองบุญข้าว", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
4. อดุลย์ ดวงดีทวีรัตน์ (2547)
แนวทางการเสริมสนร้างและพัฒนาบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

1. กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543)
สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. กาญจนา แก้วเทพ (2544)
ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา , กรุงเทพฯ : เอดิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด.
3. เธียรชัย อิศรเดช (2543)
"นัยทางสังคมของโนราโรงครูบ้านบ่อแดง", วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
4. เธียรชัย อิศรเดช (2548)
"สมรมวิถี : สังคมพื้นบ้านกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม", โครงการสื่อพื้นบ้าน สื่อสารสุข, กทม.

ภาคผนวก
ตัวอย่างโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (2547-48)

1. โครงการสันทนาการความรู้เรื่องเพศศึกษากับการสืบสานตำนานซอ
2. โครงการดนตรีปกาเกอะญอสานสัมพันธ์สุขภาวะชุมชน
3. โครงการดาบสร้างคน
4. โครงการฟื้นฟูเทศน์มหาชาติล้านนา
5. โครงการปลุกลูกหลานต่อก่อกองทัพกลองยาว
6. โครงการสืบสานประเพณี "ถวดแท่น"
7. โครงการเท่งตุ๊ก สุขที่ได้รำ
8. โครงการรักษ์ศิลปะแอโรบิกแม่ไม้มวยไทย
9. โครงการจำหลักหยวกสืบสาย จำหลักลายสืบตำนาน
10. โครงการจัดระเบียบให้ชีวี เหมือนมีดนตรีให้ชีวา ผู้สูงวัยขยับกายาไม่มีโรคาให้แผ้วพาล
11. โครงการเครือข่ายบีบใต้ได้แรงอก
12. โครงการลูกปัดโนราพัฒนาชีวิต
13. โครงการซีละสื่อสารสุขสู่ชุมชน
14.โครงการสืบสานประเพณี"การทำขวัญข้าว"บ้านโคกห้วย จ.พระนครศรีอยุธยา