เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม คำนิยม (พิมพ์ครั้งที่ 1)

ดร.กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้เกียรติและไว้วางใจให้ผมตั้งชื่อ รวมทั้งเขียนคำนำหนังสือเล่มนี้ ซึ่งเป็นการรวบรวมผลงานข้อเขียนทางวิชาการของอาจารย์ เมื่อผมได้อ่านบทความทุกเรื่องทั้งหมด (ด้วยความสนุก เพลิดเพลิน และได้ความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก) ก็ได้เห็นความหลายหลากของสาระที่อาจารย์ได้ใช้ความรู้ความคิดเรียบเรียงขึ้นอย่างประณีต ขณะเดียวกันก็ได้พบว่า ทุกบทความนำไปสู่เอกภาพของหลักวิชาสองเรื่อง คือ สื่อกับสังคม-วัฒนธรรม ผมจึงเสนออาจารย์ว่า หนังสือนี้น่าจะตั้งชื่อว่า *"สื่อส่องวัฒนธรรม"* ก็ไม่ทราบว่าจะถูกความประสงค์ ถูกใจอาจารย์ และสื่อความหมายที่ต้องการเพียงพอหรือไม่

ตามความเข้าใจของผม พอจะแบ่งงานเขียนของอาจารย์กาญจนาที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนี้ออกได้เป็น 3 กลุ่ม โดยสาระสำคัญคือ :

กลุ่มแรก เป็นการวิเคราะห์วัฒนธรรมโดยเน้นสื่อพื้นบ้านและวิเคราะห์เครื่องมือศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน อันได้แก่ศาสตร์แขนงต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพากัน ข้อเขียนส่วนแรกนี้ให้หลักวิชาและอรรถาธิบายอันมีคุณค่าสำหรับผู้ต้องการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สังคมศึกษา มานุษยวิทยา และวัฒนธรรมศึกษา

กลุ่มที่สอง เป็นการวิเคราะห์บทบาทของสื่อเพื่อการพัฒนาและปลูกสำนึกแห่งการประสานสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ รวมไปถึงอำนาจของภาษากับสื่อมวลชน และการวิเคราะห์ปรากฏการณ์บางเรื่องในสังคม ได้แก่ การเล่นหวยกับสื่อมวลชน (ซึ่งสำหรับผม อ่านแล้วได้รสชาติสนุกมาก)

กลุ่มที่สาม เป็นการวิเคราะห์สังคมสารสนเทศและ *"จับภาพ"* สังคม

วัฒนธรรมไทยเมื่อใกล้ ค.ศ.2000 มุมมองจากสื่อมวลชนส่องดูวันพรุ่งอย่างผู้มีปัญญาความรู้อนาคต

ทั้งสามกลุ่มบทความนี้ล้วนเป็นความพยายามที่จะศึกษากระแสความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในวิถีชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งชีวิตคนในสังคม-วัฒนธรรมไทย เป็นการพิจารณาปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยหลักวิชาจากหลายศาสตร์อย่างผู้รอบรู้ รอบคอบ เฉียบคม และพิถีพิถัน ประเด็นที่ยกขึ้นวิเคราะห์กอปรไปด้วยข้อสังเกตอันชาญฉลาดและมีอารมณ์ขัน มีวาทศิลป์คลุกเคล้าอยู่ด้วย ทำให้งานของอาจารย์น่าอ่านและไม่เคร่งเครียดเกินไป ทั้ง ๆ ที่โดยสาระออกจะเป็นเรื่องหนักไม่น้อยเลยสำหรับรสนิยมและวุฒิภาวะในการอ่านของคนไทยร่วมสมัย

ผมพอจะอนุมานได้ว่า บทวิเคราะห์ของอาจารย์กาญจนาทุกเรื่องกว่าจะเขียนออกมาได้งดงามเช่นนี้ น่าจะผ่านการอ่านมามาก และผ่านการตรวจสอบติดตามรู้เห็นเรื่องราวทั้งหลายอย่างผู้ใช้ปัญญา *"ส่อง"* ปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักและทฤษฎีที่ผู้รู้ระดับนำของโลกหลายท่านได้ค้นพบและตั้งประเด็นไว้ ขณะเดียวกันก็มีมุมมองที่เป็นหลักเป็นเกณฑ์ของอาจารย์เองที่คมคายน่ารับฟัง งานคิดงานเขียนเช่นนี้แหละที่ผมรู้สึกตลอดมาว่า ยังขาดแคลนอยู่ในประชาคมวิชาการของไทยเรา พูดง่าย ๆ สำหรับนักศึกษารวมทั้งครูบาอาจารย์ ตลอดจนผู้ใฝ่ใจงานคุณภาพในหลายสาขาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม สังคมศึกษา มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ และการศึกษา อาจารย์กาญจนาทั้ง *"จุดประกาย"* และ *"ส่องประทีป"* ให้ผู้ตั้งใจศึกษาได้ *"เรียนลัด"* อย่างมีประสิทธิภาพ บนเส้นทางการแสวงหาความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ

โลกทุกวันนี้และในอนาคตเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และสับสนซับซ้อนไม่ง่ายเลยสำหรับบุคคลที่จะสามารถทำความเข้าใจได้ลึกซึ้งถ่องแท้ ทั้งนี้เพราะต้องอาศัยความสามารถอย่างสูงที่จะวิเคราะห์เชื่อมโยงเหตุ-ปัจจัยต่าง ๆ

เชื่อมโยงความรู้หลาย ๆ สาขา มาอธิบายปัญหาหรือปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของเราทุกคน ซ้ำร้ายไปกว่านั้น การที่จะเรียนรู้ทำความเข้าใจสรรพสิ่งด้วยความเร็วสูงมีอันตราย มีข้อเสี่ยงเนื่องจากถ้าไม่ระวัง การเรียนรู้จะเป็นไปอย่างขาดความสนใจต่อเนื่องและขาดความลึกซึ้ง เพราะความเร็วเป็นอุปสรรคที่ทำให้เราไม่สามารถวิเคราะห์ ตีความ วิพากษ์วิจารณ์ และสังเคราะห์ข้อเท็จจริง เหตุผลต่าง ๆ ได้อย่างถี่ถ้วนและถูกต้องนัก แต่งานของอาจารย์กาญจนาเป็นงานที่เชื่อถือได้ว่าเป็นงานที่ผ่านกระบวนการพิจารณาที่รอบรู้ รอบคอบ และแหลมคม ผมจึงขอเปรียบว่า สามารถใช้เป็น *"เครื่องชูชีพ"* และ *"เครื่องปรับแปลง"* ให้แก่ผู้ใฝ่ใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับชีวิต และความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางสังคมรอบตัวเราที่เรียกได้โดยรวมว่า *"วัฒนธรรม"* ในยุคข้อมูลข่าวสารได้อย่างน่าชื่นชม

ผมคงไม่มีความจำเป็นและไม่มีความสามารถที่จะสาธยายคำนำให้ยืดยาวไปกว่านี้ เพราะเสี่ยงต่อการทำให้ผู้อ่านเบื่อหน่าย ขอให้ข้อเขียนทุก ๆ เรื่องของอาจารย์กาญจนาแสดงคุณค่าแท้ของตัวมันเองว่า เป็นสื่อส่องวัฒนธรรม *"ที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์"* มากเพียงไร โดยเฉพาะในห้วงเวลาอันเป็นรอยต่อแห่งศตวรรษอย่างทุกวันนี้

ผมขอขอบคุณ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ที่ให้เกียรติและไว้วางใจมูลนิธิภูมิปัญญา ให้จัดพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางความคิดอันงดงามเหล่านี้ของอาจารย์ และเชื่อมั่นว่าจะได้รับการต้อนรับจากผู้สนใจความรู้ความคิดใหม่ๆ ดีๆ อย่างกว้างขวางสืบไป

ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง

กรกฎาคม 2539 มูลนิธิภูมิปัญญา

คำนำของผู้เขียน (พิมพ์ครั้งแรก)

ทุกวันนี้ เรากำลังมีชีวิตอยู่ในยุคสมัยที่กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมมีลักษณะแปลกพิเศษกว่าทุกอารยธรรมที่เคยผ่าน กล่าวคือ การสร้างสรรค์วัฒนธรรมนี้มีการดำเนินการอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ดังที่นักวิชาการด้านวัฒนธรรมวิทยาขนานนามว่า *"อุตสาหกรรมวัฒนธรรม"* (Culture Industry)

เมื่อเทียบกับอดีต ในแง่ปริมาณของวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น มีจำนวนมากมายมหาศาลจนแทบไม่น่าเชื่อ เมื่อไม่กี่สิบปีมานี้เอง โอกาสที่คนไทยชนบทจะได้ชมมหรสพ เช่น หนัง ละคร เพลง ยังมีอยู่อย่างจำกัด แต่ปัจจุบัน คนไทยทั่วทุกหัวระแหงต่างได้ชมละครโทรทัศน์กันทุกค่ำคืน คืนละหลาย ๆ เรื่อง ส่วนเรื่องของปริมาณเพลงที่จะได้ฟังตั้งแต่ย่ำรุ่งไปจนถึงดึกดื่นนั้น ก็แทบจะไม่ต้องพูดถึง

ในแง่ของคุณภาพนั้น แม้อาจจะข้องใจกันอยู่ว่า อุตสาหกรรมข่าวสารและความบันเทิงจะสามารถสร้างสรรค์ผลงานวัฒนธรรมปัจจุบันให้คงมีคุณภาพเท่าเทียมกับเมื่อครั้งอดีตหรือไม่ แต่ทว่าส่วนที่ทำใจยอมรับกันได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยียุคสมัยใหม่ได้ช่วยให้จินตนาการต่าง ๆ แสดงตัวออกมาได้ราวกับเป็นจริง เช่น ตัวไดโนเสาร์ในเรื่อง *"จูราสสิคพาร์ค"* เป็นตัวอย่าง

สถาบันที่เป็นหัวใจของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบันนั้น คือ สถาบันสื่อมวลชน สถาบันนี้เป็นน้องใหม่คนล่าสุดของสังคม ที่มีอายุเพียงสองร้อยกว่าปี แต่ก็นับว่าเป็น *"คลื่นลูกใหม่ที่มาแรง"* สถาบันนี้ได้เปิดเผยตัวตนอย่างชัดเจนว่า เป็นลูกผสมระหว่างสถาบันธุรกิจกับสถาบันด้านการตกแต่งอุดมการณ์ จิตสำนึก และจิตวิญญาณโดยเฉพาะ

ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้ผลงานวัฒนธรรมที่กลั่นกรองออกมาจากสถาบันนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเงินๆทองๆอย่างแยกกันไม่ออก พร้อมกับมีประจักษ์พยานเห็นชัดเป็นครั้งคราวว่า ผลงานของสถาบันนี้สามารถมีอิทธิพลถึงขั้นทะลุทะลวงจิตใจของผู้คนจำนวนมากได้พร้อม ๆ กัน เช่น การรอคอยตอนจบของละครโทรทัศน์เรื่อง *"คู่กรรม"* ของคนไทยครึ่งประเทศ หรือการดูฟุตบอลโลกพร้อมกันของคนเกือบทั่วค่อนโลก

วาทกรรมที่เกี่ยวกับสถาบันสื่อมวลชนที่มักจะได้ยินกันอยู่ในชีวิตประจำวันมีอยู่ 2-3 ชุด ชุดแรกมักจะมองสื่อมวลชนในฐานะแพะรับบาปที่ต้องรับผิดชอบในฐานะเป็นตัวการก่อให้เกิดลัทธิบริโภคนิยมบ้าง ทำให้ศีลธรรมเสื่อมโทรมบ้าง หรือก่อให้เกิดความแตกแยกในพรรครัฐบาลบ้าง ส่วนอีกชุดหนึ่งที่มักจะติดอันดับพอ ๆ กัน คือ ชุด *"ฝากความหวัง"* โดยสื่อมักจะต้องรับฝากผีฝากไข้ รับฝากอนาคตของสังคมเอาไว้เกือบจะทุกเรื่อง นับตั้งแต่เรื่องการเกิด แก่ เจ็บ ไปจนกระทั่งถึงเรื่องการตาย

สำหรับในมุมมองของผู้เขียนที่มองไปจากมุมของคนที่สอนหนังสือเรื่องสื่อมวลชน ผู้เขียนอยากจะเสนอวาทกรรมใหม่อีกสักชุดหนึ่ง โดยที่ผู้เขียนแน่ใจว่า พวกเราทั้งหลายต่าง *"รู้จัก"* สื่อกันเป็นอย่างดี แต่ที่จะ *"รู้ซึ้งหรือรู้ทัน"* เรื่องสื่อหรือไม่นั้น ยังสงสัยอยู่ เช่นเดียวกับที่แน่ใจได้ว่า พวกเราต่าง *"เข้าถึง"* สื่อกันคนละมาก ๆ แต่จะ *"เข้าใจ"* สื่ออย่างถ่องแท้หรือเปล่านั้นก็ยังคาใจ

ผู้เขียนอยู่เช่นกัน

ด้วยความไม่แน่ใจดังกล่าว เป้าหมายประการหนึ่งและประการเดียวของผู้เขียนก็คือ ใคร่จะขอเสนอวาทกรรมชุดหนึ่งที่อาจจะมีส่วนช่วยให้ผู้ที่สนใจเรื่องสื่อมวลชนได้ "รู้จักสื่อ" ให้ดีขึ้น และ *"เข้าใจ"* สื่อให้มากขึ้นกว่าเดิม

เนื่องจากข้อเขียนทั้งหมดนี้ เขียนขึ้นต่างกรรม ต่างวาระ และต่างเป้าประสงค์ จึงมีความแตกต่างหลากหลายกัน แต่จุดร่วมทั้งหมดก็คงผูกรวมที่มุมมองที่เชื่อว่า สื่อมวลชนเป็นส่วนเสี้ยวสำคัญในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน ผู้เขียนขอขอบคุณมูลนิธิภูมิปัญญา ที่ได้กรุณารวบรวมและจัดพิมพ์ข้อเขียนที่กระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ มาอยู่เป็นหนังสือเล่มเดียวกันเพื่อความสะดวกแก่ผู้สนใจในเรื่องนี้

ดร.กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5 พฤษภาคม 2539

คำนำของผู้เขียน (พิมพ์ครั้งที่ 2)

ในการพิมพ์หนังสือเล่านี้เป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2539 นั้น ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง แห่งมูลนิธิภูมิปัญญา ได้กรุณาตั้งชื่อหนังสือเล่มนี้อย่างไพเราะเหมาะเจาะ และลงตัวว่า *"สื่อส่องวัฒนธรรม"* ซึ่งบ่งบอกนัยยะทางทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมเอาไว้ว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่เป็นประดุจ *"กระจก"* ที่ส่องสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของสังคม ที่รู้จักกันในนามพากย์ภาษาอังกฤษว่า *"Reflection Theory"*

มา ณ บัดนี้ องค์ความรู้เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมได้ก้าวไปข้างหน้าอีกหนึ่งช่วงตัว มีข้อเสนอทางทฤษฎีใหม่ว่า สื่อนั้นมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียง *"กระจก"* สะท้อนภาพในสังคมวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่สื่อยังสามารถเป็นถึง *"ตะเกียง"* ที่เลือก "ประกอบสร้าง" (construct) ภาพต่าง ๆ ของสังคมขึ้นมา ผู้เขียนจึงได้แต่งเติมชื่อของหนังสือเสียใหม่โดยอาศัยฐานรอยเก่าเป็นหลักยึด ด้วยเหตุนี้ หนังสือเล่มนี้จึงมีนามใหม่ว่า *"เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม"* และเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อใหม่ ผู้เขียนได้เพิ่มเติมบทความใหม่ ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับงานประกอบสร้างวัฒนธรรมของสื่อเข้ามา

ในส่วนที่เกี่ยวกับตัวเนื้อหานั้น มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความนึกคิดของผู้คนในสังคมที่มีต่อเรื่อง *"สื่อ"* กับ *"วัฒนธรรม"* ว่า หากเป็นกรณีของ *"สื่อพื้นบ้าน"* แล้ว ผู้คนมักจะรับรู้และยอมรับได้โดยง่ายว่า สื่อประเภทนี้เป็นวัฒนธรรมของสังคม แต่หากเป็นกรณีของ *"สื่อมวลชน"* แล้ว ผู้คนมักทำใจยอมรับได้โดยยากว่า สื่อประเภทนี้ก็เป็นวัฒนธรรมกับเขาด้วยเหมือนกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนนั้นเคลือบผิวและเจือปนด้วยธุรกิจมากเกินไป แต่ถึงอย่างไรก็ตาม

จุดยืนของหนังสือเล่มนี้ก็ยังคงถือว่าสื่อทั้งสองประเภทล้วนเป็นการสื่อสารของสังคมเหมือนกัน และมีความแนบแน่นกับวัฒนธรรมของสังคมไม่น้อยหน้ากัน

ในส่วนที่เกี่ยวกับคนอ่านหนังสือเล่มนี้นั้น ในฐานะที่ผู้เขียนเป็นครูสอนวิชาด้านสื่อสารมวลชน ดังนั้น ความตั้งใจเบื้องแรกจึงมุ่งที่จะเขียนหนังสือเล่มนี้ถึงบรรดาผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เมื่อหนังสือเล่มนี้เผยแพร่ออกไป ผู้เขียนได้พบว่า คนอ่านหนังสือเล่มนี้มาจากหลายวงการ ทั้งผู้ที่สนใจด้านวัฒนธรรม ผู้ที่เล่นด้านสื่อพื้นบ้าน นักเรียนด้านไทยศึกษา ฯลฯ ยังความปิติมาให้แก่ผู้เขียนเป็นอย่างยิ่งที่ได้เกิดปรากฏการณ์ความหลากหลายทางกลุ่มผู้อ่านขึ้นมา

ทั้งจากเนื้อหาและผู้อ่าน ผู้เขียนจึงคาดหวังว่า หนังสือเล่มนี้จะสามารถเป็น *"สะพาน"* เชื่อมประสานระหว่างเนื้อหาเรื่องของสื่อหลาย ๆ ประเภท รวมทั้งเชื่อมต่อความคิดระหว่างกลุ่มผู้อ่านที่มีภูมิหลังทางวิชาการที่แตกต่างกัน พิจารณาในแง่นี้แล้ว หนังสือเล่มนี้ก็จะเป็นเสมือน *"สื่อ"* ในความหมายอันแท้จริง

ในการจัดพิมพ์ครั้งที่สองนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณคุณสุกิจ ไววัฒนากร ที่ช่วยเป็นธุระดูแลการดำเนินการทั้งหมดจนหนังสือสำเร็จเป็นรูปเล่มออกมา

กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรกฎาคม 2545

เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม

สารบัญ

		หน้า
ตอนที่ 1:	**ภาพรวมสังคมไทย-วัฒนธรรมและการสื่อสาร**	10
	1. ความหมายและนัยสำคัญของสังคมสารสนเทศ	11
	2. การจับภาพวัฒนธรรมไทยเมื่อใกล้ปีค.ศ.2000	44
	3. สื่อและสารกับวัฒนธรรมในสังคม	92
ตอนที่ 2:	**แนวทางการวิเคราะห์**	135
	4. สื่อมวลชนกับสื่อประเพณี : คู่รักหรือคู่แค้น	136
	5. สหวิทยาการกับการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน	161
	6 การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้าน: ทัศนะเบื้องต้น	190
	7. การวิเคราะห์ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารของท้องถิ่น	226
	8. สื่อเพื่อการพัฒนา: เพื่อปลุกสำนึกความสัมพันธ์ของมนุษย์	264
ตอนที่ 3:	**ตัวอย่างประเด็น**	291
	9. มิติด้าน "อุดมการณ์" ในละครโทรทัศน์ไทย	292
	10. การเล่นหวยกับสื่อมวลชน: บทบาทที่ทฤษฎีอาจจะลืมกล่าวถึง	310
	11. ภาษากับสื่อมวลชน	331
	12. "คติชน" บนถนน "โฆษณา"	350

เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม

กาญจนา แก้วเทพ

(พิมพ์ครั้งที่ 2-2545)

คำนิยม (พิมพ์ครั้งที่ 1)

ดร.กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้เกียรติและไว้วางใจให้ผมตั้งชื่อ รวมทั้งเขียนคำนำหนังสือเล่มนี้ ซึ่งเป็นการรวบรวมผลงานข้อเขียนทางวิชาการของอาจารย์ เมื่อผมได้อ่านบทความทุกเรื่องทั้งหมด (ด้วยความสนุก เพลิดเพลิน และได้ความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก) ก็ได้เห็นความหลายหลากของสาระที่อาจารย์ได้ใช้ความรู้ความคิดเรียบเรียงขึ้นอย่างประณีต ขณะเดียวกันก็ได้พบว่า ทุกบทความนำไปสู่เอกภาพของหลักวิชาสองเรื่อง คือ สื่อกับสังคม-วัฒนธรรม ผมจึงเสนออาจารย์ว่า หนังสือนี้น่าจะตั้งชื่อว่า *"สื่อส่องวัฒนธรรม"* ก็ไม่ทราบว่าจะถูกความประสงค์ ถูกใจอาจารย์ และสื่อความหมายที่ต้องการเพียงพอหรือไม่

ตามความเข้าใจของผม พอจะแบ่งงานเขียนของอาจารย์กาญจนาที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนี้ออกได้เป็น 3 กลุ่ม โดยสาระสำคัญคือ :

กลุ่มแรก เป็นการวิเคราะห์วัฒนธรรมโดยเน้นสื่อพื้นบ้านและวิเคราะห์เครื่องมือศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน อันได้แก่ศาสตร์แขนงต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพากัน ข้อเขียนส่วนแรกนี้ให้หลักวิชาและอรรถาธิบายอันมีคุณค่าสำหรับผู้ต้องการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สังคมศึกษา มานุษยวิทยา และวัฒนธรรมศึกษา

กลุ่มที่สอง เป็นการวิเคราะห์บทบาทของสื่อเพื่อการพัฒนาและปลูกสำนึกแห่งการประสานสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ รวมไปถึงอำนาจของภาษากับสื่อมวลชน และการวิเคราะห์ปรากฏการณ์บางเรื่องในสังคม ได้แก่ การเล่นหวยกับสื่อมวลชน

(ซึ่งสำหรับผม อ่านแล้วได้รสชาติสนุกมาก)

กลุ่มที่สาม เป็นการวิเคราะห์สังคมสารสนเทศและ *"จับภาพ"* สังคมวัฒนธรรมไทยเมื่อใกล้ ค.ศ.2000 มุมมองจากสื่อมวลชนส่องดูวันพรุ่งอย่างผู้มีปัญญาความรู้อนาคต

ทั้งสามกลุ่มบทความนี้ล้วนเป็นความพยายามที่จะศึกษากระแสความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในวิถีชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งชีวิตคนในสังคม-วัฒนธรรมไทย เป็นการพิจารณาปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยหลักวิชาจากหลายศาสตร์อย่างผู้รอบรู้ รอบคอบ เฉียบคม และพิถีพิถันประเด็นที่ยกขึ้นวิเคราะห์กอปรไปด้วยข้อสังเกตอันชาญฉลาดและมีอารมณ์ขัน มีวาทศิลป์คลุกเคล้าอยู่ด้วย ทำให้งานของอาจารย์น่าอ่านและไม่เคร่งเครียดเกินไป ทั้ง ๆ ที่โดยสาระออกจะเป็นเรื่องหนักไม่น้อยเลยสำหรับรสนิยมและวุฒิภาวะในการอ่านของคนไทยร่วมสมัย

ผมพอจะอนุมานได้ว่า บทวิเคราะห์ของอาจารย์กาญจนาทุกเรื่องกว่าจะเขียนออกมาได้งดงามเช่นนี้ น่าจะผ่านการอ่านมามาก และผ่านการตรวจสอบติดตามรู้เห็นเรื่องราวทั้งหลายอย่างผู้ใช้ปัญญา *"ส่อง"* ปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักและทฤษฎีที่ผู้รู้ระดับนำของโลกหลายท่านได้ค้นพบและตั้งประเด็นไว้ ขณะเดียวกันก็มีมุมมองที่เป็นหลักเป็นเกณฑ์ของอาจารย์เองที่คมคายน่ารับฟัง งานคิดงานเขียนเช่นนี้แหละที่ผมรู้สึกตลอดมาว่า ยังขาดแคลนอยู่ในประชาคมวิชาการของไทยเรา พูดง่าย ๆ สำหรับนักศึกษารวมทั้งครูบาอาจารย์ ตลอดจนผู้ใฝ่ใจงานคุณภาพในหลายสาขาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม สังคมศึกษา มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ และการศึกษา อาจารย์กาญจนาทั้ง *"จุดประกาย"* และ *"ส่องประทีป"* ให้ผู้ตั้งใจศึกษาได้ *"เรียนลัด"* อย่างมีประสิทธิภาพ บนเส้นทางการแสวงหาความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ

โลกทุกวันนี้และในอนาคตเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และสับสนซับซ้อนไม่ง่ายเลยสำหรับบุคคลที่จะสามารถทำความเข้าใจได้ลึกซึ้งถ่องแท้ ทั้งนี้เพราะต้องอาศัย

ความสามารถอย่างสูงที่จะวิเคราะห์เชื่อมโยงเหตุ-ปัจจัยต่าง ๆ เชื่อมโยงความรู้หลาย ๆ สาขา มาอธิบายปัญหาหรือปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของเราทุกคน ซ้ำร้ายไปกว่านั้น การที่จะเรียนรู้ทำความเข้าใจสรรพสิ่งด้วยความเร็วสูงมีอันตราย มีข้อเสี่ยงเนื่องจากถ้าไม่ระวัง การเรียนรู้จะเป็นไปอย่างขาดความสนใจต่อเนื่องและขาดความลึกซึ้ง เพราะความเร็วเป็นอุปสรรคที่ทำให้เราไม่สามารถวิเคราะห์ ตีความ วิพากษ์วิจารณ์ และสังเคราะห์ข้อเท็จจริง เหตุผลต่าง ๆ ได้อย่างถี่ถ้วนและถูกต้องนัก แต่งานของอาจารย์กาญจนาเป็นงานที่เชื่อถือได้ว่าเป็นงานที่ผ่านกระบวนการพิจารณาที่รอบรู้ รอบคอบ และแหลมคม ผมจึงขอเปรียบว่า สามารถใช้เป็น *"เครื่องชูชีพ"* และ *"เครื่องปรับแปลง"* ให้แก่ผู้ใฝ่ใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับชีวิต และความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางสังคมรอบตัวเราที่เรียกได้โดยรวมว่า *"วัฒนธรรม"* ในยุคข้อมูลข่าวสารได้อย่างน่าชื่นชม

ผมคงไม่มีความจำเป็นและไม่มีความสามารถที่จะสาธยายคำนำให้ยืดยาวไปกว่านี้ เพราะเสี่ยงต่อการทำให้ผู้อ่านเบื่อหน่าย ขอให้ข้อเขียนทุก ๆ เรื่องของอาจารย์กาญจนาแสดงคุณค่าแท้ของตัวมันเองว่า เป็นสื่อส่องวัฒนธรรม *"ที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์"* มากเพียงไร โดยเฉพาะในห้วงเวลาอันเป็นรอยต่อแห่งศตวรรษอย่างทุกวันนี้

ผมขอขอบคุณ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ที่ให้เกียรติและไว้วางใจมูลนิธิ ภูมิปัญญา ให้จัดพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางความคิดอันงดงามเหล่านี้ของอาจารย์ และเชื่อมั่นว่าจะได้รับการต้อนรับจากผู้สนใจความรู้ความคิดใหม่ๆดีๆ อย่างกว้างขวางสืบไป

ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง
กรกฎาคม 2539 มูลนิธิภูมิปัญญา

คำนำของผู้เขียน (พิมพ์ครั้งแรก)

ทุกวันนี้ เรากำลังมีชีวิตอยู่ในยุคสมัยที่กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมมีลักษณะแปลกพิเศษกว่าทุกอารยธรรมที่เคยผ่าน กล่าวคือ การสร้างสรรค์วัฒนธรรมนี้มีการดำเนินการอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ดังที่นักวิชาการด้านวัฒนธรรมวิทยาขนานนามว่า *"อุตสาหกรรมวัฒนธรรม"* (Culture Industry)

เมื่อเทียบกับอดีต ในแง่ปริมาณของวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น มีจำนวนมากมายมหาศาลจนแทบไม่น่าเชื่อ เมื่อไม่กี่สิบปีมานี้เอง โอกาสที่คนไทยชนบทจะได้ชมมหรสพ เช่น หนัง ละคร เพลง ยังมีอยู่อย่างจำกัด แต่ปัจจุบัน คนไทยทั่วทุกหัวระแหงต่างได้ชมละครโทรทัศน์กันทุกค่ำคืน คืนละหลาย ๆ เรื่อง ส่วนเรื่องของปริมาณเพลงที่จะได้ฟังตั้งแต่ย่ำรุ่งไปจนถึงดึกดื่นนั้น ก็แทบจะไม่ต้องพูดถึง

ในแง่ของคุณภาพนั้น แม้อาจจะข้องใจกันอยู่ว่า อุตสาหกรรมข่าวสารและความบันเทิงจะสามารถสร้างสรรค์ผลงานวัฒนธรรมปัจจุบันให้คงมีคุณภาพเท่าเทียมกับเมื่อครั้งอดีตหรือไม่ แต่ทว่าส่วนที่ทำใจยอมรับกันได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยียุคสมัยใหม่ได้ช่วยให้จินตนาการต่าง ๆ แสดงตัวออกมาได้ราวกับเป็นจริง เช่น ตัวไดโนเสาร์ในเรื่อง *"จูราสสิคพาร์ค"* เป็นตัวอย่าง

สถาบันที่เป็นหัวใจของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบันนั้น คือ สถาบันสื่อมวลชน สถาบันนี้เป็นน้องใหม่คนล่าสุดของสังคม ที่มีอายุเพียงสองร้อยกว่าปี แต่ก็นับว่าเป็น *"คลื่นลูกใหม่ที่มาแรง"* สถาบันนี้ได้เปิดเผยตัวตน

อย่างชัดเจนว่า เป็นลูกผสมระหว่างสถาบันธุรกิจกับสถาบันด้านการตกแต่งอุดมการณ์ จิตสำนึก และจิตวิญญาณโดยเฉพาะ

ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้ผลงานวัฒนธรรมที่กลั่นกรองออกมาจากสถาบันนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเงินๆทองๆอย่างแยกกันไม่ออก พร้อมกับมีประจักษ์พยานเห็นชัดเป็นครั้งคราวว่า ผลงานของสถาบันนี้สามารถมีอิทธิพลถึงขั้นทะลุทะลวงจิตใจของผู้คนจำนวนมากได้พร้อม ๆ กัน เช่น การรอคอยตอนจบของละครโทรทัศน์เรื่อง *"คู่กรรม"* ของคนไทยครึ่งประเทศ หรือการดูฟุตบอลโลกพร้อมกันของคนเกือบทั่วค่อนโลก

วาทกรรมที่เกี่ยวกับสถาบันสื่อมวลชนที่มักจะได้ยินกันอยู่ในชีวิตประจำวันมีอยู่ 2-3 ชุด ชุดแรกมักจะมองสื่อมวลชนในฐานะแพะรับบาปที่ต้องรับผิดชอบในฐานะเป็นตัวการก่อให้เกิดลัทธิบริโภคนิยมบ้าง ทำให้ศีลธรรมเสื่อมโทรมบ้าง หรือก่อให้เกิดความแตกแยกในพรรครัฐบาลบ้าง ส่วนอีกชุดหนึ่งที่มักจะติดอันดับพอ ๆ กัน คือ ชุด *"ฝากความหวัง"* โดยสื่อมักจะต้องรับฝากผีฝากไข้ รับฝากอนาคตของสังคมเอาไว้เกือบจะทุกเรื่อง นับตั้งแต่เรื่องการเกิด แก่ เจ็บ ไปจนกระทั่งถึงเรื่องการตาย

สำหรับในมุมมองของผู้เขียนที่มองไปจากมุมของคนที่สอนหนังสือเรื่องสื่อมวลชน ผู้เขียนอยากจะเสนอวาทกรรมใหม่อีกสักชุดหนึ่ง โดยที่ผู้เขียนแน่ใจว่า พวกเราทั้งหลายต่าง *"รู้จัก"* สื่อกันเป็นอย่างดี แต่ที่จะ *"รู้ซึ้งหรือรู้ทัน"* เรื่องสื่อหรือไม่นั้น ยังสงสัยอยู่ เช่นเดียวกับที่แน่ใจได้ว่า พวกเราต่าง *"เข้าถึง"* สื่อกันคนละมาก ๆ แต่จะ *"เข้าใจ"* สื่ออย่างถ่องแท้หรือเปล่านั้นก็ยังคาใจผู้เขียนอยู่เช่นกัน

ด้วยความไม่แน่ใจดังกล่าว เป้าหมายประการหนึ่งและประการเดียวของผู้เขียนก็คือ ใคร่จะขอเสนอวาทกรรมชุดหนึ่งที่อาจจะมีส่วนช่วยให้ผู้ที่

สนใจเรื่องสื่อมวลชนได้ "รู้จักสื่อ" ให้ดีขึ้น และ *"เข้าใจ"* สื่อให้มากขึ้นกว่าเดิม

เนื่องจากข้อเขียนทั้งหมดนี้ เขียนขึ้นต่างกรรม ต่างวาระ และต่างเป้าประสงค์ จึงมีความแตกต่างหลากหลายกัน แต่จุดร่วมทั้งหมดก็คงผูกรวมที่มุมมองที่เชื่อว่า สื่อมวลชนเป็นส่วนเสี้ยวสำคัญในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน ผู้เขียนขอขอบคุณมูลนิธิภูมิปัญญา ที่ได้กรุณารวบรวมและจัดพิมพ์ข้อเขียนที่กระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ มาอยู่เป็นหนังสือเล่มเดียวกัน เพื่อความสะดวกแก่ผู้สนใจในเรื่องนี้

ดร.กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5 พฤษภาคม 2539

คำนำของผู้เขียน (พิมพ์ครั้งที่ 2)

ในการพิมพ์หนังสือเล่านี้เป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2539 นั้น ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง แห่งมูลนิธิภูมิปัญญา ได้กรุณาตั้งชื่อหนังสือเล่มนี้อย่างไพเราะเหมาะเจาะ และลงตัวว่า *"สื่อส่องวัฒนธรรม"* ซึ่งบ่งบอกนัยยะทางทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมเอาไว้ว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่เป็นประดุจ *"กระจก"* ที่ส่องสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของสังคม ที่รู้จักกันในนามพากย์ภาษาอังกฤษว่า *"Reflection Theory"*

มา ณ บัดนี้ องค์ความรู้เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมได้ก้าวไปข้างหน้าอีกหนึ่งช่วงตัว มีข้อเสนอทางทฤษฎีใหม่ว่า สื่อนั้นมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียง *"กระจก"* สะท้อนภาพในสังคมวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่สื่อยังสามารถเป็นถึง *"ตะเกียง"* ที่เลือก "ประกอบสร้าง" (construct) ภาพต่าง ๆ ของสังคมขึ้นมา ผู้เขียนจึงได้แต่งเติมชื่อของหนังสือเสียใหม่โดยอาศัยฐานรอยเก่าเป็นหลักยึด ด้วยเหตุนี้ หนังสือเล่มนี้จึงมีนามใหม่ว่า *"เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม"* และเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อใหม่ ผู้เขียนได้เพิ่มเติมบทความใหม่ ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับงานประกอบสร้างวัฒนธรรมของสื่อเข้ามา

ในส่วนที่เกี่ยวกับตัวเนื้อหานั้น มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความนึกคิดของผู้คนในสังคมที่มีต่อเรื่อง *"สื่อ"* กับ *"วัฒนธรรม"* ว่า หากเป็นกรณีของ *"สื่อพื้นบ้าน"* แล้ว ผู้คนมักจะรับรู้และยอมรับได้โดยง่ายว่า สื่อประเภทนี้เป็นวัฒนธรรมของสังคม แต่หากเป็นกรณีของ *"สื่อมวลชน"* แล้ว ผู้คนมักทำใจยอมรับได้โดยยากว่า สื่อประเภทนี้ก็เป็นวัฒนธรรมกับเขาด้วยเหมือนกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนนั้นเคลือบผิวและเจือปนด้วยธุรกิจมากเกินไป แต่ถึงอย่างไรก็ตาม

จุดยืนของหนังสือเล่มนี้ก็ยังคงถือว่าสื่อทั้งสองประเภทล้วนเป็นการสื่อสารของสังคมเหมือนกัน และมีความแนบแน่นกับวัฒนธรรมของสังคมไม่น้อยหน้ากัน

ในส่วนที่เกี่ยวกับคนอ่านหนังสือเล่มนี้นั้น ในฐานะที่ผู้เขียนเป็นครูสอนวิชาด้านสื่อสารมวลชน ดังนั้น ความตั้งใจเบื้องแรกจึงมุ่งที่จะเขียนหนังสือเล่มนี้ถึงบรรดาผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เมื่อหนังสือเล่มนี้เผยแพร่ออกไป ผู้เขียนได้พบว่า คนอ่านหนังสือเล่มนี้มาจากหลายวงการ ทั้งผู้ที่สนใจด้านวัฒนธรรม ผู้ที่เล่นด้านสื่อพื้นบ้าน นักเรียนด้านไทยศึกษา ฯลฯ ยังความปิติมาให้แก่ผู้เขียนเป็นอย่างยิ่งที่ได้เกิดปรากฏการณ์ความหลากหลายทางกลุ่มผู้อ่านขึ้นมา

ทั้งจากเนื้อหาและผู้อ่าน ผู้เขียนจึงคาดหวังว่า หนังสือเล่มนี้จะสามารถเป็น *"สะพาน"* เชื่อมประสานระหว่างเนื้อหาเรื่องของสื่อหลาย ๆ ประเภท รวมทั้งเชื่อมต่อความคิดระหว่างกลุ่มผู้อ่านที่มีภูมิหลังทางวิชาการที่แตกต่างกัน พิจารณาในแง่นี้แล้ว หนังสือเล่มนี้ก็จะเป็นเสมือน *"สื่อ"* ในความหมายอันแท้จริง

ในการจัดพิมพ์ครั้งที่สองนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณคุณสุกิจ ไววัฒนากร ที่ช่วยเป็นธุระดูแลการดำเนินการทั้งหมดจนหนังสือสำเร็จเป็นรูปเล่มออกมา

กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรกฎาคม 2545

เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม

สารบัญ

หน้า

ตอนที่ 1: **ภาพรวมสังคมไทย-วัฒนธรรมและการสื่อสาร** 10

1. ความหมายและนัยสำคัญของสังคมสารสนเทศ 11
2. การจับภาพวัฒนธรรมไทยเมื่อใกล้ปีค.ศ.2000 44
3. สื่อและสารกับวัฒนธรรมในสังคม 92

ตอนที่ 2: **แนวทางการวิเคราะห์** 135

4. สื่อมวลชนกับสื่อประเพณี : คู่รักหรือคู่แค้น 136
5. สหวิทยาการกับการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน 161
6 การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้าน: ทัศนะเบื้องต้น 190
7. การวิเคราะห์ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารของท้องถิ่น 226
8. สื่อเพื่อการพัฒนา: เพื่อปลุกสำนึกความสัมพันธ์ของมนุษย์ 264

ตอนที่ 3: **ตัวอย่างประเด็น** 291

9. มิติด้าน "อุดมการณ์" ในละครโทรทัศน์ไทย 292

10. การเล่นหวยกับสื่อมวลชน: บทบาทที่ทฤษฎีอาจจะลืมกล่าวถึง 310
11. ภาษากับสื่อมวลชน 331
12. "คติชน" บนถนน "โฆษณา" 350

ตอนที่ 1

ภาพรวมสังคมไทย-วัฒนธรรมและการสื่อสาร

ความหมายและนัยสำคัญของสังคมสารสนเทศ ตามทัศนะของนักอนาคตศาสตร์

1. เรากำลังยืนอยู่ ณ รุ่งอรุณของอารยธรรมแบบใหม่

ในวันเวลาที่ข้อเขียนชิ้นนี้เกิดขึ้น (เขียนเมื่อปีพ.ศ.2537/ค.ศ.1994) อีก 6 ปีเท่านั้นก็จะมีการเปลี่ยนแปลงด้านกาลเวลากันขนานใหญ่ กล่าวคือ ในโลกส่วนเสี้ยวที่เขียนวันเวลาด้วยค.ศ. จะต้องเปลี่ยนตัวเลขข้างหน้าหลักพันเป็นเลข 2 เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคสมัยของปีที่ 2000 ซึ่งนับว่าสร้างความระทึกใจแก่มนุษยชาติไม่น้อย ทั้งนี้เพราะมนุษย์เราคาดหมายว่า ในอนาคตอันใกล้คงจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายเกิดขึ้นแก่โลกของเรา

เมื่อใกล้จะถึงช่วงเวลาของ "จุดเปลี่ยน" เช่นนี้ มักจะมีความสนใจที่จะทำนายทายทัก คาดการณ์ หรือคาดเดาว่า อนาคตนั้นจะมีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร สังคมไทยเองก็มีกระแสการตื่นตัวดังกล่าวเช่นกัน ดังจะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา มีการตีพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับการมองไปในอนาคตออกมาหลายสิบเล่ม (ดูจากเอกสารประกอบการค้นคว้าเป็นตัวอย่าง)

ข้อเขียนนี้จึงเป็นการประมวลสรุปข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากบรรดานักอนาคตศาสตร์ที่มีการนำมาเผยแพร่ในสังคมไทย โดยจะเน้นหนักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสังคมสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพิเศษ

เนื่องจากในปัจจุบันนี้มีความสนใจในการคาดการณ์ถึงอนาคตมากเป็นพิเศษกว่ายุคสมัยใด ๆ (ดังที่มีการแบ่งแยกเป็นศาสตร์ออกมาเป็นการเฉพาะเรียกว่า "อนาคตวิทยา") ความสนใจดังกล่าวอาจมีเหตุปัจจัยมาจากหลายประการเช่น

(1) ปัจจุบันนี้มนุษย์มีสำนึกทางประวัติศาสตร์เพิ่มมากขึ้น มนุษย์เราเข้าใจสายใยสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ในอดีต-ปัจจุบัน-อนาคต เพิ่มมากขึ้น

(2) มนุษย์ได้มีบทเรียนมากเพียงพอเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ผิดพลาดในครั้งอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ การที่มนุษย์สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมขึ้นมาอย่างมากมาย เพราะฉะนั้น มนุษย์จึงเกิดความต้องการที่จะระมัดระวังสำหรับการตัดสินใจเพื่ออนาคต

(3) เนื่องจากอัตราความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันมีอย่างรวดเร็วมากกว่าอดีต ทั้งนี้เนื่องจากผลแห่งความก้าวหน้าที่เพิ่มพูนขึ้นเรื่อยๆ จากวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เคนเนธ โบลดิง ให้ภาพที่ชัดเจนว่า ในช่วง 80 ปีที่ผ่านมานี้ มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นพอ ๆ กับช่วงเวลาตั้งแต่ยุคโรมันมาจนถึงต้นศตวรรษที่ 20 และนอกจากนั้น ผลสะเทือนของการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งก็มีมากกว่าครั้งอดีตหลายร้อยเท่า เช่น เมื่อครั้งที่จีนสร้างกำแพงเมืองจีนนั้น คนไทยในยุคนั้นไม่ได้รับผลกระทบอะไรเลย แต่ปัจจุบันเมื่อโอเปคขึ้นราคาน้ำมัน แม้แต่ชาวนาไทยก็ต้องมีการปรับตัว เป็นต้น

(4) ปัจจุบัน มนุษย์มีสำนึกที่ขยายกว้างขึ้นว่าอนาคตมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไป และทัศนะในการมองอนาคตนั้น "**ความถูกต้อง**ยังไม่สำคัญเท่ากับ**ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์**" จากความรู้ความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เพิ่มพูนขึ้น เป้าหมายที่แท้จริงของการคาดคะเนอนาคตนั้น ก็เพื่อแสวงหาโอกาสและทางเลือกหลาย ๆ ทาง เพื่อตัดสินใจเลือกและดำเนินการให้ได้เลือกที่ดีที่สุด

ปัจจุบันนี้ ความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาความรู้เกี่ยวกับ "อนาคตศาสตร์" มีเพิ่มมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ดังเหตุผลที่ อัลวิน ทอฟเลอร์ ให้อรรถาธิบายไว้หลายประการว่า นอกจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแม้แต่ใน

ชีวิตประจำวันจะมีอย่างมากมายแล้ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังเป็นไปอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงจากภายนอกที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ความสามารถในการปรับตัวภายในของมนุษย์ไม่สามารถก้าวตามทัน คนส่วนใหญ่จึงมักกังวลใจกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หรือมิฉะนั้นก็ไม่รู้ว่าจะต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างไร

อีกประการหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนั้นมิได้เกิดขึ้นภายนอกสังคมของเรา หากแต่อยู่ภายในสังคมทุกหนแห่ง มนุษย์จึงไม่มีทางหลีกพ้นความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นมีผลกระทบถึงมิติทุกด้านของสังคม รวมทั้งส่งผลสะเทือนเข้าไปถึงสภาพจิตใจและจิตวิญญาณของของมนุษย์ด้วย

อันที่จริง ความพยายามที่จะพยากรณ์อนาคตนั้นมีมาแต่ครั้งอดีตแล้ว โดยบรรดาศาสดาของศาสนาต่าง ๆ และสิ่งที่ท่านเหล่านั้นกล่าวถึงก็มิใช่เป็นเรื่องเหลวไหลแต่อย่างใด เพียงแต่ว่าศาสดาเหล่านั้นมิได้อธิบายอย่างชัดเจนว่า การพยากรณ์นั้นใช้**วิธีการอย่างไร** และใช้ข้อมูลอะไรเป็นฐานของการพยากรณ์และนี่เป็นข้อแตกต่างระหว่างการพยากรณ์ที่เคยมีมาในอดีตกับวิธีการของนักอนาคตศาสตร์

ดังนั้น ในขณะที่การพยากรณ์ในอดีตค่อนข้างจะเป็นเรื่องลึกลับและเป็นเรื่องเฉพาะตัวบุคคล วิชา "อนาคตศาสตร์" กลับเป็นการคาดหมายอนาคตที่ต่อเนื่องมาจากข้อเท็จจริงในปัจจุบัน โดยอาศัยหลักสถิติ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยี และความรู้สาขาต่าง ๆ ส่วนวิธีการที่ใช้นั้นเป็นการคาดคะเนอย่างเป็นระบบ (extrapolation) และการขยายเวลาของแนวโน้มที่สังเกตได้ เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับนักอนาคตศาสตร์ที่มีชื่อเสียง เช่น อัลวิน

ทอฟเลอร์ หรือจอห์น ไนซ์บิตต์ (ผู้เขียน Megatrends 2000) จะใช้แนวคิดแก่นแกนที่สำคัญ ๆ สำหรับการวาดภาพอนาคต คือการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์-เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องของขนาดที่กำลังพอดี ปัญหาเรื่องอัตราการใช้ธรรมชาติจะใช้อะไรด้วยอัตราเร็วเท่าไหร่ และช่วงระยะเวลาที่เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ

และประเด็นที่นักอนาคตศาสตร์เหล่านี้มีความเห็นพ้องต้องกันก็คือ สังคมในอนาคตอันใกล้นี้จะเป็นสังคมที่เรียกว่า "สังคมสารสนเทศ" (Information Society) การเปลี่ยนผ่านจากสังคมที่มีอยู่ในปัจจุบันไปสู่สังคมในอนาคตนี้ มิใช่การเปลี่ยนแปลง**ด้านเทคโนโลยี**เท่านั้น หากแต่เป็นการเปลี่ยนแปลง**อารยธรรมทั้งหมด**ของมนุษย์ ที่ทอฟเลอร์ขนานนามว่าเป็น "ยุคคลื่นลูกที่สาม" (The Third Wave)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารจะเป็นแกนกลางของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาของสังคมและของมนุษย์ในทุกส่วนเสี้ยว มนุษย์จะมีชีวิตประจำวันแบบใหม่ สังคมจะมีระบบธุรกิจ การเมือง วัฒนธรรม ศิลปะ และศาสนาแบบใหม่ ๆ แม้แต่ปัญหาที่มนุษยชาติจะต้องเผชิญก็เป็นปัญหาแบบใหม่ และยังต้องการวิธีคิดแบบใหม่ที่จะสร้างสรรค์วิธีการแก้ปัญหาอีกด้วย

ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากโลกในอนาคตบางส่วนเสี้ยวได้เหยียบย่างมาถึงแล้ว ดังนั้น จึงมีมนุษย์บางกลุ่มในปัจจุบันที่ได้ทดลองสร้างสรรค์ว่าจะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างไรบ้างในสังคมแห่งอนาคต จะต้องจัดแต่งหรือดัดแปลงรูปแบบและเนื้อหาของสังคมให้เป็นอย่างไรบ้าง ตัวอย่างเหล่านี้สร้างความรู้สึกแก่เราว่า "วันพรุ่งนี้กำลังจะมาถึงแล้ว และวันพรุ่งนี้จะไม่เหมือนกับวันวานและวันนี้อีกต่อไปแล้ว"

2. ภาพรวมของสังคมในอนาคต

ในหนังสือเรื่อง Megatrends 2000 จอห์น ไนซ์บิตต์ และแพทริเซีย อะเบอร์ดีน ได้อธิบายถึงแนวโน้ม 10 ประการ ที่จะเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1980 ที่สำคัญก็คือ แนวโน้มที่สังคมอุตสาหกรรมจะเปลี่ยนไปสู่สังคมข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีหนักจะเปลี่ยนไปสู่เทคโนโลยีขั้นสูงระบบสัมผัสและเศรษฐกิจระดับประเทศจะเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจโลก ในช่วงทศวรรษ 1990 เราก็ได้เห็นแล้วว่า แนวโน้มต่าง ๆ นั้นได้บังเกิดขึ้นแล้ว

ส่วนแนวโน้มใหม่ในทศวรรษ 1990 ซึ่งจะเป็นประตูบานใหญ่ไปสู่ศตวรรษที่ 21 นั้น ไนซ์บิตต์และอะเบอดีนได้ทำนายแนวโน้มอีก 10 ประการ ที่ชวนให้เราระทึกใจว่าจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด เช่น เรื่องความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในย่านเอเชียแปซิฟิก ยุคสมัยของการฟื้นฟูศิลปะ ศาสนา ความเป็นปัจเจกบุคคลที่จางหายไปในยุคอุตสาหกรรมกำลังจะย้อนคืนมา บทบาทของผู้หญิงและนักชีววิทยาจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นต้น

ทว่า สิ่งที่น่าตื่นเต้นที่สุดของศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะเกิดขึ้นนั้น ไม่ใช่เป็นเพราะเทคโนโลยี หากแต่เป็นเพราะมโนทัศน์ที่ว่าด้วย**ความหมายแห่งความเป็นมนุษย์**ที่ขยายออกไปมากกว่า จากนี้เราจะลองวาดภาพร่างว่ารูปร่างหน้าตาของสังคมและมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 จะเป็นอย่างไรบ้าง

(2.1) รูปแบบการผลิตของสังคม

ทอฟเลอร์ทำนายว่า ในศตวรรษที่ 21 อุตสาหกรรมที่เป็นหลักของโลกจะมีอยู่ 4 ประเภท คือ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์

อุตสาหกรรมในอวกาศ และอุตสาหกรรมในมหาสมุทร อุตสาหกรรมแบบใหม่นี้จะไม่อาศัยเครื่องกลไฟฟ้าเป็นองค์ประกอบและไม่ใช้ทฤษฎีวิทยาศาสตร์เดี่ยว ๆ แบบยุคอุตสาหกรรม แต่จะผสมผสานวิทยาศาสตร์แขนงใหม่ๆ หลายๆ อย่างเข้าด้วยกัน เช่น ศาสตร์ที่เกี่ยวกับแควนตัมอิเล็กทรอนิกส์ ทฤษฎีสารสนเทศ ชีววิทยาโมเลกุล นิวเคลียร์วิทยา นิเวศวิทยา เป็นต้น

นอกจากนั้นยังมีความแตกต่างในลักษณะเด่น ๆ ของอุตสาหกรรมอีกด้วย เช่น ในขณะที่อุตสาหกรรมปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมแบบรูปแบบเดียว แต่ในอนาคตอุตสาหกรรมจะมีรูปแบบหลากหลายขึ้น เช่น ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นอุตสาหกรรมหลัก "ที่ควบคุมอย่างเข้มงวด" ภายใต้เงื่อนไขทางชีวภาพและสังคม อีกส่วนหนึ่งจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดเล็กและมีความเป็นมนุษย์ เทคโนโลยีในอนาคตจะมีอันตรายต่อสภาพความเป็นอยู่ของมวลชนน้อยลง ส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กลง ง่ายต่อการดำเนินงาน สิ่งที่เหลือจากการผลิตในอุตสาหกรรมหนึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่นได้อีก

อารยธรรมของคลื่นลูกที่สามนี้จะมีวัตถุดิบอย่างหนึ่งที่ใช้ในทุกอุตสาหกรรมและเป็นวัตถุดิบที่ใช้ไม่มีวันหมด นั่นคือสารสนเทศและจินตภาพอันจะช่วยให้เกิดทรัพยากรใหม่ที่ทดแทนของเก่าอย่างไม่มีวันจบ

ฐานะและบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารจะเปลี่ยนไปจากยุคปัจจุบันอย่างมาก ในยุคอุตสาหกรรม ถนนคือความจำเป็นของการพัฒนา ทั้งทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ และเราเคยคิดกันว่า การสื่อสารเป็นเพียงผลพวงหรือผู้ช่วยผู้อำนวยความสะดวกของการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ในสังคมสารสนเทศ การคมนาคมด้วยถนนจะถูกแทนที่ด้วยการสื่อสารโทรคมนาคมที่จะเปลี่ยนฐานะไปเป็นความจำเป็นที่จะต้องมีแต่**เบื้องต้น** มิใช่**ผล**ที่**จะตามมาทีหลัง**

รูปแบบการผลิตของสังคมก็จะเปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ไปอีกครั้ง ในยุคเกษตรกรรมหัตถกรรม เรามีช่างที่ตัดเสื้อผ้าได้ทีละตัวที่มีแบบแตกต่างกันให้แก่คนแต่ละคน ในยุคอุตสาหกรรม เรามีโรงงานที่ตัดเสื้อผ้าได้ทีละมาก ๆ (mass) แต่เหมือน ๆ กันให้มวลชนจำนวนมาก ส่วนในยุคสังคมคอมพิวเตอร์ โรงงานจะสามารถตั้งโปรแกรมให้เครื่องเลเซอร์ระบบคอมพิวเตอร์ทำงานตามคำสั่งให้ตัดเสื้อได้ทีละ 1 ชุด ตามสัดส่วนของลูกค้าแต่ละคน คล้าย ๆ ยุคหัตถกรรม แต่ด้วยความเร็วแบบยุคอุตสาหกรรม หลักการดังกล่าวนี้จะเป็นแบบฉบับของสังคมในอนาคต

(2.2) ระบบเศรษฐกิจของข่าวสาร

ดังที่ได้มีการทำนายมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 แล้วว่า โฉมหน้าของระบบเศรษฐกิจของประเทศจะเปลี่ยนไปเป็นเศรษฐกิจโลก บรรดาเส้นขวางกั้นแบบเดิม ๆ ไม่ว่าจะเป็นเส้นกั้นพรมแดนหรือระบบการเมือง ไม่สามารถจะหยุดยั้ง "การข้ามฝั่ง" ของระบบเศรษฐกิจได้ คำว่า "บริษัทข้ามชาติ" นั้นหมายความว่า บริษัทต่าง ๆของสหรัฐฯขายสินค้าได้ปีละ 81 พันล้านเหรียญในประเทศญี่ปุ่น หุ้นของเกาหลีในลอนดอนก็มีตุรกีเป็นผู้ซื้อ เป็นต้น บรรดาผู้นำทางการเมืองของโลกนั้นจะเปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้จัดการระบบการเมืองให้สอดคล้องกับความต้องการทางเศรษฐกิจ

ระบบโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวการสำคัญในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เหมือนเช่นที่ "การผลิต" เคยผลักดันระบบอุตสาหกรรมมาแล้ว ในยุคอุตสาหกรรมนั้น การสื่อสารอาจทำหน้าที่เป็นเพียงแค่**มือซ้าย**เท่านั้น แต่ในสังคมข่าวสารสนเทศ การสื่อสารจะก้าวขึ้นมาเป็น**หัวใจ**ของระบบเศรษฐกิจเลยทีเดียว

ด้วยอานุภาพและความก้าวหน้าอย่างมหาศาลของระบบโทรคมนาคม เช่น เคเบิลโทรศัพท์แบบไฟเบอร์-ออพติกอันแรกที่วางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก ในปีค.ศ.1988 สามารถให้บริการเรียกทางโทรศัพท์ได้ถึง 40,000 ราย ในเวลาเดียวกัน ศักยภาพของเคเบิลที่ทำหน้าที่เป็น "ทางหลวงอิเล็กทรอนิกส์" ทำให้เราสามารถจะติดต่อกับใคร ที่ไหน เมื่อไหร่ ในรูปแบบใดก็ได้ (ข้อความ เสียง ภาพ)

ในส่วนของระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร เมื่อทศวรรษ 1990 ปรากฏว่าคนทำงานด้านข่าวสารที่มีทักษะดีและมีการศึกษาดี จะได้รับค่าจ้างสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา และเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ในอนาคต เศรษฐกิจข่าวสารข้อมูลจะเป็นภาคที่ผลิตงานจำนวนมากที่ท้าทายและมีรายได้ดีอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม ในสังคมสารสนเทศนั้น แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ บรรยากาศและความเข้าใจเรื่อง "การทำงาน" จะพลิกโฉมหน้าไปจนแทบจะจดจำไม่ได้ ในอนาคต ภายในสำนักงานแทบจะมองไม่เห็นกระดาษกันอีกต่อไป การติดต่อสื่อสารกันระหว่างสำนักงานก็แทบจะไม่ได้ใช้ระบบไปรษณีย์ของรัฐ เพราะธุรกิจแต่ละแห่งสามารถจะติดต่อกันด้วยระบบไปรษณีย์ไฟฟ้า หรือผ่านทางจอคอมพิวเตอร์ที่ไม่มีกระดาษอีกเช่นเดียวกัน เลขานุการก็จะหายไปจากห้องทำงานเช่นเดียวกัน เมื่อเทคโนโลยีทางด้านเครื่องจดจำเสียง (Speech-recognition technology) ถูกนำเข้ามาใช้แทนที่

และในท้ายที่สุด แม้แต่ตัวอาคารสำนักงานก็จะเปลี่ยนภาพพจน์ไป เพราะคนส่วนใหญ่จะไม่เดินทางไปนั่งทำงานร่วมกันอยู่ในอาคารเดียวกันอีกต่อไปแล้ว โดยอาศัยระบบเชื่อมต่อของคอมพิวเตอร์ แนวคิดการทำงานภายนอกสำนักงาน ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ไหนสักแห่งหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า

Teleworking หรือ Telecommutors กำลังได้รับการทดลองอยู่ในหลายประเทศ เพื่อแสวงหาข้อเด่นและข้อด้อยของระบบนี้

(2.3) การเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน

พลังงานเป็นเงื่อนไขที่เป็นฐานบทของอารยธรรมทุกสมัย ในแต่ละยุคสมัยมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงอารยธรรมผ่านประเภทของแหล่งพลังงาน ในยุคอุตสาหกรรมปัจจุบัน เราได้พลังงานจากถ่านหิน ก๊าซ และน้ำมันเป็นหลัก ในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา จากวิกฤตการณ์ของราคาน้ำมัน ทำให้คนส่วนใหญ่เกิดสำนึกว่า พลังงานที่เรากำลังใช้อยู่เป็นพลังงานที่ไม่อาจหามาทดแทนได้ใหม่

แต่ในศตวรรษที่ 21 แหล่งพลังงานจะเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง พลังงานแสงอาทิตย์จะเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญที่สุด รวมทั้งแหล่งพลังงานอื่น ๆ ที่เคยถูกมองข้าม เช่น กระแสน้ำ กระแสลม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องแหล่งพลังงานรูปแบบใหม่ที่สามารถทดแทนหมุนเวียนได้ และสร้างมลภาวะให้น้อยกว่าก๊าซและน้ำมันไม่ได้เป็นเรื่องเพ้อฝันอีกต่อไปแล้ว เมืองหลายเมืองในสหรัฐฯได้ทดลองใช้ทั้งกังหันลมและแผงเซลล์แสงอาทิตย์ทั่วทั้งเมืองได้แล้ว

และในศตวรรษหน้านี้ ทัศนะต่อแหล่งพลังงานและเทคโนโลยีของมนุษย์จะเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบันที่เคยเป็นแหล่งพลังงานที่รวมศูนย์ผลิตได้คราวละมาก ๆ โดยมีมาตรฐานเดียวกันและมีขนาดใหญ่ ไปเป็นความนิยมแหล่งพลังงานที่กระจาย มีขนาดเล็ก ชุมชนควบคุมได้ และที่สำคัญคือ เป็นมิตรกับธรรมชาติมากกว่าปัจจุบัน

(2.4) การเคลื่อนย้ายของประชากรอย่างมโหฬาร

ทอฟเลอร์รายงานไว้ในหนังสือ "Cultural Shock" ของเขาว่า ปัจจุบันนี้

ในทวีปยุโรปและอเมริกา ผู้คนพากันเดินทางและเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่จะอยู่ไปมาอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้โดยอาศัยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการขนส่งคมนาคม เช่น รถยนต์ เครื่องบิน รถไฟ ฯลฯ และอันที่จริงก็มิใช่เพียงแต่ประชากรในประเทศที่เจริญแล้วเท่านั้น อันที่จริงในทุกประเทศ แม้แต่ประเทศไทย เราก็อาจจะได้ยินสปอตโฆษณาที่ว่า "กินอาหารเช้าที่บนดอยของเชียงใหม่ ทานอาหารกลางวันที่กรุงเทพฯ และปิดท้ายอาหารเย็นที่ภูเก็ต" เป็นต้น

การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสถานที่มีอยู่ตลอดเวลา และมีอยู่ในหลายรูปแบบและหลายวัตถุประสงค์ การเดินทางท่องเที่ยวไปตามมุมต่าง ๆ ของโลกกลายเป็นเรื่องธรรมดาไปแล้ว และยิ่งกว่านั้น คนบางคนเดินทางไปกลับระหว่างบ้านกับที่ทำงานถึงปีละ 50,000 ไมล์ การเดินทางระยะไกล ๆ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ยิ่งผู้ที่มีความรู้ก็ยิ่งมีโอกาสที่จะเลือกเปลี่ยนงานได้อย่างง่ายดาย ศัลยแพทย์หรือวิศวกรสามารถจะเลือกทำงานในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย หรือแถบตะวันออกกลางก็ได้

ในอเมริกาและยุโรป การเคลื่อนย้ายบ้านอยู่ตลอดเวลากลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาไปเสียแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อเปลี่ยนที่ทำงานครั้งหนึ่ง ผู้คนก็จะโยกย้ายนิวาสสถานของเขาไปตามที่ทำงาน และเนื่องจากทุกคนมุ่งหน้าเข้าหางานที่ดีกว่าอยู่เสมอ การย้ายบ้านตามไปด้วยจึงจำเป็นต้องเกิดขึ้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่อง "บ้าน ภูมิลำเนา และหลักแหล่งที่ฝังรกราก" ความผูกพันระหว่างคนกับพื้นที่จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ในบางแห่ง เมื่อมีการย้ายที่ทำงานครั้งหนึ่ง ๆ ถึงกับมีสูตรสำเร็จของ "การเปลี่ยนงาน เปลี่ยนบ้าน และเปลี่ยนภรรยา" ไปพร้อม ๆ กัน

เราจะมองเห็นพัฒนาการในเรื่องการเคลื่อนย้ายจากยุคเกษตร-อุตสาหกรรมมาจนถึงยุคสารสนเทศได้ดังนี้ คือ ในยุคเกษตรนั้น คนเราอยู่ติดกับพื้นที่มาก การเดินทางเป็นเรื่องของโอกาสพิเศษ ในยุคอุตสาหกรรมการเคลื่อนย้ายตามความเฟื่องฟูของโรงงานอุตสาหกรรมมีมากขึ้น แต่เมื่ออพยพแล้วก็จะตัดจากแหล่งที่อยู่เดิม แต่ทว่าในยุคสารสนเทศนั้น แม้ว่าจะโยกย้ายไปแล้ว แต่เนื่องจากความเจริญด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้สามารถรักษาการติดต่อกันได้ตลอดเวลา (เช่น คนไทยในสหรัฐฯยังสามารถรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยได้เสมอ)

(2.5) ระบบการเมืองในอนาคต

ระบบการเมืองที่ประเทศส่วนใหญ่ในโลกใช้อยู่ขณะนี้ได้ก่อตัวมาแล้วถึง 250 ปี ในรูปแบบของประชาธิปไตยแบบมีรัฐสภาในรูปแบบต่าง ๆ ในระบอบนี้ความต้องการและความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่จะแสดงออกโดยการมอบหมายผ่านกลุ่มตัวแทน ซึ่งเป็นคนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งที่ได้รับมอบหมาย(เลือกตั้ง)ครั้งเดียว ก็ตัดสินใจต่อไปเลยในทุกเรื่องในช่วงระยะหลาย ๆ ปี ดังนั้น **สัญลักษณ์ของประชาธิปไตย**จึงเป็นการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากขีดจำกัดที่ว่า เรายังไม่มีช่องทางการสื่อสารที่ช่วยให้คนทุกคนได้แสดงความคิดเห็นในทุกเรื่องได้

แต่ทว่าปัจจุบันนี้เราได้เห็นแล้วว่า รัฐสภาที่เป็นศูนย์รวมของคนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งที่ตัดสินใจเรื่องราวสำคัญ ๆ ของประเทศนั้น ไม่สามารถจะตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่มได้อีกต่อไปแล้ว และเนื่องจากในโลกปัจจุบันนี้เต็มไปด้วยอุปกรณ์การสื่อสารทันสมัยมากมาย ข้อจำกัดเก่า ๆ เช่น ลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียวนั้น ถูกขจัดไปหมดแล้ว มีหลายวิธีที่ผู้คนจะแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจได้ด้วยตัวเองอย่างฉับพลัน หลังจากที่ได้รับ

ข้อมูลทั้งหมดโดยไม่จำเป็นต้องไปลงคะแนนเสียงที่หน่วยเลือกตั้งด้วยซ้ำไป

เพราะฉะนั้น อาจเป็นไปได้ว่า รูปแบบของการเมืองในอนาคตนั้น จะมีการยกเลิกรูปแบบการเลือกตั้งแบบตัวแทนที่เรากำลังมีอยู่ และเดินหน้าไปอีกก้าวหนึ่งสู่รูปแบบของ "ประชาธิปไตยกึ่งทางตรง" โดยประชาชนจะเป็นตัวแทนของตัวเอง การสื่อสารสมัยใหม่ที่น่าตื่นใจจะเปิดหนทางให้ประชาชนมีสิทธิมีส่วนร่วมโดยตรงในการตัดสินใจทางการเมืองในประเด็นปัญหาขัดแย้งสำคัญๆ เช่น การสร้างโรงงานนิวเคลียร์ ก็สามารถเปิดให้ประชาชนลงคะแนนเสียงในประเด็นนี้โดยตรง

(2.6) **รูปแบบวัฒนธรรมในอนาคต**

ในบรรดามิติของการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น สิ่งที่ผู้คนจะรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็วมากที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมนั่นเอง ทั้งนี้เพราะสังคมในอนาคตนั้นจะมีรูปแบบวัฒนธรรมที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับวัฒนธรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(ก) ลักษณะที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงก็คือ วัฒนธรรมของทุกสังคมจะมีลักษณะที่เป็น "มาตรฐาน" และ "เป็นสากล" ทั้งนี้โดยมีสื่อมวลชนเป็นกลไกตัวสำคัญ ตัวอย่างง่าย ๆ ที่สุดก็คือ ในปี 1994 ประชาชนทั่วทุกมุมโลกมีจุดรวมความสนใจที่เป็นมาตรฐานแบบเดียวกัน พูดคุยเรื่องเดียวกัน ใช้เวลาในเรื่องเดียวกัน คือ เรื่องการแข่งขันฟุตบอลโลก เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง โฉมหน้าของผู้บริโภคยุคใหม่จะมีใบหน้าที่เป็น "สากลนานาชาติ" อย่างมาก เขาจะดื่มกาแฟคาปุชชิโน (อิตาลี) ดื่มน้ำแร่เปอริเย่ (ฝรั่งเศส) ตกแต่งอพาร์ตเม้นท์ด้วยผลิตภัณฑ์ของอะคาเดีย รับประทานปลาซูชิ สวมชุดเบเนตอง ฟังเพลงร็อคของอเมริกาและอังกฤษ ในขณะขับ

รถฮุนไดไปกินแมคโดนัลด์ เป็นต้น

พร้อม ๆ กับที่รูปแบบการใช้ชีวิตของคนทั่วโลกจะคล้ายคลึงกันมากขึ้น สัญญาณของการแสวงหาเอกลักษณ์ของตนเองก็กำลังเกิดขึ้น ซึ่งได้แก่ การต่อต้านความเป็นแบบเดียวกันหมด การยืนกรานในลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมและภาษาของตน การกำหนด "ปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย" เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดในเรื่องนี้

วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อ "เวลา" ก็เปลี่ยนแปลงไป ดังที่เราสามารถมองเห็นรอยแยกจากยุคเกษตรและยุคอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจนว่า ในยุคอุตสาหกรรมนั้น เรียกร้องให้คนตรงต่อเวลาอย่างยิ่ง เพราะลักษณะการผลิตแบบรวมหมู่ แต่ในยุคสารสนเทศ "เวลา" จะไม่กลายมาเป็นขีดจำกัดบังคับแบบอุตสาหกรรม เช่น เราสามารถจะรับข่าวสารจากโทรศัพท์ได้แม้จะไม่อยู่ เพราะระบบการอัดเทปหรือโทรสาร หรือการใช้วิดีโออัดรายการทีวีที่ต้องการดูในยามที่ช่วงเวลาออกรายการไม่ตรงกับเวลาว่างของเรา อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง ทัศนะที่ว่า "เวลาเป็นของมีค่า เวลาเป็นเงินเป็นทอง" จะกลายเป็นเรื่องจริงยิ่งกว่าจริง โดยไม่จำเป็นต้องอบรมสั่งสอนเช่นยุคอุตสา หกรรม เพราะบุคคลจะซึมซาบจากสภาพความเป็นจริงในสังคมเอง

(ข) ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับศิลปะ มักมีความเข้าใจกันโดยสามัญสำนึกว่า เมื่อสังคมข่าวสารมาถึง คนเราจะใช้เวลากับเทคโนโลยีเครื่องจักรกลต่าง ๆ มากขึ้น และเมื่อนั้นอารมณ์ความรู้สึกด้านศิลปะจะเลือนหายไป แต่จากการสำรวจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในประเทศที่กลายเป็นสังคมสารสนเทศแล้ว เช่น สหรัฐฯ กลับพบปรากฏการณ์ตรงกันข้ามว่าประชาชนกลับใช้เวลาว่างด้านศิลปะ แทนที่จะใช้เล่นกีฬาดังอดีตที่ผ่านมา

การเสพย์ศิลปะชั้นสูง เช่น การเข้าชมพิพิธพัณฑ์ การดูละคร

บรอดเวย์ การร่วมเล่นดนตรีในวงแชมเบอร์มิวสิค การเข้าชมละครโอเปร่า แผ่นเสียงซีดีเพลงคลาสสิก ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนมีปริมาณเพิ่มขึ้น และมีผลกระทบต่อการขยายตัวของตลาดศิลปะ และเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่ศิลปะ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในชีวิตประจำวันก็คือ เพลงโอเปร่าได้เข้าแทนที่ดนตรีร็อคในการโฆษณารถยนต์ เป็นต้น อีกสิ่งหนึ่งที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมก็คือ ผู้อุปถัมภ์ศิลปะเหล่านี้จะเปลี่ยนมือจากรัฐมาเป็นธุรกิจเอกชน

เช่นเดียวกับความเชื่อที่ว่า เมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน สื่อสิ่งพิมพ์จะต้องล้มหายตายจากไป แต่จากการสำรวจข้อเท็จจริงพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ผู้คนยังใช้เวลาอ่านหนังสือดี ๆ อยู่กับบ้าน โดยถือเป็นรูปแบบหนึ่งของความบันเทิง

3. คำนิยามของ "เทคโนโลยีการสื่อสาร"

เพื่อทำความเข้าใจกับคำว่า "เทคโนโลยีสารสนเทศ" (Information Technology) หรือ "เทคโนโลยีการสื่อสาร" (Communication Technology) จะขอใช้วิธีแบ่งแยกคำทั้งสองออกพิจารณาดูทีละส่วน

ในขณะที่ "เทคโนโลยี" เป็นพลังหลักของการเปลี่ยนแปลงในทุกยุคทุกสมัยที่ผ่านมา แต่ความหมายของ "เทคโนโลยี" นั้นยังมีความเข้าใจที่หลากหลาย ในความหมายแบบแคบ ๆ ที่มักเข้าใจกันทั่วไปว่า "เทคโนโลยี" คือบรรดา**เครื่องมือเครื่องใช้**ต่าง ๆ รวมทั้งเครื่องจักร ตลอดจนอุปกรณ์อันเกี่ยวกับสติปัญญา ดังเช่นภาษาที่ใช้สำหรับคอมพิวเตอร์และเทคนิคที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์และการคำนวณต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม ในความหมายที่แคบนี้ไม่อาจจะช่วยให้เราเข้าใจอิทธิพลของเทคโนโลยีที่แผ่ซ่านอยู่ในชีวตและวัฒนธรรมของเราได้ จนกว่าเราจะได้ให้

คำนิยามที่กว้างขวางต่อเทคโนโลยีว่า "เป็น**องค์ความรู้**เพื่อทำให้วัตถุประสงค์ในทางปฏิบัติสัมฤทธิ์ผล" ความหมายนี้จะทำให้เรามองเห็นขอบเขตและผลที่เทคโนโลยีมีต่อสถาบันและค่านิยมของเราได้

อีกประการหนึ่ง นิยามคำว่า "เทคโนโลยี" ที่เราเข้าใจกันอยู่ทุกวันนี้มักจะก่อตัวมาจากยุคอุตสาหกรรม ดังนั้น เราจึงมักจะนึกถึงเทคโนโลยีในรูปแบบของโรงงานที่พ่นควันดำโขมง หรือเครื่องจักรกล สายพานที่กำลังทำงานอย่างอึกทึกครึกโครม แต่ทว่าในสังคมสารสนเทศนั้น โฉมหน้าของเทคโนโลยีจะล้ำหน้าไปกว่าภาพพจน์ดังกล่าวมาก เทคโนโลยีอาจจะบ่งถึงนัยของความเงียบบวกกับความสะอาดของสภาพแวดล้อมที่กลายเป็นหัวใจหลักของการสร้างเทคโนโลยีเลยทีเดียว

ได้มีผู้ให้คำนิยามของคำว่า "เทคโนโลยีการสื่อสาร" (Communication Technology) เอาไว้หลายอย่าง ในที่นี้จะลองยกตัวอย่างเพื่อให้เกิดภาพพจน์ขึ้นมาบ้าง เช่น การนิยามว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) เป็นการนำคำว่า "เทคโนโลยี" มารวมกับคำว่า "การสื่อสาร" เป็น "เทคโนโลยีการสื่อสาร" หมายถึง ศิลปและศาสตร์ วิธีการ กระบวนการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะ คุณภาพ ประสิทธิผล และประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บสาร การส่งสาร การรับสาร และการป้อนกลับ

เทคโนโลยีการสื่อสารได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนยุคปัจจุบันนี้มีสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก หรือที่เรียกว่า "สื่อสมัยใหม่" (New Media) ซึ่งหมายถึงสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิตอล ซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปได้รวดเร็วและกว้างไกล สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่ เครื่องไมโครอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่าง ๆ ระบบ Teletext และ

ระบบการประชุมทางไกล (Tele-conferencing system) ที่ได้รวมเอาเสียง ข้อความ และภาพไว้ในสื่อเดียวกัน

ปัจจุบันมีการประสานเทคโนโลยีหลาย ๆ อย่างมาใช้ในสำนักงานแบบใหม่ที่เรียกว่า Integrated Office Systems (IOS) หมายถึง การรวมเทคโนโลยี 3 อย่าง ตั้งแต่เทคโนโลยีการสื่อสาร (com. tech.)เทคโนโลยีสำนักงาน (office tech.) และเทคโนโลยีการประมวลผลข้อมูล (data processing tech.) ให้เข้ามาประสานทำงานเป็นระบบเดียวกัน

สำหรับคำว่า "สารสนเทศ" (Information) นั้นจะมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า "ข้อมูล" (data) แม้ว่าโดยข้อเท็จจริงแล้วสองคำนี้มีความแตกต่างกัน เพราะ "ข้อมูล" นั้นเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานภาพหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ "สารสนเทศ" นั้นเป็นข้อมูลที่ได้นำมาประมวลหรือจัดทำอยู่ในรูปแบบที่มีความหมายต่อผู้รับ เพราะฉะนั้น ในขณะที่ "ข้อมูล" เป็นข้อเท็จจริงที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยยังไม่ได้ปรับปรุง แต่ "สารสนเทศ" จะต้องผ่านกระบวนการตกแต่งและปรับปรุงเสียก่อนที่จะส่งไปให้ผู้รับ

ในอีกความหมายหนึ่ง "สารสนเทศ" อาจจะหมายถึง ความหมายที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือเครื่องหมาย ฯลฯ ในอดีตที่ผ่านมา มนุษย์ได้ปฏิวัติระบบสารสนเทศมาหลายครั้ง เช่น ในศตวรรษที่ 15 เมื่อกูเทนเบิร์กได้ค้นคิดประดิษฐ์แท่นพิมพ์ชนิดหมุน ซึ่งเท่ากับเป็นการปฏิวัติระบบข่าวสารให้การเคลื่อนย้ายสารสนเทศสามารถทำได้ครั้งละมาก ๆ และรวดเร็ว ในยุคแห่งเทคโนโลยีปัจจุบันก็เช่นกัน บรรดาวิศวกรมีความสนใจในการเคลื่อนย้ายสารสนเทศให้ได้ในรูปแบบหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของกระดาษ คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า แมกเนติกเทป และอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้มนุษย์สามารถส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และชัดเจนมากยิ่งขึ้นทุกที

สำหรับคำนิยามของ "เทคโนโลยีสารสนเทศ" (Information Technology) นั้น มีผู้ให้นิยามไว้หลายแบบ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประสานคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ โทรคมนาคม และมนุษย์ให้เข้ามาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบหนึ่งที่มีความสมบูรณ์

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การรวบรวม (collection) เก็บรักษา (storage) จัดการ (process) แพร่กระจาย (disseminate) และการใช้ (use) สารสนเทศ โดยไม่ได้ตีกรอบไว้เพียงแค่เรื่องซอฟท์แวร์และฮาร์ดแวร์เท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความสำคัญของมนุษยชาติและเป้าหมายที่พวกเขาได้สร้างขึ้นมาหลังจากที่ได้มีเทคโนโลยีชนิดนี้เกิดขึ้นมาในโลก

เทคโนโลยีสารสนเทศ อาจหมายถึง หลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิศวกรรมศาสตร์ และเป็นเทคนิคการจัดการที่ใช้ในการจัดการกับสารสนเทศ หรือหมายถึงการประยุกต์ใช้ หรือการโต้ตอบระหว่างคนกับเครื่องจักร (คอมพิวเตอร์) ตลอดจนความสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

สำหรับวิธีการแบ่งอุปสงค์ของเทคโนโลยีการสื่อสารนั้น มีวิธีการจำแนกอุปสงค์หลายวิธี เช่น คณะทำงานยูเนสโกภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก ได้แบ่งเป็น

1. สื่อสิ่งพิมพ์
2. โทรทัศน์
3. วีดิทัศน์
4. วีดิทัศน์แบบจาน (videodisk)
5. คอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนการสอน
6. คอมพิวเตอร์เพื่อการบริหาร

7. คอมพิวเตอร์ และ word processing

8. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

9. วิทยุและสื่อโสตทัศน์

10. โทรศัพท์

หรืออาจจะแบ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ตามลักษณะของตัวเทคโนโลยี เป็น 3 ประเภทคือ

1. **แบบใช้สาย** (wired)
   - Public electronic mailing system
   - facsimile system
   - videophone
   - teleconferencing system
   - videotext
   - telex
   - Cable television
2. **แบบไม่ใช้สาย**
   - multi-language broadcasting system
   - telex broadcasting system
   - still frame broadcasting system
   - digital broadcastingsystem
   - Satellite broadcasting system

3. **แบบชุด**
   - digital audio disk

- video disk

ที่กล่าวมานี้เป็นเพียงตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า มีวิธีการที่จะแบ่งอุปสงค์เทคโนโลยีการสื่อสารได้หลายแบบ รวมทั้งแบบที่เคยแบ่งกันมาในอดีตเป็นเทคโนโลยีระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ แต่ทว่านัยที่บ่งบอกถึงระดับของเทคโนโลยีนั้นอาจจะเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีระดับสูงอาจจะไม่ได้มีความหมายในทางบวกอีกต่อไป ในขณะที่เทคโนโลยีระดับต่ำก็กลับมีความหมายว่า เป็นเทคโนโลยีที่มีผลทำลายสิ่งแวดล้อมต่ำกว่า ใช้ต้นทุนต่ำกว่า ไม่มีลักษณะรวมศูนย์ และเป็นไปได้ว่าในอนาคต คนทั่วไปจะใช้เทคโนโลยีดังกล่าวได้ง่ายเช่นเดียวกับการใช้เทคโนโลยีชั้นสูง (ตัวอย่างของ PC เห็นได้ชัดเจนที่สุด)

อย่างไรก็ตาม การจำแนกอุปสงค์ของเทคโนโลยีสื่อสารดังกล่าวก็คงจะไม่มีประโยชน์เท่าใดนัก เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นไปอย่างรวดเร็วมาก จนการจำแนกอุปสงค์จะล้าหลังได้โดยง่าย ตัวอย่างเช่น เมื่อเริ่มต้นมีคอมพิวเตอร์ใช้ใหม่ ๆ คอมพิวเตอร์จะยังทำงานไม่ได้บางอย่าง เช่น การตัดสินใจแทนเจ้าของ แต่ในอนาคต ตัวอย่างของโครงการ Oliver มีเป้าหมายที่จะสร้างเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถจะเข้าประชุมแทนเจ้าของเครื่องได้เลย เพราะมันจะรู้ว่าเจ้านายของมันจะแสดงปฏิกิริยาอย่างไรต่อข้อเสนอต่าง ๆ ในที่ประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น

4. ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมโดยรวม

ปัจจุบัน เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปแล้วว่า การสร้างเทคโนโลยีใหม่ ๆ นั้นไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของเครื่องจักรเท่านั้น หากยังนำไปสู่การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม ปรัชญา แม้กระทั่งเรื่อง

ส่วนตัว ด้วยวิธีการที่แปลกใหม่ออกไปด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากผลกระทบของการนำเทคโนโลยีมาใช้ ทำให้สภาพแวดล้อมทางด้านสติปัญญาของมนุษย์หรือกล่าวโดยรวม คือ โลกทัศน์ของมนุษย์เราเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ดังจะได้สำรวจต่อไปนี้

(1) **การเปลี่ยนแปลงเรื่องความรู้สึกต่อกาลเวลา** อันที่จริง "เวลา" ในความหมายทางกายภาพนั้นไม่เคยเปลี่ยนแปลง แต่ทว่าอารยธรรมและวัฒนธรรมในแต่ละสังคม ทำให้ความรู้สึกต่อ "เวลา" เปลี่ยนแปลงไป ทุกวันนี้มีคนจำนวนไม่น้อย โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหารหรือกลุ่มผู้นำของสังคมเกิดความรู้สึกราง ๆ ว่า สรรพสิ่งเริ่มเคลื่อนไหวเร็วขึ้น (นักบริหารบางคนกล่าวว่า "เขาต้องบริหารเวลาเป็น**วินาที**" ความรู้สึกดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยีในสาขาวิชาชีพของตนพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เพียงแต่ซื้อคอมพิวเตอร์ช้าไป 3-4 เดือน ก็ตกรุ่นไปเสียแล้ว

และแล้ว "กาลเวลา" ก็กลายมาเป็นเกณฑ์ตัวใหม่ในการแบ่งกลุ่มคนในสังคม ในด้านหนึ่งเราจะพบบรรดากลุ่มบุคคลที่ทอฟเลอร์เรียกว่า "มนุษย์ไขลาน" ผู้ที่เป็นสัญลักษณ์แห่งอนาคต คนพวกนี้จะมีนาฬิกาผูกไว้ที่ข้อมือ และรับรู้การเคลื่อนไหวของเวลาอยู่ตลอดเวลา พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในภาคอุตสาหกรรมข่าวสาร แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ยังมีคนกลุ่มใหญ่ที่ใช้ชีวิตอยู่ในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม พวกเขาต้องมึนงงเมื่อบริษัทเปลี่ยนระบบจ่ายเงินผ่านเครื่อง ATM จังหวะก้าวของชีวิตย่างเท้าไม่ทันมนุษย์กลุ่มแรก และพวกเขาต้องกลายเป็น "มนุษย์ที่ตกรุ่น" ไปโดยปริยาย

(2) **ผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ** ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าความก้าวหน้าด้านโทรคมนาคมทำให้ระบบเศรษฐกิจโลกเป็นจริงเป็นจังขึ้นมา พรมแดนของประเทศกลายเป็นสิ่งที่ไร้ความหมาย การบริการด้านการเงินซึ่ง

เป็นส่วนที่เจริญที่สุดของระบบเศรษฐกิจโลก ได้รับแรงเสริมทางด้านอิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่หยุดยั้ง

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสำนักงาน ทำให้วิธีคิดและวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการทำงานเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ดังได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า การทำงานไม่จำเป็นต้องไปอยู่ที่สำนักงานตลอดเวลาแล้ว นอกจากนั้น งานของผู้คนในภาคข่าวสารข้อมูล บริการ การเงิน คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีชีวภาพ และการรักษาสุขภาพ จะไม่ใช่งานที่มีการควบคุมในสำนักงาน หรืองานที่มีการจัดสายบังคับบัญชาแบบมีผู้นำ และไม่อาจจัดการตามแบบที่เคยเป็นมา

ด้วยความช่วยเหลือของเทคโนโลยีข่าวสาร "งาน" หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสมองของคน ไม่ว่าจะอยู่ที่โต๊ะทำงาน บนเครื่องบิน ในที่ประชุม หรือที่รับประทานอาหารกลางวัน "งาน" คือ วิธีที่คนทำงานสื่อสารกับลูกค้า สิ่งที่เขาเขียนในบันทึก สิ่งที่เขาพูดในที่ประชุม เป็นต้น

และระบบเศรษฐกิจในอนาคตนั้นจะมีผลกระทบต่อเรื่องเพศอีกด้วย หากว่าสังคมอุตสาหกรรมเป็น "โลกของผู้ชาย" สังคมข้อมูลข่าวสารได้เปิดกว้างให้คนที่ได้รับการฝึกอบรมทางเทคนิค และได้รับการศึกษามาอย่างดีไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชาย และมักปรากฏว่าผู้หญิงมีโอกาสเพิ่มขึ้นมาในสังคมเช่นนี้

(3) **เรื่องการเมืองและการตัดสินใจ** นายอูถั่น อดีตเลขาธิการใหญ่สหประชาชาติ กล่าวถึงสังคมข่าวสารไว้ว่า *"มนุษย์สามารถนำทรัพยากรไปใช้ตามต้องการทุกเมื่อ ทั้งชนิดและปริมาณ ถ้าเพียงแต่ตัดสินใจจะเอาเท่านั้น..."* ไม่มีทรัพยากรชนิดใดสามารถจำกัดขอบเขตการตัดสินใจของมนุษย์อีกต่อไป ได้ **"การตัดสินใจ" ต่างหากคือที่มาของทรัพยากร**

และเนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์อันละเอียดประณีต

มากยิ่งขึ้นทุกที ได้ทำให้การตัดสินใจจะไม่เป็นไปตาม**ค่านิยม**เท่านั้น หากแต่จะเป็นการตัดสินใจบน**ข้อมูลและข้อเท็จจริง** พร้อมทั้งความคิดเห็นที่มีการเก็บรวบรวมและมีการวิเคราะห์ประกอบด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น ในขณะที่ระบบอุตสาหกรรมยังอยู่ภายใต้ระบบการครอบงำแบบระบบรัฐการ (bureaucrate) แม้แต่ในระบบธุรกิจก็ยังมีโครงสร้างการบริหารแบบลดหลั่นอำนาจ ทำให้โลกถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝ่ายวางแผนหรือฝ่ายบริหาร กับฝ่ายคนงานหรือฝ่ายปฏิบัติตามแผน แต่ในสังคมอนาคต รูปแบบการตัดสินใจแบบเดิมนี้จะต้องพังทลายลง และจะต้องหลีกทางให้แก่ระบบการตัดสินใจที่ให้เจ้าหน้าที่ระดับล่างเข้ามามีส่วนร่วม ทุกส่วนทุกระดับในแต่ละองค์การจะได้รับข้อมูลข่าวสารในปริมาณและในอัตราความเร็วที่ใกล้เคียงกัน ดังตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาได้มีความพยายามที่จะช่วยให้แรงงาน 120 ล้านคนของสหรัฐฯ ปรับปรุงทักษะด้านข่าวสาร เพื่อรองรับการสร้างสังคมข้อมูลข่าวสารที่มีรูปแบบเน้นการกระจายอำนาจจากศูนย์กลางและเน้นผู้บริโภค

ส่วนรูปแบบการเมืองก็จะได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารด้วยเช่นกัน เมื่อจอร์จ ออร์เวล เขียนเรื่อง "1984" ซึ่งฉายภาพให้เห็นว่าผู้ปกครองเผด็จการได้ใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อควบคุมประชาชนด้วยการควบคุมระบบข้อมูลข่าวสาร

อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงในยุคปัจจุบันไม่ได้เป็นเช่นนั้น ทีวีและวิดีโอคาสเส็ททั่วโลกได้ยับยั้งอำนาจของผู้เผด็จการไว้ เป็นการยากมากสำหรับกลุ่มทหารที่จะทำปฏิวัติในยุค "ส่ง Fax มาให้ผมหน่อย" แม้ว่าฝ่ายปฏิวัติจะยึดสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ได้ก็ตาม

ในทางตรงกันข้าม ปัจจุบันและอนาคตจะมีผู้เผด็จการน้อยลง เพราะพวกเขาไม่สามารถจะควบคุมข้อมูลข่าวสารต่อไปได้ ระบบเทคโนโลยีสื่อสารที่กระจายอำนาจจะทำให้ปัจเจกชนมีอำนาจมากขึ้นจากคอมพิวเตอร์ และพลเมืองสามารถติดตามเรื่องของรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าที่รัฐบาลจะติดตามเรื่องของประชาชนเสียอีก

และหากเรามองโลกในแง่ดี ในอนาคตรัฐบาลแบบใหม่จะเปิดช่องทางการสื่อสารระหว่างส่วนสูงสุดและต่ำสุดในสังคม เพื่อเป็นเวทีให้กลุ่มต่าง ๆ ที่ขัดแย้งกันได้รอมชอมกันโดยสันติ (ดังตัวอย่างแนวคิดเรื่องการไต่สวนสาธารณะ)

(4) **การเกิดขึ้นของชุมชนอิเล็กทรอนิกส์** ในยุคสังคมเกษตรกรรม ผู้คนอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนโดยอาศัยพื้นที่เป็นใหญ่ คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่หมู่บ้านเดียวกันคือคนในชุมชนเดียวกัน

ต่อมาในยุคของน้ำประปา แก๊ส ไฟฟ้า และโทรศัพท์มาถึง บ้านเรือนในยุคอุตสาหกรรมที่ต่างคนต่างอยู่ก็เริ่มเชื่อมโยงสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้นโดยเครือข่ายบริการที่ใช้ร่วมกัน ปัจจุบันนี้เราได้พบเห็นบ้านของแต่ละคนปรากฏขึ้นในลักษณะตึกแถวแล้ว ในที่สุดเราก็ได้เห็น "อาคารรวม" ที่เป็นเหมือนหมู่บ้าน ยูนิตเดียวกัน ในอนาคต สิ่งที่เราจะเห็นต่อไปคือ "เมืองแบบยูนิต" ที่มีลักษณะเป็นอาคารใหญ่หลังเดียว

นอกเหนือจากแนวคิดเดิมเรื่องการสร้างความเป็นชุมชนโดยอาศัยพื้นที่แล้ว ในอนาคตยังจะเกิดชุมชนในลักษณะใหม่ที่เราเรียกว่า "ชุมชนอิเล็กทรอนิกส์" ที่ปรากฏขึ้นเมื่อบ้านทุกบ้านมีคอมพิวเตอร์ และกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น กลุ่มคน 12 คน จาก 12 เมือง ที่สนใจเรื่องภาพถ่ายก็จะถูกนำมาให้รู้จักติดต่อกันโดยผ่านบริการของสหกรณ์โทรคอมพิวเตอร์ที่

เรียกว่า "แหล่งข้อมูล" (The Source) คลื่นของ "แหล่งข้อมูล" สามารถจัดการให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ความสามารถของตนทางด้านการถ่ายภาพ ข้อคิดเห็นเหล่านี้จะถูกบันทึกไว้ในสมองความจำ และจะถูกเรียกกลับมาใช้อีกเมื่อไหร่ก็ได้

(5) **การผนวกประสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมและเทคโนโลยี** ในยุคสมัยปัจจุบันนั้น เรารับรู้กันว่า โทรทัศน์เป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเรา แต่เนื่องจากโทรทัศน์มีลักษณะเป็นการผลิตเพื่อมวลชนทุกระดับ จึงคาดหวังได้ยากว่า โทรทัศน์จะมีบทบาทในการยกระดับรสนิยมด้านศิลปะและวัฒนธรรมให้สูงส่งขึ้น

แต่วันเวลาที่อำนาจอันมหาศาลของโทรทัศน์ในการสร้างวัฒนธรรมของสังคมนั้นกำลังจะถึงจุดอับ ช่วงหลังทศวรรษ 1980 การเปิดรับโทรทัศน์ในช่วงชั่วโมงทองจะตกลงถึงร้อยละ 50 สิ่งที่เข้ามาแทนที่โทรทัศน์คือ เคเบิลทีวี

และเมื่อรูปแบบความบันเทิงเปลี่ยนจากลักษณะ "มวลชน" มาเป็นลักษณะ "เฉพาะกลุ่ม" ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของวิดีโอคลาสเส็ท เทปติดรถยนต์ วิทยุวอล์คแมน และเครื่องซีดีในบ้าน อำนาจในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์จึงเปลี่ยนมาสู่โลกส่วนตัวของประชาชน

ดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า อย่างน้อยมีคนกลุ่มหนึ่งที่ต้องการศิลปะ เช่น พอล อี. เกรย์ ประธานสถาบันเอ็มไอที กล่าวว่า *"วิศวกรผู้อาศัยและปฏิบัติงานอยู่ในสังคม จำเป็นที่จะต้องเข้าใจวัฒนธรรมและคุณค่าแห่งมนุษยชาติ"* เมื่อรูปแบบเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่เอื้ออำนวย ผู้คนจึงได้มีโอกาสซื้อวิดิโอเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมที่ปัจจุบันไม่ได้มีขายแต่เฉพาะในพิพิธภัณฑ์เท่านั้น หากแต่มีวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป ผู้คนเริ่มสะสมวิดีโอเหล่านี้เช่นเดียวกับสะสมหนังสือศิลปะ นี่เป็นตัวอย่างของรูปแบบ

หนึ่งของการประสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมและเทคโนโลยี

(6) **ผลกระทบด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม** เนื่องจากเทคโนโลยีในยุคอุตสาหกรรมส่งผลสะเทือนอย่างลึกซึ้งต่อสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสารเคมีที่ทิ้งตกค้างในพื้นดิน แม่น้ำ ทะเล การทำลายชั้นโอโซนในอากาศ การทำลายป่าไม้ รวมทั้งการสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตสปีชี่ต่าง ๆ จึงยังเป็นที่น่าเคลือบแคลงใจว่า เทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งมีลักษณะเป็นเทคโนโลยีชนิดหนึ่งเช่นเดียวกัน จะมีผลต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ รวมทั้งตัวมนุษย์ผู้ใช้ในทางบวกหรือทางลบอย่างไรบ้าง

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปจากยุคสมัยอุตสาหกรรมก็คือ มีคนกลุ่มหนึ่งที่เอาจริงเอาจังกับการตรวจสอบเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ โดยมิได้วางใจหรือบูชาคลั่งไคล้เทคโนโลยีอย่างในยุคก่อนหน้านี้ คนกลุ่มนี้มีแนวคิดว่า ถ้าเราไม่ควบคุมเทคโนโลยีแล้ว เทคโนโลยีก็จะหันมาควบคุมเรา

ข้อเสนอใหม่ ๆ ของกลุ่มผู้ห่วงใยผลกระทบของเทคโนโลยีต่อด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมก็คือ เทคโนโลยีนั้นไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่หรือมีราคาแพงและต้องไม่ผลักภาระต้นทุนขนาดใหญ่บางด้านให้สังคม เช่น การขจัดมลภาวะ การเลี้ยงดูคนตกงาน เป็นต้น พวกเขายังเสนอให้มีการสร้าง "เทคโนโลยีที่เหมาะสม" ซึ่งสร้างงานให้คนในท้องถิ่น ไม่ก่อมลภาวะ รักษาสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ รวมทั้งต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมของเทคโนโลยีในระดับโลก

เป็นที่คาดหวังกันว่า ข้อเสนอของกลุ่มที่คัดค้านเทคโนโลยีในแบบใหม่นี้จะเป็นพื้นฐานแก่การปฏิวัติทางเทคโนโลยีที่มีความเป็นมนุษย์มากขึ้น

(7) **ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อปัจเจกบุคคล** เมื่อเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีที่เคยมีมาแล้ว เทคโนโลยีสื่อสารนับว่ามีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของบุคคลมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การพักผ่อน การเลือกซื้อของ การ

ฝาก-ถอนเงินธนาคาร การรักษาพยาบาล ฯลฯ ดังนั้น จึงได้มีการพูดถึงผลกระทบอันอาจจะเกิดขึ้นต่อปัจเจกบุคคลกันอย่างกว้างขวาง

(7.1) ผลกระทบประการแรกที่มีต่อภาวะทางจิตใจของบุคคล คือ การที่สภาวะแวดล้อมมีการกระตุ้นมากจนเกินไป ข่าวสารข้อมูลมีมากจนเกินไป จนไม่รู้ว่าจะจัดการอย่างไรดี ทางเลือกต่าง ๆ มีให้มากเกินไป มีการศึกษาด้านจิตวิทยารายงานผลว่า การตัดสินใจของปัจเจกบุคคลจะด้อยประสิทธิภาพเมื่ออยู่ในภาวะที่ถูกกระตุ้นมากไป และเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดซึมลึกอยู่ภายในสังคมที่บุคคลไม่มีทางจะหลีกเลี่ยงได้ เมื่อถูกบังคับให้ต้องตัดสินใจภายใต้เงื่อนไขที่กดดัน บางคนจึงมีปฏิกิริยาด้วยการปฏิเสธอย่างสิ้นเชิง

(7.2) การย้อนคืนกลับไปสู่ศาสตร์ลี้ลับ อันเนื่องมาจากการรู้สึกสูญเสียอำนาจควบคุม ในยุคหนึ่งวิทยาศาสตร์เคยช่วยให้มนุษย์มีความมั่นใจในการเป็นนายเหนือธรรมชาติ และควบคุมสิ่งรอบตัวได้ คนจึงเลิกเชื่อถือศาสนาที่สอนให้รักการวางเฉย แต่ปัจจุบันนี้ พลังต่าง ๆ ในสังคมกำลังก้าวไปไกลเกินกว่าที่มนุษย์จะควบคุมได้ ดังนั้น มนุษย์จึงเลิกหลงใหลในวิทยาศาสตร์และหันกลับไปคลั่งไคล้ศาสตร์ลี้ลับต่าง ๆ เพื่อยึดเหนี่ยวเป็นแหล่งที่ให้ความมั่นใจ

(7.3) ผลกระทบที่กล่าวขวัญกันมากอีกประการหนึ่งคือ ในสังคมเทคโนโลยีอันซับซ้อนนั้น ความเป็นส่วนตัวของปัจเจกชนได้ลดน้อยลง ทั้งนี้เพราะประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถทะลุทะลวงขอบเขตของความเป็นส่วนตัวเข้ามาได้ (เช่นกรณีของโทรศัพท์ติดตามตามตัว) หรือเป็นเพราะผู้คนจำนวนมากก็เต็มใจที่จะแลกความเป็นส่วนตัวกับผลประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้ เช่น การมีเครื่องโทรศัพท์ติดต่อได้ทุกเวลา

แต่ทว่าเรื่องผลกระทบในความเป็นส่วนตัวนี้ก็ยังเป็นทัศนะที่ถกเถียงกันอยู่ เช่น มีผู้เสนอว่า ความเป็นส่วนตัวอาจจะลดน้อยลงในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา แต่ทว่าผลจากการลดความเป็นส่วนตัวแบบเดิมนั้นก็กลับให้ผลดีแก่เรา เช่น ข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้จะช่วยให้เราได้รับสวัสดิการต่าง ๆ อย่างเต็มที่

(7.4) ผลกระทบต่อวิธีคิดของมนุษย์ ในยุคเกษตรกรรมนั้นมนุษย์เรามีวิธีคิดที่ได้รับการถ่ายทอดหรือรับข่าวสารที่ประกอบกันมาอย่างดีแล้ว แต่ทว่า เมื่อย่างเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม ลักษณะของข่าวสารที่ไหลมากลับเปลี่ยนแปลงไป เราเปิดรับข่าวสารที่สั้นและชั่วคราว เช่น สปอตโฆษณา คำสั่ง ทฤษฎี หรือข่าวที่มีลักษณะสิ่งละอันพันละน้อยที่ไม่เข้ากับสารบบความคิดของเราที่มีอยู่ก่อน ดังนั้น เราจึงเกิดความรู้สึกขุ่นเคือง "วัฒนธรรมปลีกย่อย" เช่นนี้

แต่ทว่าในอนาคต สารบบความคิดของคนจะเปลี่ยนแปลงไป มนุษย์ยุคใหม่จะมีความสามารถที่จะเก็บข้อมูลมากที่สุดในเวลาอันสั้นแล้วก็ทิ้งไป แต่จะนำเอาเศษชิ้นเล็ก ๆ น้อย ๆ เหล่านั้นมาปะติดปะต่อกันเป็นทัศนะใหม่ที่ให้ภาพกว้างขึ้น ฉะนั้น เราจะไม่เป็นฝ่ายตั้งรับแนวคิดทั้งกระบวนที่ส่งผ่านมาจากภายนอกอีกต่อไปแล้ว หากแต่จะถูกบังคับให้ต้องคิดค้นปะติดปะต่อขึ้นเองใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ควบคู่ไปกับสารบบวิธีคิดใหม่ที่จะเกิดขึ้นนี้ จิตสำนึกใหม่ต่อเทคโนโลยีก็จะเกิดขึ้นเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มนุษย์เราจะต้องไม่ใช้เทคโนโลยีเพียงเพราะว่ามันมีอยู่แล้ว โดยไม่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้น (อันเป็นจิตสำนึกเดิมในยุคที่ยังมีเทคโนโลยีไม่มากนัก) แต่จะต้องพิถีพิถันกับการเลือกใช้เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น

5. ปฏิกิริยาจากนานาทัศนะ

ถึงแม้ว่าความเจริญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารจะขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วจนดูเหมือนว่ามนุษย์เราไม่อาจจะควบคุมได้ แต่ถึงอย่างไร มนุษย์ก็มิใช่จะถูกผลักดันไปข้างหน้าอย่างเดียว เหมือนเช่นยาสีฟันถูกบีบออกจากหลอด

เบื้องหน้าของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารนั้น มีปฏิกิริยาที่เป็นนานาทัศนะต่อประเด็นปัญหาที่ยังเปิดช่องว่างไว้ให้เติมคำสำหรับอนาคต ดังนี้

(1) ปฏิกิริยาอันแรกที่ผู้คนรู้สึกกังวลใจก็คือ การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารนั้น จะนำเอามา**ใช้แทนคน**หรือนำมาใช้**สนับสนุนคน** ทั้งนี้เพราะเราเคยมีประสบการณ์ว่า เมื่อมีการนำเอาคอมพิวเตอร์หุ่นยนต์เข้ามาใช้ในโรงงานก็ทำให้เกิดการปลดคนงานออกจำนวนหนึ่ง แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่งกลับมีผู้โต้แย้งว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสื่อสารจะช่วยให้เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย

(2) ในการสำรวจภาพรวมของทัศนคติต่อเทคโนโลยีสื่อสารได้พบว่ามี 3 ทัศนะที่ยังไม่สมบูรณ์ทั้งสิ้น ทัศนะแรก คือ พวกที่เชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีคือกลไกของความก้าวหน้าทุกอย่าง เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาของสังคมของเรา ทัศนะที่สอง เป็นพวกที่มองเทคโนโลยีในแง่ร้าย โดยเห็นว่าเทคโนโลยีเป็นตัวการมาช่วงชิงการงาน ความเป็นส่วนตัว การปกครองแบบประชาธิปไตย รวมทั้งศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ไปด้วย และพวกที่สามเห็นว่า ความก้าวหน้านั้นไม่มีค่าควรแก่การสนใจเป็นพิเศษแต่อย่างใด เพราะตั้งแต่อดีตก็มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลาอยู่แล้ว

(3) อันที่จริงสิ่งที่จะต้องระมัดระวังไว้เสมอก็คือ เทคโนโลยีนั้นมิได้เป็น

อิสระโดยไม่เกี่ยวข้องกับสังคมที่มันเกิดขึ้นและเจริญเติบโตอยู่ ตัวอย่างของงานทดลองของแอนโธนี โอตติงเกอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ พบว่า ในการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยมาทดลองใช้ในโรงเรียนมัธยมในสหรัฐฯ อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของการนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างรวดเร็วและเกิดผลนั้น ก็คือ โครงสร้างของระบบโรงเรียนในอเมริกาที่ดูเหมือนจะออกแบบไว้อย่างดีเยี่ยมเพื่อต่อต้านกับการเปลี่ยนแปลง เพราะฉะนั้น ในแต่ละสังคมก็จะมีวัฒนธรรมและโครงสร้างอำนาจที่จะกำหนดการคัดเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งอาจจะเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างเลือกสรรและเป็นประชาธิปไตย หรืออาจจะเป็นการหลับหูหลับตารับเอาเทคโนโลยีโดยการตัดสินใจของคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น

ดังนั้น ควบคู่ไปกับการอภิปรายเรื่องความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร จึงมีการพูดถึงเรื่องจะทำอย่างไรจึงจะ**จัดสังคมให้เกิดการเลือกสรรได้โดยอิสระ** และจะควบคุมเทคโนโลยีได้อย่างฉลาดสุขุมอย่างไรจึงจะเกิดผลในทางลบน้อยที่สุด นอกจากนั้น จำเป็นต้องมีการสำรวจปัญหาทางจริยธรรมว่า เทคโนโลยีข่าวสารนี้มีเพื่ออะไร ใครเป็นคนตัดสินใจ ยุติธรรมหรือไม่ ทางไปข้างหน้าที่ถูกต้องคืออะไร เป็นต้น

(4) มีข้อเสนอแนะด้านการใช้เทคโนโลยีในรูปแบบเดียวกับข้อเสนอแนะทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ ทางเลือกที่ดีที่สุดน่าจะเป็นการวางรูปแบบสังคมที่เราสามารถลดค่าใช้จ่ายของบุคคล ดีกว่าไปเพิ่มเงินให้ เช่น ตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายภายในบ้าน โดยแบ่งครึ่งหนึ่งเป็นค่าแก๊สและไฟฟ้า ลดค่าใช้จ่ายสำหรับรถ และอาจรวมทั้งลดสัปดาห์การทำงานเหลือ 4 วัน เพื่อให้เจ้าของบ้านได้ผลิตอาหารบ้าง ทั้งหมดนี้สามารถจะทำได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีไม่มากไปกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบันนัก

มุมมองของข้อคิดนี้ก็คือ ลำพังการพัฒนาเทคโนโลยีในตัวของมันเองนั้นไม่ได้เป็นสูตรสำเร็จในการแก้ปัญหาทุกอย่าง เทคโนโลยีไม่ใช่ตัวการเพิ่มความมั่งคั่ง ส่งเสริมสุขภาพและชีวิตที่ดีของคนเสมอไป และอาจให้ผลในทางตรงกันข้าม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีมากกว่า ตัวอย่างเช่น การตัดสินใจของรัฐบาลอังกฤษและฝรั่งเศสที่จะก้าวสุดหน้าไปกับโครงการเครื่องบินคองคอร์ด ที่จะประหยัดเวลาเพียงเล็กน้อยของคนกลุ่มเล็ก ๆ แต่หากใช้เงินลงทุนเพียงแค่ไม่ถึงหนึ่งในพันของการลงทุนทั้งหมด ก็สามารถจะใช้พัฒนารถจักรยานไฟฟ้าราคาถูกที่จะอำนวยการขนส่งช่วงสั้น ๆ แก่คนนับล้านได้

(5) อีกทัศนะหนึ่งที่ยังเป็นที่ถกเถียงกันก็คือ ในขณะที่เทคโนโลยีสื่อสารสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ขึ้นสำหรับมนุษย์และสังคม เช่น การนำเอาเครื่องเอทีเอ็มมาใช้ในการเบิก-ฝากเงินของธนาคารนั้น ทำให้ลดขั้นตอนของธนาคาร ขยายขีดจำกัดเรื่องเวลาให้บริการ ปลอดภัยมากขึ้นจากการจี้ปล้น ฯลฯ แต่ในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีนี้ก็สร้างปัญหาใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นเช่นกัน หรืออาจจะกล่าวว่า ปัญหาเดิม ๆ บางอย่างก็ยังไม่ได้แก้ไขให้ลุล่วงไป ตัวอย่างเช่น แม้นว่าผู้คนจะหันไปใช้เคเบิลทีวีแทนโทรทัศน์ แต่รูปแบบรายการก็ยังคงเน้นความบันเทิงมากกว่าสาระอยู่อย่างเดิม

หรือในกรณีของการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยด้านการรักษาพยาบาลก็เช่นกัน พัฒนาการทางเศรษฐกิจสามารถช่วยแก้ปัญหาเดิม ๆ ที่เทคโนโลยีเดิมได้สร้างไว้ เช่น คอมพิวเตอร์สามารถจะรับภาระด้านเทคนิคในการวิเคราะห์โรคและการรักษาโรคแบบปกติธรรมดาไปทำแทน แต่ปัญหาก็ยังคงเหลืออยู่ว่าบทบาทของแพทย์จะทำอะไรบ้าง แพทย์จะปล่อยให้คอมพิวเตอร์ทำงานแทนทั้งหมดแล้วก็สิ้นสุดการรักษา หรือว่าแพทย์จะหันมาเอาใจใส่ใน "ภาพรวม

ทั้งหมด" ของคนไข้ที่คอมพิวเตอร์ไม่อาจจะทำได้ (การให้กำลังใจ การเชื่อมั่นในตัวคนไข้ ฯลฯ)

(6) ในท้ายที่สุด มีข้อเสนอแนะว่า สำหรับในอนาคตนั้น ลัทธิบูชาเทคโนโลยีหรือลัทธิหวาดกลัวเทคโนโลยีจะไม่สามารถใช้การได้กับสังคมข่าวสารต่อไปอีกแล้ว มนุษยชาติในอนาคตจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับความเจริญของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างกล้าหาญ

ประเด็นสำคัญที่ได้กล่าวมาแต่ต้นก็คือ การตัดสินใจเลือกนำเทคโนโลยีมาใช้จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบจากทั่วทุกกลุ่มทั่วทุกส่วนของสังคม และต้องมีการตั้งคำถามอย่างรอบด้าน จำเป็นต้องมีการสร้างกลไกการตรวจสอบทั้งจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ กลุ่มประชาชน กลุ่มนักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ ในทุกกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรสนับสนุนให้บรรดาตัวอุตสาหกรรมเอง ตั้งทีมวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแต่ต้นแล้วว่า เทคโนโลยีสื่อสารจะมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของคนทุกคน ดังนั้น ผู้ที่ได้รับผลจึงต้องมีสิทธิและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยเสมอ*

---

*__ที่มา__: เอกสารประกอบโครงการอาศรมความคิด เรื่อง "เทคโนโลยีสารสนเทศกับสื่อมวลชน" คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 5 กรกฎาคม 2537

เอกสารประกอบการค้นคว้า

1. สุกัญญา ตีระวนิช และคณะ (เรียบเรียง). **คลื่นลูกที่สาม** (แปลจาก **The Third Wave** by Alvin Toffler) สำนักพิมพ์ยินหยาง, 2532.
2. ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ, (แปลและเรียบเรียง). **อนาคตทำนาย** (แปลจาก **Megatrends 2000** by John Naisbitt and Patricia Aburdene), สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง, 2534.
3. กำพล นิลวรรณ (แปล), **อนาคตระทึกขวัญ** (แปลจาก **Future Shock** by Alvin Toffler), สำนักพิมพ์แสงดาว, 2534.
4. ขัตติยา กรรณสูต (แปล). **การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี: ผลกระทบต่อมนุษย์และสังคม** (แปลจาก **Technological Change : Its Impact on Man and Society** by E.G. Mesthene), สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2530.
5. แสวง จงสุจริตธรรม (แปล). **อนาคตวิทยาคืออะไร** (แปลจาก **Understanding Futurology** by Alan E. Thompson), สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2530.
6. พระไพศาล วิสาโล และสมควร ใฝ่งามดี, **แลขอบฟ้าเขียว**. มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2533.
7. ยงชัย เจิดอำไพ (แปล). **คอมพิวเตอร์: ความหวังหรือหายนะ**, (แปลจาก **The Silicon Society** by David Lyon), อักษรสาส์น, 2531.
8. เฟรเดริค วิลเลียม (แต่ง) สุรัตน์ นุ่มนนท์ (แปล). **ปฏิวัติการสื่อสาร** (แปลจาก **The Communications Revolution** by Frederick, Williams), สำนักพิมพ์บรรณกิจ, 2529.
9. ชัยวัฒน์ คุประตกุล. **คอมพิวเตอร์: หุ่นยนต์คอมพิวเตอร์และท่าน**.

สำนักพิมพ์เม็ดทราย, 2530.

10. **เทคโนโลยี** (ฉบับเทคโนโลยีสื่อมวลชน) ปีที่ 20 ฉบับที่ 114 เมษายน-พฤษภาคม 2537), สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
11. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "การสื่อสารกับเทคโนโลยีสมัยใหม่: แนวโน้มการศึกษาและวิจัยด้านนิเทศศาสตร์", วันที่ 18-19 พฤษภาคม 2530 ณ ห้องประชุมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
12. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ, "ผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลไทย", **วารสารนิเทศศาสตร์** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่ 9 เทอมปลาย 2530-เทอมต้น 2531, หน้า 42-44.
13. อรวรรณ ปิลันธโอวาท. "Information Technology and National Development: One Step Forward or Backward For Thailand?", **วารสารนิเทศศาสตร์**, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่ 11 เทอมปลาย 2533 หน้า 48-56.
14. สมชาย เล็กเจริญ. "เทคโนโลยีสมัยใหม่กับการบริการสารนิเทศ", **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์**, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปีที่ 1 ฉบับปฐมฤกษ์ (ธันวาคม 2535), หน้า 37-44.

การจับภาพวัฒนธรรมไทยเมื่อใกล้ปีค.ศ.2000

มุมมองจากสื่อมวลชน

1. นิยามและทิศทางของบทความ

ในขณะที่คนโบราณมักจะเริ่มต้นการทำกิจกรรมใดๆ ที่ต้องอาศัยความรู้เป็นเครื่องนำทางด้วยการไหว้ครู ธรรมเนียมของการเขียนบทความก็มักจะเริ่มต้นด้วยการให้คำนิยามสิ่งที่กำลังจะเขียนถึง

คำสำคัญในข้อเขียนชิ้นนี้ คือคำว่า "วัฒนธรรม" ซึ่งผู้เขียนขอดำเนินรอยตามนักสังคมศาสตร์ชาวอังกฤษ ชื่อเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ที่นิยาม "วัฒนธรรม" เอาไว้อย่างกว้างขวางว่า เขาจะดูทั้ง**สิ่งที่เป็นวัตถุ** (เช่น ถ้วยโถโอชาม) และ**สิ่งที่ไม่ใช่วัตถุ** (เช่น การก่อตัวของโครงสร้างสังคม) ซึ่งมนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นมา มิติของวัฒนธรรมด้านนี้ถือว่าเป็น "วัตถุวิสัยของวัฒนธรรม" (Objectivity of culture) และยิ่งไปกว่านั้น เขายังจะให้ความสนใจกับ**ความคิดคำนึงไตร่ตรอง** (Reflection) ที่มีอยู่ในสำนึกของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว มิติด้านนี้ถือเป็นด้าน "อัตวิสัยของวัฒนธรรม" (Subjectivity) ซึ่งในแวดวงนักวิชาการไทยเรียกขานกันต่าง ๆ ออกไป เช่น ธีรยุทธ บุญมี เรียกว่าเป็น "ความทรงจำร่วม" (Collective memory) อาจารย์อานันท์ กาญจนพันธ์ เรียกว่าเป็น "วิธีคิด" และโดยทั่วไปมักจะถูกเรียกว่าเป็น "สำนึกหรือจิตสำนึก"

เรื่องราวของวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะที่ผู้เขียนจะจับภาพดูนี้ จะเน้นหนักในความหมายหลังของวัฒนธรรม โดยจะสนใจดูปฏิกิริยาของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่แสดงสำนึกของเขาออกมาเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม

ตัวอย่างเช่น เมื่อนายทหารใหญ่ของไทยเสนอหลักการ "เสียสัตย์เพื่อชาติ" ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมใหม่ที่พลิกลำดับความสำคัญของคุณค่าเรื่อง "ชาติ" มาเหนือกว่าคุณค่าเรื่อง "สัจจะ" นั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีปฏิกิริยาต่อการเปลี่ยนวัฒนธรรมนี้อย่างไร เป็นต้น

เมื่อพิจารณาลงไปในระดับรูปธรรมแล้ว ผู้เขียนเองสังกัดแนวคิดสำนักวิชาการที่เชื่อว่า เราไม่อาจจะพูดถึง "วัฒนธรรมไทย" แบบที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษด้วยตัว C ตัวใหญ่เพียงตัวเดียวได้ กล่าวคือ วัฒนธรรมไทยไม่ได้มีอยู่เพียงวัฒนธรรมเดียว แต่**วัฒนธรรมไทย**เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมไทย ระหว่างวัฒนธรรมหลวงกับวัฒนธรรมราษฎร์บ้าง ระหว่างวัฒนธรรมของชนชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นล่างบ้าง เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมของคนเมืองกับคนชนบทบ้าง และรูปแบบของความสัมพันธ์นี้จะมีทั้งส่วนที่สอดคล้องกลมกลืนกันบ้าง ขัดแย้งกันบ้างแตกหักกันบ้าง และอาจจะประนีประนอมกันบ้าง

และเพื่อให้การจับภาพของวัฒนธรรมไทยมีความเป็นปัจจุบันและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น ผู้เขียนจะพิจารณาออกไปถึงมิติความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมไทยโดยรวมกับวัฒนธรรมสากลของโลก โดยที่บรรยากาศของความสัมพันธ์นี้ได้แปรเปลี่ยนไปจากอดีตสมัยก่อนนั้นคงจะมีแต่วัฒนธรรมของชนชั้นสูงที่มีโอกาสได้สังสรรค์กับวัฒนธรรมสากลของชาติตะวันตก และในยุคที่เริ่มทำให้ประเทศทันสมัย วัฒนธรรมของชนชั้นกลางก็เริ่มมีโอกาสได้สัมผัสกับโลกภายนอกบ้าง แต่ในยุคสมัยปัจจุบันที่เป็นโลกไร้พรมแดนนี้ สภาวการณ์ของแรงงานข้ามชาติที่อพยพโยกย้ายกันอย่างปลิวว่อน ทำให้คนไทยจากทุกชนชั้นได้มีโอกาสสัมผัสกับวัฒนธรรมสากลด้วยตัวเอง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรม

สากลจึงเปลี่ยนไปจากอดีตทั้งสองยุค และเราอาจจะทราบถึงสำนึกของคนไทยบางกลุ่มที่มีปฏิกิริยาต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งได้ถูกบันทึกเอาไว้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังเช่น ผลงานเรื่องสั้นของลาวคำหอม เรื่อง "คนพันธ์" ที่บันทึกภาพการพบกันระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกกับวัฒนธรรมของชาวชนบทไทยในยุคการทำประเทศให้ทันสมัย กับละครโทรทัศน์เรื่อง "ดอกกระถินริมรั้ว" (ปี 2537) (ที่มีตัวละครเป็นลูกชายกำนัน และมีโอกาสไปเรียนเมืองนอกพร้อมกับได้เมียแหม่มกลับมา) ซึ่งเป็นการกลับมาพบกันอีกครั้งหนึ่งระหว่างสองวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์

สำหรับวัตถุดิบที่จะใช้ศึกษาทำความเข้าใจกับการเคลื่อนไหวของ "วัฒนธรรม" นั้น โดยอาศัยแนวคิดด้านสังคมวิทยาของสำนักปรากฏการณ์นิยม (Phonomenology) เป็นหลัก ผู้เขียนจึงจะให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนไทย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเน้นหนักปรากฏการณ์ด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่แวดล้อมชีวิตของผู้เขียนอยู่

2. วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลงสำนึกของสังคม

เนื่องจากวัฒนธรรมไทยเป็นวิถีชีวิตของสังคมไทยที่กำลังเคลื่อนไหวไหลเรื่อยไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากต้องการจะ "จับภาพ" ของการเคลื่อนไหวนี้ ก็คงต้องมีกล้องมาบันทึกภาพ ในที่นี้ ผู้เขียนจะใช้กล้องที่มีเลนส์อยู่ 2-3 ตัว ซึ่งพูดในภาษาวิชาการก็คือ ผู้เขียนจะขออาศัยแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม" "วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง" (Mass Mediated Culture) และ "การสร้างภาพความเป็นจริงทางสังคม" (Social Construction of Reality) มาเป็นกรอบการพิจารณา

สำหรับแนวคิดแรกคือ เรื่อง "วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม" นั้น ผู้เขียนสนใจแนวคิดของปีเตอร์ เบอร์เกอร์ (Peter Berger) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน สำนักปรากฏการณ์นิยม ที่สนใจว่า ลักษณะของสังคมที่มีความทันสมัย (Modernity) เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นั้นจะสร้างผลกระทบอะไรบ้างให้เกิดกับสำนึกของผู้คน

เบอร์เกอร์กล่าวถึง "สังคมสมัยใหม่" ว่า เป็นสังคมที่มีต้นกำเนิด มีวิวัฒนาการ และมีการก่อตัวมาบนระบบเศรษฐกิจที่ใช้หลักเหตุผลและใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก (rationalized & technological economy) รวมทั้งสถาบันอื่น ๆ ของสังคมก็พัฒนาไปในลักษณะเดียวกัน สังคมเช่นนี้ก่อผลกระทบอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งต่อสำนึกของบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในสังคมนั้น ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิตประจำวัน สำนึกต่อเรื่องเวลาและจังหวะของชีวิต (เช่น ทุกอย่างต้องรีบร้อนและรวดเร็ว ต้องบริหารเวลาเป็นนาที) ต่อการพัฒนาความเป็นตัวตน (เช่น เอกลักษณ์ของเอกบุรุษ โดดเด่นไม่เหมือนใคร) ต่อการตีความหมายของชีวิตและจักรวาล (ที่เห็นชัดคือมิติด้านศาสนา เช่น การจัดทำเหรียญหลวงพ่อคูณ รุ่น "กูรักมึง") รวมทั้งธรรมชาติของการเมือง เช่น ประชาชนไทยมีสำนึกว่า ปัญหาคอขาดบาดตายที่สุดในระบบประชาธิปไตยคือ การซื้อขายเสียง

เมื่อนำแนวคิดของเบอร์เกอร์มาส่องดูสังคมไทยในปัจจุบันนี้ ผู้เขียนเข้าใจว่า ปัจจุบันนี้คนไทยทั้งหมดคงจะเห็นพ้องต้องกันอย่างแน่นอนว่าสังคมไทยเราเป็นสังคมที่มีความทันสมัยอย่างแน่นอน (ความทันสมัยนี้แต่ก่อนเราเรียกว่าเป็น ประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ปัจจุบัน เราเขยิบมาเรียกว่า เป็นสังคมยุคโลกาภิวัตน์) อย่างน้อยดูในระดับหน้าตาของสังคมก็ก้าวหน้าทันสมัยเหมือนนานาประเทศอื่นเขา

ในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงจากสังคมไทยสมัยโบราณมาเป็นสังคมไทยยุคทันสมัยนั้น มีสำนึกบางอย่างทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ กล่าวคือ ในยุคของสังคมไทยสมัยเก่า ผู้เขียนเข้าใจว่า บรรพบุรุษของเราอาจจะค่อนข้างมั่นใจว่า เรามีวัฒนธรรมไทย และแม้จะรู้ว่ามีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงดัดแปลงวัฒนธรรมนี้ไปบ้าง แต่ความมั่นใจในวัฒนธรรมไทยน่าจะมีอยู่มากกว่า โดยเปรียบเทียบกับสังคมไทยในยุคสมัยใหม่นี้ ซึ่งคนรุ่นปัจจุบันชักจะไม่แน่ใจแล้วว่า สิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรมไทย" นั้นมีความหมายหรือไม่ในสังคมเช่นนี้ และถ้ามีความหมายจริง ๆ จะมีความหมายอย่างไร"

เหตุการณ์ที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนมาตรหยั่งวัดความลึกของสำนึกที่มีต่อวัฒนธรรมไทย ก็คือ การสร้างโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทยขึ้นมาในปี พ.ศ.2537 ซึ่งเมื่อเริ่มเปิดตัวขึ้นมา ก็ได้ก่อให้เกิดการแตกตัวของความคิดที่จะตีความหมายของเหตุการณ์ครั้งนี้ออกเป็นหลายสาขา บางกระแสตีความว่า การรณรงค์นั้นน่าจะหมายความว่า เรากำลังระดมสรรพกำลังของวัฒนธรรมไทยให้กระชับแข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อก้าวไปพร้อมกับวัฒนธรรมโลก หรืออาจจะมีความหมายว่า วัฒนธรรมไทยกำลังอยู่ในอาการป๊อแป๊เต็มทีจนต้องลุกขึ้นมารณรงค์กัน

ปฏิกิริยาที่คนไทยกลุ่มต่าง ๆ มีต่อการรณรงค์วัฒนธรรมไทยนั้น เป็นมิติด้านอัตวิสัยทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้เขียนพบว่า อย่างน้อยก็มีอยู่ 4 สำนึก สำนึกแรกมาจากกลุ่มที่มองโลกในแง่ดีว่า โครงการรณรงค์เช่นนี้จะมีประโยชน์ เนื่องจากเป็นกระบวนการสืบทอดวัฒนธรรมไทยให้แก่คนรุ่นหลัง โดยที่ตามปกติการสืบทอดนี้ อาจจะทำอย่างเป็นแบบธรรมชาติค่อยเป็นค่อยไป แต่การจัดระบบให้เป็นรูปแบบของการณรงค์ ก็อาจจะสร้างความคึกคักทาง

วัฒนธรรมให้เกิดขึ้นได้อย่างเต็มที่ (เหมือนบรรยากาศของการลงแขกทางวัฒนธรรม) ส่วนกลุ่มที่สองเห็นว่า วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เป็นธรรมดาของชีวิต เป็นเรื่องที่มารณรงค์กันไม่ได้ รณรงค์ไปก็ผิดธรรมชาติของวัฒนธรรม เพราะฉะนั้น จะรณรงค์หรือไม่รณรงค์ก็มีผลเหมือนกัน กลุ่มที่สามมีความเห็นว่า ถ้าจะรณรงค์กันแล้วก็ควรทำตั้งแต่สุดยอดจนถึงระดับรากลึก ที่เรารณรงค์วัฒนธรรมกันอยู่นั้นยังเป็นแค่ระดับเปลือก ยังเจาะไม่เข้าถึงแม้แต่ชั้นของกระพี้ เพราะฉะนั้นเรื่องจะเข้าให้ถึงแก่นคงไม่ต้องพูดถึง และทัศนะสุดท้ายที่ค่อนข้างจะมองโลกในแง่ร้าย เนื่องจากกลุ่มนี้ได้ตีความว่า สิ่งใดก็ตามที่ถูกหยิบยกมารณรงค์นั้น ย่อมส่อแสดงถึงภาวะอันอ่อนแอหรือภาวะซะงักงันของสิ่งนั้นอยู่เสมอ การหยิบเรื่องวัฒนธรรมไทยมารณรงค์ก็ย่อมแปลว่า วัฒนธรรมไทยกำลังตกอยู่ในอาการที่มีแต่ทรงกับทรุดเท่านั้น

ผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า ปรากฏการณ์การเกิดขึ้นทั้งที่มาและที่ไปของโครงการรณรงค์ทางวัฒนธรรม (ซึ่งได้ข่าวว่าเป็นแห่งเดียวในโลก) รวมทั้งปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้คนและสถาบันต่าง ๆ (การจัดกิจกรรม การจัดสัมมนา การทำสปอตโฆษณา) ของคนไทย เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจศึกษา รวมทั้งผลที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบหรือผลสืบเนื่อง ซึ่งคงจะไปไกลกว่าตัวเป้าหมายของโครงการเอง เป็นเรื่องที่นักวิชาการด้านวัฒนธรรมน่าจะใช้เป็นวัตถุดิบในการศึกษาได้อย่างดี

3. **วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง** (Mass-Mediated Culture)

ในหมู่นักวิชาการด้านสื่อมวลชนได้ตั้งข้อสังเกตความแตกต่างระหว่างสังคมสมัยก่อนกับสังคมสมัยใหม่ว่า ลักษณะประการหนึ่งที่แตกต่างกันก็คือ

ในสังคมสมัยใหม่นั้น สื่อมวลชนได้เพิ่มบทบาททั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างมากขึ้น ทั้งต่อชีวิตผู้คน ต่อสถาบันสังคม และต่อสังคมทั้งหมด โดยรวม สื่อมวลชนได้สอดแทรกตัวเองเข้าไปเป็นยาดำในทุกกิจการ ในทุกซอกทุกมุมของสังคม อย่างที่เรียกว่า แทบจะไม่มีบุคคลใด ไม่มีหลืบซอกใดของสังคมที่จะหลุดรอดไปจากการปฏิบัติการของสื่อมวลชน และทั้งนี้ย่อมหมายความว่าสื่อมวลชนได้เพิ่มอิทธิพลต่อสังคมขึ้นมาด้วย โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรม ยิ่งสังคมทันสมัยมากยิ่งขึ้น โทรทัศน์ก็จะยิ่งเพิ่มบทบาทในฐานะเป็นตัวกลั่นวัฒนธรรมที่สำคัญมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นักวิชาการกลุ่มที่สนใจศึกษาเรื่องนี้ได้ขนานนามวัฒนธรรมที่กำลังมีอยู่ในโลกสมัยใหม่นี้ว่า "วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง" และวัฒนธรรมของสื่อมวลชนนั้นเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นกลางเป็นหลัก

ในการนำแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง" มาจับภาพดูสังคมไทยปัจจุบันนั้น ผู้เขียนมีความสนใจใน 3 ประเด็น คือ บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะศูนย์กลางสร้างภูมิปัญญาของสังคม การเข้าแทนที่ของสื่อมวลชนในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการจัดลำดับความสำคัญระหว่างผู้ผลิตและผู้แพร่กระจายอุดมการณ์ของสังคม

ในวัฒนธรรมไทยโบราณนั้น ความคิดหรือความรู้ต่าง ๆ ของคนโบราณมักจะได้มาจากประสบการณ์ตรงของตนเอง (direct experience) เพราะคนไทยยังให้ความสำคัญกับ "สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น สิบตาเห็นไม่เท่ามือคลำ" บรรดาวีรบุรุษในนิทานพื้นบ้านของไทยต้องบุกป่าผ่าดงไปพบ "ตัวจริงเสียงจริง" ด้วยตัวเองทั้งนั้น

แต่ในปัจจุบันนี้ วิถีทางได้มาซึ่งความรู้ของคนไทยปัจจุบัน และรูปแบบความสัมพันธ์ของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไป ถ้าเราถามเด็ก ๆ ถึงภูมิความรู้

ทั้งหมดที่เขามีอยู่ และตรวจสอบกลับไปถึงแหล่งที่มาของความรู้นั้น เราจะพบว่า ความรู้เกินกว่าครึ่งล้วนมาจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "โทรทัศน์" (เช่น ภาษา และถ้อยคำที่เด็ก ๆ ใช้พูดจากัน ก็เลียนแบบมาจากโทรทัศน์เกือบทั้งหมด) แม้แต่ผู้ใหญ่เองก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันนี้คนไทยจะเคยเห็นปะการังใต้ทะเลลึก เคยปีนยอดเขาหิมาลัย เคยเห็นแปลงดอกทิวลิปในประเทศเนเธอร์แลนด์ แต่ประสบการณ์ทั้งหลายนี้ล้วนแล้วแต่เป็นประสบการณ์ผ่านสื่อ (Mediated Experience) มิใช่ประสบการณ์ตรงแต่อย่างใด

และในขณะที่ภูมิความรู้และภูมิปัญญาของคนไทยส่วนใหญ่สร้างมาจากสถาบันสื่อมวลชนนั้น สถาบันนี้ได้สถาปนาความน่าเชื่อถือของตัวสถาบันมากยิ่งขึ้นทุกที ปัจจุบันคนไทยอาจจะรับฟังข่าวลือที่เล่ากันปากต่อปาก แต่ถ้าหนังสือพิมพ์ลงสัมภาษณ์เจ้าของเรื่อง ผู้คนก็จะพาเชื่อว่า ข้อสรุปนั้นอยู่ในหนังสือพิมพ์ สำนึกของคนไทยปัจจุบัน (ส่วนใหญ่) จะพูดว่า "เรื่องนี้ต้องเป็นเรื่องจริง เพราะถ้าไม่จริง หนังสือพิมพ์จะเอามาลงหรือ" และระดับของความน่าเชื่อนี้ก็อาจจะแปรผันไปตามประเภทของสื่อ เช่น ถ้าเป็นวิทยุอาจจะน่าเชื่อถือมากกว่าหนังสือพิมพ์ แต่ถ้าเป็นโทรทัศน์แล้วจะมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ตัวอย่างของกรณีดังกล่าวก็เช่น เมื่อหนังสือพิมพ์ลงข่าวสตรีไทยที่โชคดีไปแต่งงานกับเศรษฐีเจ้าชายแห่งตะวันออกกลาง และมีคนเขียนจดหมายไปขอเงินทองจากเธอมากมาย สตรีคนนั้นจึงต้องมาออกโทรทัศน์แถลงข่าวว่า เธอไม่ได้แต่งงานจริง และคนทั่วไปจะเชื่อถือทีวีมากกว่า เพราะมีทั้งภาพและเสียงมาปรากฏเป็นหลักฐานยืนยัน

ความน่าเชื่อถือของโทรทัศน์เกิดขึ้นเนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่สอดรับกับความเชื่อเดิมของคนไทยที่ว่า "สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น" (Seeing is believing) (โดยที่ลืมไปว่า ที่ตาเห็นนั้นเป็นการ**เห็นภาพในจอโทรทัศน์** ไม่ใช่

เห็น**ของจริง**) และอันที่จริง นักวิชาการด้านสื่อมวลชนเห็นว่า ความน่าเชื่อถือดังกล่าวเป็นอันตรายมาก เพราะอันที่จริง ภาพที่ปรากฏในสื่อนั้นไม่เคยเป็นภาพที่แท้จริงเลย แต่เป็น "ภาพที่ถูกเลือกสรร ถูกตัดต่อ ถูกตกแต่งแล้ว" ทั้งสิ้น (คนบางคน หน้าตาจริง ๆ ดูดี แต่เนื่องจาก "ไม่ขึ้นกล้อง" จึงถ่ายภาพออกมาไม่สวย) ดังนั้น สูตรที่ถูกต้องของวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลางจึงเป็น "ภาพที่เห็นล้วนเป็นสิ่งลวงตา" (Seeing is deceiving)

จากความเจริญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างมาก และมีผลกระทบต่อสำนึกบางประการของบุคคลในเรื่อง "ต้นฉบับ" (original) และ "ของเลียนแบบ" ในขณะที่ยุคสมัยของ Modernism" นั้น อาจจะสนใจที่จะทำของเลียนแบบให้เหมือนกับต้นฉบับให้มากที่สุด และยังคงให้ความสำคัญอย่างมากกับ "ต้นฉบับ" (เช่น การให้ราคาภาพของแท้ที่ศิลปินเป็นคนวาดขึ้น) แต่ในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคหลังสมัยนั้น (Post-Modern) เราสามารถที่จะสร้างเครื่องถ่ายเอกสารที่กล้าประกาศว่า "ถ่ายได้**คมชัดกว่า**ต้นฉบับจริง" หรือนักร้องไทยที่ไม่สนใจว่าเสียงจริงจะเป็นอย่างไร เพราะถ้าได้ "ไมโครโฟนหรือเครื่องมิกซ์เสียงดีซะอย่าง" ก็ออกมาเสียงดีไปเอง

สภาพการณ์ดังกล่าวได้เปลี่ยนสำนึกของคนไทยในเรื่องเกี่ยวกับการแสวงหาภูมิปัญญา ซึ่งแต่เดิมนั้นอาจจะเคยก้ำกึ่งกันอยู่ระหว่าง "ความเพียรพยายามฝึกฝนด้วยตนเอง" กับ "การแสวงหาของวิเศษ" มาใช้ แต่ปัจจุบันนี้เมื่อของวิเศษนั้นกลายเป็น "ของอภิมหาวิเศษอมตนิรันดร์กาล" ไปแล้ว ก็ไม่มีความหมายอันใดที่คนไทยจะต้องเพียรพยายามฝึกฝนตนเอง สำนึกดังกล่าวสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดการพึ่งพาเทคโนโลยีอย่างสูง และในอนาคต หากอาการเสียสมดุลระหว่างความสามารถของ "มนุษย์" กับ "เทคโนโลยี" ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่องเช่นที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบัน เราก็คงจะมี "เครื่องคิด

เลขและคอมพิวเตอร์ที่แสนฉลาด" พร้อมกับเด็กไทยที่แม้แต่จะบวกลบคูณหารก็ยังไม่สามารถจะทำได้ด้วยการนับนิ้วมือของตัวเอง

และเมื่อภูมิปัญญาส่วนใหญ่มิได้เกิดมาจากประสบการณ์ตรง หากแต่เกิดมาจากการถ่ายทอดของสื่อ โดยเฉพาะในเงื่อนไขที่เราไม่อาจจะหาประสบการณ์ตรงมาตรวจสอบประสบการณ์ที่มาจากสื่อได้นี้ ก็จะนำไปสู่สภาพการณ์ที่สื่อสามารถจะครอบครองความสำคัญ (Hegemony) ในการเป็นสถาบันที่แสวงหาและเลือกองค์ความรู้ที่จะมานำเสนอต่อสังคม ด้วยเหตุนี้จากแนวคิดเดิมของสังคมไทยเรื่อง "ฤาษีแปลงสาร" ที่เน้นความสำคัญของ "ตัวสื่อกลาง" (Mediator) ว่าสามารถจะเปลี่ยนแปลงเค้าโครงเรื่องทั้งหมดได้ก็จะมาออกฤทธิ์อย่างจริงจังในยุคสังคมข่าวสารนี้เอง

ในหมู่นักวิชาการไทยโดยเฉพาะสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง อาจจะคุ้นเคยกับแนวคิดเรื่องการพิจารณาสื่อมวลชนในฐานะกลไกสำคัญทางสังคมในยุคโลกสมัยใหม่ และมักจะมีความเข้าใจว่า "ใครก็ตามที่สามารถจะยึดกุมสื่อมวลชนได้ คนกลุ่มนั้นก็สามารถจะยึดกุมกระบวนการสร้างสรรค์จิตสำนึกทั้งหมดของผู้คนในสังคมได้" อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประวัติการก่อตัวของสถาบันสื่อมวลชนนั้นยังมี "ชนักทางประวัติศาสตร์" ติดหลังมาอยู่ประการหนึ่งคือการเป็น "เวทีเสรีทางความคิด" ด้วยเหตุนี้ ในปรากฏการณ์ที่เป็นจริงของสังคมไทย เราจึงไม่อาจจะกล่าวได้ว่า เคยมีคนกลุ่มใดสามารถที่จะยึดกุมสถาบันสื่อมวลชนได้อย่างแน่นอน เพราะสถาบันนี้เป็นพื้นที่ที่ไม่เคยว่างเว้นจากการต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมจากคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเลย และยังคงมีการผลัดกันรุกผลัดกันรับ ผลัดกันเข้ายึดครองชัยชนะอยู่ตลอดเวลา

4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมาเป็นความสัมพันธ์ผ่านสื่อ

สังคมไทยโบราณนั้นเป็นสังคมที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ต้องมาเห็นหน้าเห็นตากัน (Interpersonal/Face-to-Face Relationship) เป็นอย่างมาก คนไทยโบราณต้องเดินทางไปเยี่ยมเยือนไปมาหาสู่ถามทุกข์สุขของกันและกัน สัญญาณที่จะบ่งบอกอาการที่ความสัมพันธ์จางหายไป ก็ดูกันที่ "หายหน้าหายตาไปนาน" หรือ "หายหัวไปไหนมา" และในระยะเริ่มแรกที่เรานำเอาสื่อสมัยใหม่เข้ามาใช้นั้น คนไทยยังวางฐานะของการใช้สื่อสมัยใหม่เอาไว้ต่ำกว่าความสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตา ตัวอย่างเช่น นักเรียนจะลังเลที่จะโทรศัพท์ไปหาอาจารย์ เพราะรู้สึกว่าไม่สุภาพ แต่จะต้องไป "ขอเข้าพบ" ด้วยตนเอง เป็นต้น

แต่สำหรับสภาพการณ์ของวัฒนธรรมไทยปัจจุบันนั้น กำลังมีการเคลื่อนย้ายสำนึกเดิมๆในเรื่อง**ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**ไปสู่**ความสัมพันธ์แบบผ่านสื่อ** ดังจะเห็นได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์ชุดหนึ่งที่ประทับใจผู้คนอย่างมาก เพราะเนื้อหาของโฆษณาตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนหลายๆ ฝ่ายคือ โฆษณาโทรศัพท์ชนิดที่มีภาพประกอบ ซึ่งช่วยให้ "คุณพ่อ" นักธุรกิจที่(เข้าใจว่า)กำลังอยู่ในสนามบิน สามารถที่จะเล่านิทานก่อนนอนให้ลูกสาวตัวเล็กที่อยู่ที่บ้านฟังได้ โฆษณาชิ้นนี้ถูกใจบรรดากลุ่มสตรีนิยมที่เห็นว่าผู้ชายได้เข้ามามีบทบาทในการดูแลลูก ถูกใจนักคติชนวิทยาที่รื้อฟื้นอาการเล่านิทานขึ้นมาใช้อีกในชีวิตประจำวัน ถูกใจนักธุรกิจที่เห็นว่า แม้จะยุ่งเรื่องงาน แต่ก็ไม่เคยลืมเรื่องครอบครัว ถูกใจนักจิตวิทยาที่พ่อแม่สนใจเรื่องบทบาทการอบรมเลี้ยงดูมากขึ้น และที่ถูกใจมากที่สุดหากโฆษณาชิ้นนี้ถูกใจคนจำนวนมาก เห็นจะได้แก่เจ้าของกิจการโทรศัพท์แบบมีภาพประกอบที่จะได้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

โฆษณาชุดนี้เป็นเสาบอกระยะทางสภาพชีวิตของวัฒนธรรมไทยปัจจุบันว่า เรากำลังเคลื่อนย้ายรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแบบที่ "เคยต้องอยู่พร้อมหน้ากัน" (Face-to-Face Relationship) มาเป็นรูปแบบความสัมพันธ์แบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated Relationship) และในชีวิตจริง สัดส่วนของรูปแบบความสัมพันธ์ของคนไทยเริ่มเป็นตามแบบโฆษณาโทรทัศน์ชุดดังกล่าวมากยิ่งขึ้นทุกที เมื่อพ่อแม่ไม่มีเวลาจะพบหน้าลูกก็อวยพรวันเกิดด้วยการส่งเพจไปฝากข้อความเอาไว้ หนุ่มสาวที่จะบอกรักกันในสมัยนี้ก็คงใช้วิธีส่งแฟกซ์บอกกัน

และหากการเคลื่อนย้ายดำเนินคืบหน้าไปในทิศทางดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารก็น่าจะเปลี่ยนแปลงไปจากแต่เดิมที่เคยต้องเห็นหน้าเห็นตากัน คนไทยยุคใหม่ก็คงต้องปรับอารมณ์ความรู้สึกว่า "แค่ได้เห็นข้อความที่ฝากในแพ็คลิงค์ ก็รู้สึกได้เท่าที่เห็นหน้าแล้ว" จากแต่เดิมที่เคยมีข้อข้องใจก็ "จับเข่าคุยกัน" ก็คงต้องเปลี่ยนมาปรับความเข้าใจด้วยการ "ฝากข้อความปรับความเข้าใจกันผ่านกระดานอิเล็กทรอนิกส์ในคอมพิวเตอร์" และสำหรับสามีภรรยาที่เริ่มมีข้อขัดข้องทางความสัมพันธ์ในครอบครัวนั้น ก็คงจะไม่เพียงแค่ "หันหลังให้กัน" เท่านั้น แต่คงจะ "ปิดแฟกซ์ถอดปลั๊กโทรศัพท์" ออกจากกันอีกด้วย

การปรับอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น วิธีคิด และการกระทำของคนไทยนี้ คงจะดำเนินไปอย่างควบคู่กับพัฒนาการด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารซึ่งได้ค่อยๆ เข้ามาทดแทนประสบการณ์แบบ Face-to-Face มากยิ่งขึ้น จากแต่เดิมที่ส่งสารผ่านสื่อทำได้เพียงส่งเป็นตัวอักษร (ในรูปแบบโทรเลข) ก็เขยิบขึ้นมาเป็นการส่งเสียง (โทรศัพท์) ซึ่งทำให้ดูใกล้ชิดยิ่งขึ้น และเขยิบเข้ามาใกล้ยิ่งขึ้นด้วยการส่งทั้งเสียงและภาพ (โทรศัพท์มีภาพประกอบ) รวมทั้งการพัฒนา

สื่อจากแบบทางเดียว (one-way) ให้เป็นแบบ interactive ซึ่งทำให้การสื่อสารตอบโต้คล้ายกับ "ภาพจำลอง" ของการสื่อสารระหว่างบุคคลมากยิ่งขึ้นทุกที

ผู้เขียนมีข้อสังเกตเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมไทยในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอยู่ 2-3 ประการคือ ประการแรก เป็นคำถามแบบสามัญสำนึกที่บุคคลทั่วไปมักจะถามกัน กล่าวคืออารมณ์ความรู้สึกของคนไทยจะสามารถเคลื่อนไหวไปตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ภายนอกได้ทันหรือได้จริงหรือไม่ หนูน้อยที่ฟังคุณพ่อเล่านิทานทางโทรศัพท์นั้น จะได้รับอารมณ์ความรู้สึกเท่ากับที่ฟังคุณพ่อเล่าจากข้างเตียงหรือเปล่า และถ้าความรู้สึกดังกล่าวนั้นไม่เท่ากัน คนไทยก็มีทางออกอยู่ 2 ทาง ทางแรกก็คือ ปฏิเสธความสัมพันธ์แบบที่ใช้สื่อเป็นตัวกลาง แล้วย้อนกลับไปหารูปแบบความสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากันอย่างเดิม ๆ ส่วนทางเลือกที่สองที่อาจจะจำเป็นต้องใช้ หากเงื่อนไขของทางเลือกทางแรกเป็นเงื่อนไขที่ไม่สมจริง หรือเป็นจริงไม่ได้แล้วในชีวิตปัจจุบัน (ท่ามกลางสภาวะการจราจรแบบจลาจลของกรุงเทพฯ ซึ่งกำลังจะกลายเป็นแบบฉบับสำหรับเมืองใหญ่อื่นๆ ทางเลือกทางแรกนั้นเป็นเรื่องที่ไกลเกินฝันไปแล้ว) ทางเลือกที่สองนั้นก็คือ คนไทยจะต้องเริ่มยกเครื่องอารมณ์ความรู้สึกของตัวเองเสียใหม่ ไม่ว่าจะคุยทางโทรศัพท์หรือพูดคุยกันต่อหน้า ก็ต้องให้ได้อารมณ์ความรู้สึกแบบเดียวกันไม่ผิดเพี้ยน เหมือนอย่างการได้รับสุนทรีย์จากการดูภาพวาดบนผืนผ้าใบ หรือการดูภาพจาอวิดีโออาร์ตให้ได้ความสุนทรีย์แบบเดียวกันอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยง

5. การจัดลำดับความสำคัญระหว่าง "ผู้ผลิต" กับ "ผู้เผยแพร่"

ในสำนึกของคนไทยโบราณนั้น เรายังให้ความสำคัญกับ "ผู้ผลิตอุดมการณ์ ผู้ผลิตข่าวสาร" อย่างมาก เช่น เราจะสนใจว่า "นี่ใครพูด" แล้วก็จะ

ให้ความสำคัญกับข่าวสารไปตามแหล่งข้อมูล (เช่น พ่อแม่ว่ากล่าวแล้วยังไม่รู้จักฟัง) สำหรับฐานะของ**ผู้เผยแพร่**นั้นแทบจะเป็นม้านอกสายตา เพราะเป็นเพียง "ม้าใช้ ม้าเร็ว หรือพิราบส่งสาร" เท่านั้น

หากทว่าในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย โดยเฉพาะในวงการของข่าวสารที่ถูกผลิตผ่านสถาบันสื่อมวลชนนั้น จะมีปรากฏการณ์ว่า ในขณะที่กลุ่มของผู้ผลิต (producer) อาจจะหมุนเวียนเปลี่ยนกันไป แต่กลุ่มผู้ที่เผยแพร่ถ่ายทอดนั้นจะเป็นกลุ่มเดิม ดังนั้นจึงอาจจะเป็นการกล่าวที่ไม่เกินเลยไปนักที่จะบอกว่า ในกระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในปัจจุบันนั้น ผู้เผยแพร่ (distributor) มีความหมายและมีความสำคัญยิ่งกว่าผู้ผลิตหรือผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรม (producer) โดยที่สำนึกส่วนใหญ่ของคนอาจจะยังคิดไม่ถึง

ตัวอย่างปรากฏการณ์นี้ก็เช่น ในอดีตยุคหนึ่งที่สายส่งหนังไทย (Distributor) สามารถที่จะมีอำนาจเป็นตัวกำหนดได้ว่าจะให้ใครเล่นเป็นพระเอกนางเอก โดยไม่ต้องสนใจแง่มุมทางศิลปะจากสายตาของผู้อำนวยการสร้างเลย ในปัจจุบันนี้ก็เช่นเดียวกัน สายส่งหนังสือเริ่มที่จะมีอำนาจในการเข้ามากำหนดการออกแบบหน้าปกของหนังสือ โดยที่การแบ่งสัดส่วนรายได้ของสายส่งที่มีถึงหนึ่งในสามนั้น เป็นเครื่องชี้ที่ดีว่า อำนาจของผู้เผยแพร่กระจายข่าวสารมีมากกว่าฝ่ายผู้ผลิตเพียงใด (โดยเฉพาะผู้ผลิตในขั้นตอนแรกคือนักเขียน ซึ่งได้ค่าตอบแทนเพียงหนึ่งในสิบ)

และปฏิบัติการทางสังคม (Social practice) ที่เห็นอยู่ทุกวันก็ตอกย้ำความเหนือกว่าของผู้เผยแพร่ถ่ายทอดที่อยู่ตามลำดับขั้นตอนต่าง ๆ เช่น ไม่ว่าหนังสือเล่มนั้นจะผลิตขึ้นมาอย่างดีเพียงใด ถ้าแผงหนังสือไม่เอามาวางบนแผง โอกาสที่หนังสือเล่านั้นจะถูกมองเห็นจากผู้ซื้อย่อมไม่มีเลย และคงไม่เพียงแต่จะหมดโอกาสที่จะเป็นหนังสือขายดีเท่านั้น หากจะหมดโอกาสแม้แต่จะได้ผุด

ได้เกิดในโลกของหนังสือด้วยซ้ำไป ดังนั้นภาพยนตร์ดี ๆ จำนวนมากต้องม้วนเสื่อกลับบ้านก็เพราะได้โรงฉายที่ไม่ดี รายการโทรทัศน์ดีๆ ต้องหลุดจากผังรายการเพียงเพราะได้ช่วงเวลาที่มีคนดูน้อย เป็นต้น

ตัวอย่างใกล้ตัวก็เช่น ตัวอย่างโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทยของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) นี้เอง ในขณะที่สวช.มีฐานะเป็นผู้ผลิตแนวคิดในเรื่องวัฒนธรรมไทย แต่ความจริงแล้ว การที่ประชาชนไทยจะรับรู้แนวคิดนี้มากน้อยเพียงใด หรือรับรู้ออกมาในแง่ไหนตรงกับที่เจ้าของความคิดต้องการหรือเปล่า ก็ขึ้นอยู่กับ "ฤาษีแปลงสาร" ว่าจะเอาใจใส่ในการส่งสารให้มากน้อยเพียงใด และสามารถแปลงสารให้ตรงกับความตั้งใจของผู้ส่งหรือไม่ ตัวอย่างเช่น วัฒนี ภูวทิศ ได้วิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการนำเสนอเรื่องโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทยของสวช. ในปี 2537 และพบว่า หนังสือพิมพ์สามารถรายงานได้เพียงในรูปแบบของการบอกข่าวคราวเท่านั้น แต่หนังสือพิมพ์เองยังไม่ได้เล่นหรือยังไม่สามารถจะเล่นบทบาทของการเป็นผู้ตีความ ผู้ให้การศึกษา หรือแม้แต่การเป็นเวทีเสรีทางความคิดได้มากนัก

การศึกษาค้นคว้าวิจัยในเรื่องวัฒนธรรมไทยนั้น เรายังให้ความสนใจกับตัวผู้เผยแพร่กระจายวัฒนธรรมน้อยเกินไป โดยเฉพาะผู้เผยแพร่ปลาย ๆ แถว หรือผู้ที่อยู่ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการ (เช่น แผงหนังสือ สายส่งหนังสือ) ทั้ง ๆ ที่กลไกสังคมส่วนนี้ทำหน้าที่เป็นเพียงข้อต่อตัวเล็ก ๆ แต่ก็เป็นตัวที่เพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้นทุกที และเรามักจะลืมความแตกต่างด้านความเข้าใจและการรับรู้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้เผยแพร่ โดยที่เรามักจะคิดกันว่า เมื่อมีการผลิตวัฒนธรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาในสังคม ผู้เผยแพร่จะเข้าใจวัฒนธรรมโครงการดังกล่าวได้ในระดับเดียวกันและในเวลาเดียวกับผู้ผลิต (ตัวอย่างเช่น

การรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม) ซึ่งความคิดดังกล่าวนั้นไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

6. ใครกำลังสร้างโลกแห่งความเป็นจริงของวัฒนธรรมไทย

สำหรับข้อสังเกตเกี่ยวกับบทบาทของ "สื่อมวลชน" ที่แทรกตัวเข้ามาอยู่ตรงกลางระหว่างปัจเจกบุคคลกับโลกแห่งความจริงนั้น มีทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้อธิบายปรากฏการณ์นี้เอาไว้ในหลายแง่หลายมุม ดังเช่น ตัวอย่างของสำนักคิดกลุ่ม "การสร้างความเป็นจริงทางสังคม" (Social Construction of Reality) ที่มีเนื้อหาย่อๆ ว่า มนุษย์เรานั้นมีโลกที่ห่อหุ้มตัวเองอยู่ 2 ชั้น โลกชั้นแรกเป็นโลกทางกายภาพ (Physical world) ซึ่งอาจจะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่โลกชั้นหลังเป็นโลกทางสังคมและวัฒนธรรม (Social world) ซึ่งแต่ละสังคมสร้างขึ้น (constructed) และหล่อหลอมตั้งโปรแกรมปัจเจกให้ซึมซับ (internalized) เข้าไป

อิทธิพลของโลกทางสังคมนี้ ทำให้กระบวนการเลือกรับรู้เหตุการณ์และกระบวนการตีความ กระบวนการให้ความหมาย (สำนักสังคมวิทยาบางสำนักใช้ศัพท์ว่า "Definition of Situation") แตกต่างกันไปอย่างมาก ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ความเจ็บปวดที่เกิดจากการนอนบนตะปูแหลม ๆ นั้นคงทำให้มนุษย์สมัยใหม่อย่างพวกเราวิ่งหนีออกห่าง เพราะเราให้ความหมายกับความเจ็บปวดว่า เป็นสิ่งที่ไม่น่าพึงประสงค์ ในขณะที่พวกโยคีอินเดียยุคโบราณจะวิ่งเข้าหาการทรมานกายแบบดังกล่าว เพราะถือว่าเป็นหนทางทำให้บรรลุสัจธรรม สังคมไทยกำลังอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนโปรแกรม "โลกทางสังคม" ให้แก่สมาชิกอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นง่าย ๆ ที่สุดก็คือ แนวคิดที่ว่าเรากับสัตว์โลกอื่นๆ จะอยู่ร่วมโลกเดียวกันอย่างสันติได้หรือไม่ หรือจะใช้โปรแกรมว่า "เราจะ

อยู่ร่วมโลกกันไม่ได้ ต้องตายกันไปข้างหนึ่ง" จากโปรแกรมโลกทางสังคมแบบเดิมมีผลต่อการกระทำของชาวสวนที่ยอมรับว่าถึงอย่างไรในสวนของเราก็ต้องมีที่ทางให้กระรอกอยู่อย่างแน่นอน ดังนั้น เราจึงจำเป็นต้องแบ่งที่ทางแก่กระรอกบ้าง ทางออกที่ดีที่สุดก็คือ การเอาสังกะสีไปพันรอบต้นมะพร้าวเพื่อป้องกันไม่ให้กระรอกเจาะ (รักษาผลประโยชน์) แต่ในเวลาเดียวกันก็เหลือมะพร้าวเอาไว้สัก 2-3 ต้นให้กระรอกได้กินบ้าง

แต่ปัจจุบันนี้ ถ้าเรามองดูโฆษณายาฆ่าแมลง เราก็จะพบโปรแกรมใหม่ที่ว่า "มียุงร้ายที่ไหน เราจะปราบไม่ให้เหลือหลอ...ขนาดแมลงสาปยังตาย แล้วยุงจะไปเหลืออะไร" ปฏิบัติการทางสังคมเช่นนี้เป็นกระบวนการวางโครงสร้างพื้นฐานจิตสำนึกของคนไทยรุ่นใหม่ว่า ในโลกใบนี้จะต้องมีแต่มนุษย์เราอยู่แต่เพียงพวกเดียวเท่านั้น นี่ยังไม่ต้องกล่าวถึง "จิตสำนึกนักฆ่ามืออาชีพ" ที่เด็ก ๆ ของเราฝึกฝนอยู่ตั้งแต่หัวเท่ากำปั้น ด้วยการเล่นเกมกดคอมพิวเตอร์ที่เด็ก ๆ ร้องแต่ว่า "ฆ่ามันเลยๆๆ" ในทัศนะส่วนตัวของผู้เขียนแล้ว ปัญหาของวัฒนธรรมในส่วนนี้มีความรุนแรงไม่น้อยไปกว่าปัญหาการพูดภาษาไทยหรือการแต่งชุดไทย เพราะถ้าเราพูดภาษาไทยได้อย่างชัดถ้อยชัดคำ หากทว่าพูดได้แต่คำว่า "ฆ่ามันเลย" วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจนนั้นก็เป็นวัฒนธรรมที่น่ากลัวมากทีเดียว

และสำหรับเรื่องบทบาทสถาบันสื่อมวลชนในการสร้าง "ภาพความเป็นจริงทางสังคม" ขึ้นมานั้น นับตั้งแต่ยุคสมัยที่เกิดสื่อมวลชนขึ้นมาในโลก สื่อมวลชนได้สร้างภาพลักษณ์ของตนเองว่า "สื่อจะทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสังคม" เมื่อสร้างภาพลักษณ์เช่นนี้ จึงทำให้ดูเสมือนว่า เมื่อ "ของจริง" เป็นอย่างไร ภาพที่เกิดขึ้นในกระจกก็จะเป็นเช่นนั้น ภาพลักษณ์ดังกล่าวเริ่มถูกตั้งคำถามขึ้นจากสภาพความเป็นจริงในสังคมเมื่อประมาณทศวรรษ 1940 ได้

ปรากฏเหตุการณ์หลาย ๆ อย่างที่พบว่า โลกแห่งความเป็นจริงกับโลกที่สื่อสร้างขึ้นนั้นเป็นคนละโลกเดียวกัน ตัวอย่างที่ศึกษากันมากในวงการสื่อมวลชนก็คือ กรณีภาพลักษณ์ของพระเจ้าซาห์แห่งอิหร่าน ที่สื่อมวลชนตะวันตกสร้างขึ้นมาว่าทรงเป็นนักประชาธิปไตย ทรงเป็นที่รักของพสกนิกรมาโดยตลอด แต่แล้วอยู่มาวันหนึ่ง ประชาชนอิหร่านก็ลุกขึ้นมาโค่นล้มพระเจ้าซาห์แบบที่คนตะวันตกอาจจะไม่เข้าใจที่มาที่ไปได้เลย

กระบวนการสร้างโลกแห่งความเป็นจริงผ่านสื่อนั้นซับซ้อนยิ่งกว่าการทำงานของสถาบันอื่น ๆ ในสังคม ทั้งนี้เพราะเป็นการทำงานผ่านเทคโนโลยีดังที่เราพบกันอยู่เป็นประจำวันในโฆษณาขายบ้านจัดสรร ที่สามารถจะใช้มุมกล้องถ่ายให้ห้องเล็ก ๆ ดูเป็นห้องที่กว้างขวางขึ้นมาได้ กล้องโทรทัศน์สามารถถ่ายซ้อนหรือถ่ายกด เพื่อทำให้นายกรัฐมนตรีดูทรงอำนาจหรือดูหมดท่าไปก็ได้ และทุกวันนี้ เราอาจจะกล่าวสรุปได้ว่า สื่อมวลชนไทยยังคงทำงานเหมือนสื่อมวลชนทุกแห่งทั่วโลก คือ ไม่น่าจะทำหน้าที่ "สะท้อนสภาพเป็นจริงในสังคม" เป็นหลัก แต่น่าจะทำหน้าที่ "สร้างภาพความเป็นจริง" ขึ้นมาเสียมากกว่า และเนื่องจากสถาบันสื่อมวลชนเข้ายึดพื้นที่ทั้งในชีวิตประจำวัน (เวลาที่เราใช้กับสื่อประเภทต่าง ๆ) และทั้งพื้นที่ในความคิดของประชาชนได้มากกว่าสังคมใดๆ มิติด้านสำนึกของวัฒนธรรมไทยจึงขึ้นอยู่กับกลุ่มคนในสถาบันนี้ค่อนข้างมาก ดังนั้น การทำความเข้าใจกับทิศทางการเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมไทยในอนาคต จึงจำเป็นต้องเข้าใจ "โปรแกรมในความคิด" ของสถาบันนี้อยู่พอสมควร

7. วัฒนธรรมไทยเคลื่อนไปทางโลกฆราวาสมากขึ้น

หากเราอาศัยแนวคิดเรื่อง "กระบวนการสร้างภาพทางสังคม" มาอธิบาย

ต่อ โดยดูการเปลี่ยนแปลงโปรแกรมการคิดของคนไทยจากตัวอย่างง่าย ๆ เช่น ถ้าคนไทยโบราณมองเห็นต้นไม้ใหญ่ (โลกทางกายภาพ) ก็จะยกมือท่วมหัว เพราะได้ตีความว่า ต้นไม้ใหญ่ ๆ แบบนี้จะต้องมีเทพารักษ์สิงสถิตอยู่แล้วก็เริ่มมีการกระทำด้วยการเอาผ้าแดงมาพันรอบ ๆ (กระบวนการอนุรักษ์ธรรมชาติด้วยการบวชป่า ก็คือการรื้อฟื้นโปรแกรมการคิดเช่นนี้ขึ้นมา) คนไทยโบราณนั้นจะเชื่อมโยงมิติทางโลกเข้ากับมิติทางธรรมอยู่เสมอ

ในทางตรงข้าม ถ้ามีคนไทยที่เป็นพ่อค้าไม้ไปมองเห็นต้นไม้ใหญ่ ๆ แบบนั้นเข้าบ้าง โปรแกรมที่จะถูกนำมาใช้ก็คือ การคิดคำนวณว่า ไม้ใหญ่ขนาดนี้จะเลื่อยเป็นกระดานได้สักกี่แผ่น แผ่นละเท่าไหร่ คิดสะระตะแล้วจะตกเป็นเงินสักเท่าไหร่ (ส่วนการกระทำในขั้นต่อไปนั้นก็ไม่ต้องพูดถึง) ในโปรแกรมการคิดของพ่อค้าไม้นั้น เทพารักษ์ย่อมไม่อยู่ในสายตาของเขา เพราะโปรแกรมการคิดแบบหลังนี้เป็นมิติทางโลกล้วน ๆ ไม่มีมิติทางธรรมมาเจือปนเลย

กระแสการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมมิติหนึ่งของสังคมไทยก็คือ การค่อย ๆ เคลื่อนสำนึกของผู้คนจากภาพแรกมาสู่ภาพที่สอง ซึ่งเป็นไปตามทิศทางกระแสการเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมของโลก ที่เรียกว่าเป็นกระบวนการทำให้เป็นโลกฆราวาส (Secularization) โดยมีจุดเริ่มต้นจากโลกตะวันตกก่อนแล้วค่อยแผ่ขยายไปยังส่วนอื่น ๆของโลก สำหรับการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยให้เข้าสู่กระบวนการนี้ อาจกล่าวได้ว่าเกิดมาจากการผลักดันจากกระแสภายนอก

มีประจักษ์พยานหลายระดับที่แสดงให้เห็นกระบวนการการกลายเป็นโลกฆราวาสของวัฒนธรรมไทย เช่น ในระดับชีวิตประจำวัน แต่เดิมนั้นจังหวะการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทยถูกกำหนดด้วยกิจกรรมทางศาสนา คนไทยตื่นเช้ามาก็ใส่บาตรพระ ก่อนเที่ยงไปส่งข้าวพระ และรู้เวลาใกล้เที่ยงด้วยเสียง

กลองเพล เย็นก็ได้ยินเสียงพระทำวัตร และเข้านอนด้วยการไหว้พระก่อนนอน ปัจจุบันนี้มีผู้ศึกษาว่า ชีวิตประจำวันของคนไทยถูกกำหนดด้วยนาฬิกา และเข้ามาเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของเราโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น เราตื่นนอนด้วยนาฬิกาปลุก รู้เวลาเช้าด้วยข่าวรับอรุณ และตลอดทั้งวันก็รู้เวลาจากรายการต่าง ๆ จากวิทยุ จนกระทั่งปิดท้ายด้วยรายการทีวีก่อนเข้านอน

ทางด้านกายภาพเป็นอีกมิติหนึ่งที่มองเห็นการถูกรุกคืบไล่ที่ของสถาบันศาสนาได้อย่างชัดเจน สมัยก่อนในหมู่บ้านไทยทุกหมู่บ้าน ศูนย์กลางของหมู่บ้านจะเป็นบริเวณวัด กิจกรรมชีวิตทางสังคมจะวนเวียนอยู่รอบ ๆ วัด ไม่ว่าจะเป็นลานวัด ศาลาวัด หน้าโบสถ์ กุฏีพระ ฯลฯ แต่ปัจจุบันนี้ เวลาขับรถไปตามหัวเมืองในต่างจังหวัด ศูนย์กลางของเมืองจะเริ่มย้ายจากวัดประจำเมืองมาเป็น "ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า" และรูปธรรมการรุกคืนที่ชัดเจนที่สุดก็คือการที่ศูนย์การค้าเข้าซื้อที่ดินของวัดมาสร้างเป็นตัวอาคารหรือลานจอดรถของตัวเอง

แม้แต่ในระดับจิตใต้สำนึกซึ่งมักจะเป็นบทสรุปมาจากรูปแบบหลักที่เราใช้ชีวิตประจำวันอย่างมีสำนึกนั้น ก็ยังสามารถมองเห็นได้ คนไทยโบราณนั้นมีคำพูดติดปากที่เกี่ยวกับเรื่อง "ธรรมะธัมโม" ทั้งสิ้น เช่น เวลาตกใจก็ร้องว่า "คุณพระช่วย" (เรายังไม่รู้แน่ชัดว่า ในโลกฆราวาสของคนไทยยุคใหม่นั้นเวลาตกใจเขาอุทานอย่างเป็นแบบฉบับแล้วหรือยัง และแบบฉบับนั้นร้องว่าอะไร) หรือเวลาจะแสดงความเห็นใจก็พูดว่า "เวรกรรม" เป็นต้น และเวลาเราจะกล่าวยกย่องชมเชยคนดี เราก็มักจะอิงกับมิติศาสนา คือ "เขาเป็นคนดีมีศีลธรรม เป็นคนธรรมะธัมโม" รวมทั้งการอบรมสั่งสอนที่ให้คนไทยรู้จัก "บาปบุญคุณโทษ" เป็นต้น แม้ว่าปัจจุบันนี้เรายังไม่ทราบว่าคนไทยในยุคโลกฆราวาสมีจิตใต้สำนึกเป็นอย่างไร แต่ที่แน่ใจก็คือ สำนึกแบบธรรมะธัมโมดังกล่าวคงจะไม่

หลงเหลืออยู่แล้วอย่างแน่นอน

8. การสร้างวัฒนธรรมไทยโดยกติกาของระบบตลาด

การที่กล่าวว่า วัฒนธรรมไทยมีลักษณะเป็นโลกฆราวาสมากขึ้น และมีลักษณะเป็นศาสนาน้อยลงนั้น มิได้หมายความเพียงแต่ว่าคนไทยได้ใช้ชีวิตประจำวันอยู่กับศาสนาน้อยลง หรือคนไทยมีความทรงจำร่วมเกี่ยวกับศาสนาน้อยลง หรือคนไทยมีวิธีคิดและมีจิตสำนึกเกี่ยวกับศาสนาน้อยลงเท่านั้น หากแต่ยังหมายความต่อไปอีกว่า ศาสนาได้ถูกลดระดับจากการที่เป็นเรื่องของข้อตกลงร่วมกันระดับสังคม (public) มาเป็นเรื่องรสนิยมส่วนตัวของแต่ละบุคคล ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ ธรรมเนียมการบวชของผู้ชายไทย ซึ่งแต่ก่อนเป็นเรื่อง "ต้องทำ" ก่อนที่จะผ่านไปสู่ชีวิตการครองเรือนหรือชีวิตการทำงาน แต่ปัจจุบันการบวชให้ลดสถานะมาเป็นเรื่อง "สมัครใจ" ของคนแต่ละคนไป (ในทางตรงกันข้าม การรู้ภาษาอังกฤษ หรือการต้องรู้จักวิธีใช้คอมพิวเตอร์กำลังค่อย ๆ ก่อร่างขึ้นมาเป็น "ข้อตกลงร่วมกัน" ว่าต้องทำมาก่อนที่จะเข้าสู่ชีวิตการทำงาน) ส่วนข้อตกลงร่วมกันว่าจะต้องผ่านอะไรมาก่อนจึงจะเข้าสู่ชีวิตการแต่งงานได้นั้น ปัจจุบันนี้แทบจะไม่มี "ข้อกำหนดเบื้องต้น" (requirement) อะไรเลย แม้แต่ข้อกำหนดเรื่องอายุของผู้เยาว์ตามกฎหมายก็ดูไม่มีความหมายเสียแล้ว

เมื่อคนไทยปลดปล่อยตนเองออกจากสถาบันศาสนา ข้อตกลงในทางสังคมที่ถูกนำมาใช้สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยก็คือ หลักเกณฑ์ของระบบตลาด สถาบันต่าง ๆ ในสังคมจึงเข้าสู่ตลาดแห่งการแข่งขัน ซึ่งจะช่วงชิงพื้นที่การสร้างจิตสำนึกของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว โรงเรียน ที่ทำงาน (ซึ่งปัจจุบันยึดกุมจิตใจของคนหนุ่มสาวไว้ได้ไม่น้อย) รัฐ สื่อมวลชน

ฯลฯ แม้แต่สถาบันศาสนาเองก็ต้องสวมเสื้อลงสนามแข่งขันกับสถาบันอื่น ๆ อย่างเท่าเทียม ไร้อภิสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น ดังเช่นที่มีตัวอย่างโฆษณาชิ้นหนึ่งซึ่งสะท้อนภาพของการแข่งขันระหว่างสถาบันศาสนากับสถาบันอื่น ๆ อย่างชัดเจนในโฆษณากางเกงยีนยี่ห้อหนึ่งได้แสดงให้เห็นว่า จะมีอยู่ช่วงเวลาเดียว (คือช่วงไปบวชพระ) ที่ผู้ชายวัยรุ่นไทยจะยอมจากยีนตัวโปรดของเขา (และน่าสังเกตว่า การห่มจีวรแม้จะมีชัยชนะ แต่ก็เป็นชัยชนะชั่วเวลา 3 เดือนเท่านั้น)

สำหรับในสนามแข่งขันการทำงานด้านความทรงจำของสังคมนั้น เราอาจจะต้องจัดว่า สถาบันศาสนานั้นมีฐานะเป็นแชมเปี้ยนเจ้าเก่า แต่ทว่าผู้ท้าชิงรายใหม่ (ที่ท้าชิงกับคู่แข่งทุกสถาบัน) ก็คือ สถาบันสื่อมวลชน ชัยชนะของสถาบันสื่อมวลชนอาจจะพบเห็นได้จากการสำรวจอย่างง่าย ๆ ว่าในแต่ละวันเด็กอายุ 3-4 ปีของเราใช้เวลาอยู่หน้าจอโทรทัศน์วันละกี่ชั่วโมง ในขณะที่เด็กกลุ่มนี้อาจจะยังไม่เคยไปวัดเลยนั้น แต่ยังไม่เคยมีเด็กคนไหนไม่เคยเห็นจอทีวีอย่างแน่นอน ในวงการสื่อสารมวลชนมีการกล่าวกันว่า โทรทัศน์นั้นจะเข้ามาทำหน้าที่เป็น "หิ้งพระประจำบ้าน" ของบ้านคนไทยยุคใหม่อย่างแน่นอน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่วัฒนธรรมไทยเพิ่มสัดส่วนของความเป็นโลกฆราวาสมีอยู่อย่างมากมาย เนื่องจากโลกฆราวาสที่เข้ามาในสังคมไทยนั้นได้เน้นหนักการเป็นโลกแห่งการซื้อขาย ดังนั้น คนไทยจึงเริ่มซื้อขายทุกอย่างตั้งแต่สินค้าที่มนุษย์ผลิตขึ้นมาเรื่อยไป จนกระทั่งค้าขายทรัพยากรธรรมชาติและลงท้ายที่สุด คือ ค้าขายมนุษย์ด้วยกันเอง มนุษย์ทุกคนได้แปรสภาพกลายเป็นสินค้าชิ้นหนึ่งท่ามกลางกองสินค้าชิ้นอื่น ๆ โดยที่เรารู้สึกคุ้นเคยอย่างยิ่ง เช่น ถ้อยคำบรรยายพาดหัวหนังสือพิมพ์ทุกวันว่า บริษัทนั้น "ซื้อตัว" ผู้จัดการคนนั้นคนนี้ไปเสียแล้ว

ก่อนหน้านั้น แม้ว่าจะมีการซื้อขายดำรงอยู่ในสังคมไทย แต่ทว่า

ความสัมพันธ์แบบซื้อขายนั้นก็ดำรงอยู่อย่างเป็นเพียงหนึ่งในบรรดาความสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ อันหลากหลาย เช่น เรามีความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์แบบรู้บุญคุณระหว่างเจ้ากับไพร่ นายกับบ่าว มีความสัมพันธ์แบบสายเลือดในอกระหว่างพ่อแม่กับลูก มีความสัมพันธ์ระหว่างหมอกับคนไข้ในรูปแบบของ "ยาขอ หมอวาน" มีความสัมพันธ์แบบศิษย์ต้องรู้คุณครูในเรื่องการถ่ายทอดความรู้

แต่สังคมไทยที่กลายมาเป็นสังคมฆราวาสนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ทุกชนิดจะถูกลดทอนลงไป เหลือเป็นความสัมพันธ์แบบซื้อขายทั้งหมด ความสัมพันธ์แบบซื้อขายจึงเข้า take over ความสัมพันธ์แบบอื่น ๆ ทั้งหมด เราอาจเปรียบเทียบได้กับการแปรเปลี่ยนจากการปลูกพืชแบบหลากหลายของไทยสมัยก่อน มาเป็นการปลูกพืชแบบชนิดเดียวที่เกิดควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์นั้นเช่นเดียวกัน

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ดังกล่าวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจิตสำนึกของคนไทยอย่างมาก เพราะความสัมพันธ์อันหลากหลายแบบเดิมนั้นจะทำให้คนไทยเรามองมนุษย์อย่างมีหลากหลายมิติ เรามองเห็นคนเป็นเด็ก เป็นผู้ใหญ่ เป็นผู้หญิง เป็นคนพิการ แต่ปัจจุบัน ความสัมพันธ์แบบซื้อขายจะทำให้เรามองเห็นคนด้วยกันเป็น**มิติเดียว** คือ เป็นสินค้า (ดังที่เราอาจจะเคยได้ยินคำบ่นว่า คนเดี๋ยวนี้ไม่รู้จักเด็กไม่รู้จักผู้ใหญ่) เพราะฉะนั้นเวลาเรามองเห็นมนุษย์คนหนึ่ง (เด็กจากอีสาน) ก็มองเห็นเป็น "สินค้า" ที่มีราคา 2,000 บาท/ปี โดยมองไม่เห็นมิติความเป็นเด็ก แม้แต่พ่อแม่ เมื่อหลุดจากความสัมพันธ์แบบพ่อแม่ลูกมาเข้าสู่ความสัมพันธ์แบบสินค้า พ่อแม่ก็สามารถจะคิดคำนวณราคาของลูกหลานตัวเองได้

ในขณะที่สังคมไทยปัจจุบันเริ่มตระหนักถึงข้อเสียของวัฒนธรรมด้าน

การเพาะปลูก (Cultivation) ว่าการลดทอนการเพาะปลูกพืชที่หลากหลายให้มากลายเป็นการเพาะปลูกพืชชนิดเดียวนั้น นับว่าเป็นการสุ่มเสี่ยงด้านวัฒนธรรมของการเพาะปลูกเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะหลักการแห่งความอยู่รอดและหลักการแห่งความเหมาะสมที่สุดนั้นคือ หลักการของความหลากหลายทางชีวภาพ

ในเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมเช่นเดียวกัน การมีรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมเพียงรูปแบบเดียว นับว่าเป็นความสุ่มเสี่ยงทางวัฒนธรรมอย่างยิ่งเช่นกัน และยังสร้างความเสื่อมโทรมทางวัฒนธรรมดังที่ปรากฏขึ้นมาแล้วในสังคมไทย ดังนั้น ในกระบวนการรื้อฟื้นความหลากหลายทางชีวภาพขึ้นมาใหม่นั้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า สมควรที่จะมี**การรื้อฟื้นความหลากหลายของรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมขึ้นมาเพื่อให้มีการถ่วงดุลกันบ้าง** อันที่จริงในขณะนี้ได้มีร่องรอยของการรื้อฟื้นในแง่**รูปแบบ**ขึ้นมาบ้างแล้ว เช่น ในวงการดาราได้ริเริ่มให้มีการไหว้ครู ในวงการแพทย์ได้มีการรื้อฟื้นการหันมาใช้สมุนไพรและหมอยาพื้นบ้าน ฯลฯ ซึ่งนับว่าเป็นนิมิตที่ดี และการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในอนาคตควรจะต้องก้าวต่อไปจากการรื้อฟื้น**รูปแบบ**ให้เป็นการ**รื้อฟื้นแบบครบวงจร** โดยเฉพาะในเรื่องเนื้อหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

9. ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นกลาง โลกฆราวาส สื่อมวลชน และความสัมพันธ์แบบซื้อขาย

คนรุ่นใหม่อาจจะมีคำถามว่า เราจะมีชีวิตอยู่ในโลกโดยไม่จำเป็นต้องมีศาสนาได้หรือไม่ อันที่จริงคำถามนี้ไม่จำเป็นจะต้องหาคำตอบด้วยการถกเถียงกันเลย เพราะทุกวันนี้ วัยรุ่นไทยจำนวนมากเขาก็ยังมีชีวิตอยู่โดยไม่จำเป็นต้อง

ข้องแวะกับตัวแทนทางศาสนา พิธีกรรม หรือคำสอนของศาสนาแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม เราอาจจะถามคำถามต่อไปอีกสักเล็กน้อยว่า ชีวิตที่เป็นอยู่ในวัฒนธรรมฆราวาสล้วน ๆ นั้นเป็นแบบฉบับของชีวิตที่มีความสุขดีอยู่หรือ หรือเป็นแบบฉบับของชีวิตที่พึงประสงค์หรือเปล่า

เราได้กล่าวมาแล้วถึงเรื่องความสัมพันธ์แบบซื้อขายที่ได้สถาปนาตัวเองขึ้นมาเป็นความสัมพันธ์รูปแบบหลัก และพยายามจะให้เห็น "รูปแบบเดียว" ของสังคม ในระหว่างชนชั้นต่าง ๆ ในสังคมไทย กลุ่มชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่ดำรงชีพอยู่ด้วยความสัมพันธ์แบบซื้อขายมากที่สุด (เพราะมิใช่เป็นผู้ผลิต) และเมื่อมาเชื่อมโยงกับสถาบันสื่อมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ตอนต้นว่า วัฒนธรรมที่ถูกสร้างสรรค์ใน "สื่อมวลชน" นั้น แม้จะใช้คำว่า "มวลชน" แต่แท้จริงแล้ว วัฒนธรรมที่เป็นหลักอยู่ในสถาบันสื่อนั้น จะเป็นภาพตัวแทนของวัฒนธรรมชนชั้นกลางเป็นส่วนใหญ่ (แม้ว่าบางครั้งอาจจะมีภาพลวงตาว่า ได้แบ่งที่ทางแก่ชนชั้นสูงหรือชนชั้นล่างบ้างก็ตามที)

ดังนั้น แนวคิด 4 แนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้น คือ ชนชั้นกลาง สื่อมวลชน วัฒนธรรมแบบฆราวาส และความสัมพันธ์แบบซื้อขาย จึงเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงเป็นเรื่องเดียวกัน เพราะเมื่อย้อนกลับไปวิเคราะห์ถึงการทำงานของสถาบันและกลไกสังคมที่ช่วยแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมไทยให้เคลื่อนคล้อยมาสู่โลกของฆราวาส และลดทอนรูปแบบความสัมพันธ์อันหลากหลายให้เหลือเพียงรูปแบบเดียว คือ ความสัมพันธ์แบบซื้อขายแล้ว เราจะพบว่าสถาบันสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่เอาการเอางานที่สุดในกระบวนการนี้

สถาบันสื่อมวลชนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสถาบันเดิมๆ ที่เคยมีมาทั้งหมด เนื่องจากสถาบันสื่อมวลชนเป็นลูกผสม (hybrid) ระหว่างสถาบันที่ทำงานตามหลักธุรกิจและเศรษฐกิจ กับสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นกลไก

ด้านอุดมการณ์และจิตสำนึกไปพร้อม ๆ กัน ด้วยคุณสมบัติแรกนั้นทำให้สถาบันสื่อมวลชนเป็นองค์กรที่สาธิตรูปแบบความสัมพันธ์แบบซื้อขายอย่างชัดเจนที่สุด (การซื้อตัวดารา การซื้อตัวคนทำงาน ดังแล้วแยกวง เป็นรูปแบบที่ปฏิบัติกันมาอย่างปกติธรรมดา) และผลผลิตที่ออกมาจากสถาบันนี้ก็คือ การถ่ายทอดสำนึกเกี่ยวกับเรื่องการซื้อขายอย่างชัดเจนที่สุดเช่นกัน

สำหรับอาการมือตกของสถาบันศาสนานั้น ได้สร้างความรู้สึกวิตกกังวลและห่วงใยให้เกิดขึ้นกับนักการศาสนา นักศีลธรรม นักการศึกษา และสามัญชนโดยทั่วไป ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะกลุ่มบุคคลเหล่านี้อาจจะรับรู้ถึงคุณูปการของสถาบันศาสนาที่เคยทำหน้าที่ผ่านมาในอดีต คือการคอยถ่วงดุล คอยทัดทาน คอยตรวจสอบ มิให้ความสัมพันธ์แบบซื้อขายเข้ามาผูกขาด กำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งมวลของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม เราอาจจะตั้งคำถามเพื่อขยายความวิตกกังวลดังกล่าวให้กว้างไกลออกไปมากยิ่งขึ้นว่า ปัญหาการมีอยู่หรือการจากไปของสถาบันศาสนานั้น ยังอาจจะไม่สำคัญเท่ากับว่าในขณะที่กำลังมีอยู่นั้น สถาบันศาสนาที่มีอยู่ในโลกที่กำลังกลายเป็นโลกฆราวาสนั้นเป็นอยู่ในลักษณะใด และถ้าจะจากหายไป จะจากหายไปในลักษณะใด

ปัจจุบันนี้ แม้ว่าพุทธศาสนาจะยังปักหลักอย่างค่อนข้างจะมั่นคงในสังคมไทย แต่ทว่าป้อมค่ายบางแห่งของพุทธศาสนาก็ได้ถูกความสัมพันธ์แบบซื้อขายเข้าไป take over กิจการเรียบร้อยไปแล้ว ตัวอย่างของการจัดงานวัดแบบ "วัดครึ่ง กรรมการครึ่ง" (โดยมีสื่อมวลชน เช่น วงดนตรีลูกทุ่ง ภาพยนตร์ เป็นส่วนผสมอยู่ด้วย) นั้นมีมาเป็นเวลานานแล้ว และที่เป็นปรากฏการณ์ขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ก็คือ ตลาดเช่าพระเครื่องที่มีวงเงินหมุนเวียนแห่งละหลายสิบล้าน ซึ่งมีผู้ขนานนามปรากฏการณ์นี้ว่า พุทธพาณิชย์ การขยายตัวของธุรกิจ

เช่นนี้มีบทบาทของสื่อมวลชนเข้าไปร่วมงานด้วยในบทบาทและรูปแบบต่าง ๆ เช่น ลงโฆษณาเต็มหน้าในหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นต้น

และทุกวันนี้ การยังคงดำรงอยู่และการขยายตัวของศาสนานั้น ส่วนหนึ่งมาจากการที่ชนชั้นกลางกลุ่มต่าง ๆ ได้ "หันหน้าเข้าวัด" ด้วยมูลเหตุจูงใจแบบต่างๆ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มชนชั้นกลางซึ่งเป็นคนที่อยู่กับโลกฆราวาสนั้น จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับสถาบันศาสนาด้วยท่วงทำนองแบบทางโลก เช่น บรรดานักธุรกิจจะสนใจเทคโนโลยีบางอย่างทางศาสนา เช่น การทำสมาธิเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในกิจการการทำงานให้ดีขึ้น เช่นเดียวกับบรรดา copy writer ที่สนใจการนั่งสมาธิเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมทั้งการขอให้หลวงพ่อดัง ๆ เจิมป้าย ซึ่งนอกจากจะเป็นสิริมงคลแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการอีกด้วย กล่าวโดยสรุปก็คือ สถาบันศาสนาถูกใช้เป็นหนทาง เป็นวิถีทางในการบรรลุเป้าหมายของโลกฆราวาส และเมื่อดำรงอยู่ในลักษณะเช่นนี้ สถาบันศาสนาก็ไร้ความหมายแบบที่เคยทำหน้าที่มาในวัฒนธรรมไทย

10. ลักษณะพิเศษในกระบวนการเป็นสังคมฆราวาสของสังคมไทย

แม้ว่าสังคมไทยจะเจริญรอยตามสังคมตะวันตกในการที่ค่อยๆ แปรเปลี่ยนเคลื่อนย้ายจากสังคมศาสนามาเป็นสังคมฆราวาส แต่เนื่องจากต้นกำเนิดของการเปลี่ยนแปลงนั้นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะสังคมตะวันตกเปลี่ยนแปลงจากการต่อสู้ระหว่างฝ่ายทางโลกกับทางธรรมจากภายใน ในขณะที่สังคมไทยค่อนข้างจะถูกบังคับให้เปลี่ยนแปลงจากกระแสผลักดันภายนอกโดยที่ฝ่ายทางโลกและทางธรรมของไทยนั้นไม่ผ่านกระบวนการต่อสู้

อย่างดุเดือดเช่นตะวันตก ดังนั้น การเปลี่ยนผ่านมาสู่โลกฆราวาสของสังคมไทยจึงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสังเกตหลายประการ

ประการแรก ในขณะที่สังคมตะวันตกนั้นมีการทะเลาะเบาะแว้งทั้งระดับแนวคิดและการปฏิบัติอย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการประกาศท้าทายว่า "God is dead" หรือการประกาศตัวเป็น "ผู้ไม่ปฏิบัติธรรม" (Non-practice) ของคริสตศาสนิกชนที่ไม่ยอมไปเข้าวัดประกอบพิธีกรรมในวันอาทิตย์ ในกรณีของสังคมไทย กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาสของเรานั้นค่อนข้างจะ “Smooth as silk" เพราะเราไม่ค่อยโต้เถียง ตั้งคำถาม ท้าทายกับคำสอนของพุทธศาสนา และในทางปฏิบัติ พุทธศาสนาก็ไม่ค่อยมีหลักปฏิบัติที่เข้มงวดและมีบทลงโทษรุนแรงเช่นศาสนาคริสต์ และถือหลักสมัครใจมากกว่า (โดยเปรียบเทียบ) สำหรับการที่ไม่โต้แย้งหรือทะเลาะวิวาทกันอย่างรุนแรงระหว่าง "ทางโลก" และ "ทางธรรม" นี้ อาจจะมีผลต่อมาในภายหลัง คือ จะหันหน้าเข้ามาหากันใหม่ได้ไม่ยากนัก เพราะไม่มีอาการฉีกขาดรุนแรง

ประการที่สอง ในโลกตะวันตกนั้น เมื่อมีการแบ่งแยกระหว่างทางธรรมกับทางโลกแล้ว จะแยกขาดจากกันตั้งแต่หัวจรดหาง แต่สำหรับในวัฒนธรรมไทย อาจจะแยกกันตรงหัว แต่แล้วก็มาบรรจบพบกันใหม่ตรงหาง ดังเช่นตัวอย่างที่สะท้อนอยู่ในวรรณกรรมพื้นบ้านเรื่องพญากงพญาพานกับโอดิปุสที่มีเค้าโครงต้นกำเนิดเหมือนกัน ปัญหาของตัวเอกเหมือนกัน แต่ทว่าในขั้นตอนของการคลี่คลายปัญหาจะแตกต่างกันมาก เรื่องทางตะวันตกจะแก้ปัญหาทางโลกด้วยวิธีการทางโลก แต่ของไทยจะเอาวิธีทางธรรมมาแก้ปัญหาทางโลก (พญากงสร้างเจดีย์ชดเชยความผิดที่ฆ่าพ่อ) เป็นที่น่าสังเกตว่า ในละครโทรทัศน์ปัจจุบันก็ยังยืมเอาวิธีการทางธรรมมาแก้ปัญหาทางโลกอยู่เสมอ เช่นพระเอกที่หลอกลวงนางเอกและผู้หญิงหลายคนในเรื่องจนเสียผู้เสียคนไป ลง

ท้ายพระเอกก็ไถ่บาปด้วยการไปบวช เป็นต้น

ประการที่สาม เนื่องจากวัฒนธรรมไทยไม่ได้ใช้หลัก "ต้องตายกันไปข้างหนึ่ง" (either or) ในการแข่งขันกันระหว่างมิติทางโลกและทางธรรม ดังนั้น ในปัจจุบันนี้ทั้งทางโลกและทางธรรมก็อาจจะพยายามแสวงหาหนทางอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และต่างฝ่ายต่างพยายามปรับไปตามทางของตัวเอง ศาสนาได้แสดงออกในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายเนื้อหา เพื่อเอาใจ "มิตรรักนักธรรม" และบรรดาญาติธรรมทั้งหลายให้หันหน้ามาเข้าวัดบ้าง รวมทั้งได้ผสมผสานการใช้สื่อแบบใหม่ ๆ อย่างไม่เคอะเขิน (ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือกรณีของพระพยอม ซึ่งปัจจุบันได้จัดรายการสนทนาธรรมคู่กับดี.เจ. รายการวิทยุเป็นประจำ) ทางด้านสื่อมวลชนเองก็พยายามหันมาทำหน้าที่บางอย่างของศาสนา เช่น การอบรมเทศน์สั่งสอนว่า "วันนี้คุณทำดีแล้วหรือยัง" เป็นต้น

ผลจากการที่มีทั้งมิติทางโลกและทางธรรมเป็นวัฒนธรรมให้คนไทยเลือกใช้ได้ตามใจชอบนี้ ทำให้ชนชั้นกลางซึ่งมีเสรีภาพมากที่สุดในการเลือกใช้วัฒนธรรม มีวิธีการผสมผสานวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจ ตัวอย่างเช่น เช้าๆ อาจจะไปเข้าวัดทำสมาธิ บ่ายก็ไปตีกอล์ฟ และค่ำๆ ก็เข้าผับฟังเพลง เป็นต้น วิธีการเปลี่ยน "ช่วงชีวิต" อย่างรวดเร็วเช่นนั้นคล้ายคลึงกับรูปแบบการใช้รีโมทคอนโทรลเปลี่ยนรายการทีวี ซึ่งทำให้การเปลี่ยนช่องอารมณ์ต้องรวดเร็วตามไปด้วย

11. วัฒนธรรมแห่งความเสมอภาค : ของจริงหรือในจอโทรทัศน์

ดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไทยให้มีลักษณะเป็นฆราวาสมากขึ้นนั้น เกิดมาจากกระแสผลักดันจากภายนอก

และในกระแสวัฒนธรรมจากภายนอกนี้ มีอุดมการณ์หลายอย่างที่ผสมอยู่กับลักษณะการเป็นโลกฆราวาสนี้ด้วย ฉะนั้น เมื่อวัฒนธรรมไทยรับเอากระแสวัฒนธรรมจากภายนอกมานั้น ก็น่าสงสัยว่าได้ติดเอาอุดมการณ์อื่น ๆ เข้ามาด้วยหรือเปล่า อย่างเช่นตัวอย่างอุดมการณ์เรื่องความเสมอภาค

สังคมศักดินามีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากสังคมทุนนิยมในแง่ที่ว่า ในสังคมศักดินานั้นจะมีสัญลักษณ์แห่งการแบ่งแยกทางลำดับชั้นปรากฏเอาไว้อย่างชัดเจน เช่น ใครมีสิทธิจะนุ่งผ้าแบบไหน จะกินอาหารแบบไหน จะใช้เครื่องประดับแบบใด

แต่ในสังคมทุนนิยมนั้น เนื่องจากระบบทุนนิยมอาศัยอุดมการณ์ 3 อย่าง คือ เสรีภาพ ความเสมอภาค และภราดรภาพ เป็นธงชัยในการต่อสู้กับระบบศักดินา ระบบทุนนิยมที่มาพร้อมกับ “ความเสมอภาค” ได้ขจัดความแตกต่างทางลำดับชั้นแบบศักดินาซึ่งเห็นได้อย่างเด่นชัดออกไปแล้ว และในการนี้ สถาบันสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากที่ได้ช่วยสร้างสำนึกเรื่อง "ความเสมอภาค" ให้เกิดขึ้นอย่างมาก

ตัวอย่างง่าย ๆ ก็คือ ด้วยธรรมชาติของสื่อมวลชนเองซึ่งเกิดขึ้นมาด้วยการผลิตแบบมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดก็ตาม ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ฉบับที่ประชาชนนิยมมากที่สุด พิมพ์จำหน่ายถึงวันละล้านฉบับ (และจำนวนคนอ่านจะต้องมากกว่านั้นอีก 2-3 เท่า) ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีของการทำวิทยุทรานซิสเตอร์ ทำให้ครัวเรือนไทยแทบจะทุกหลังคาสามารถเป็นเจ้าของได้ เช่นเดียวกับการมีโทรทัศน์สักเครื่องภายในบ้านก็เป็นได้จริงสำหรับเกือบจะทุกครอบครัวไทย ไม่ว่าจะยากดีมีจนอย่างไร โทรทัศน์ช่วยสร้างความรู้สึกเสมอภาคให้เกิดขึ้นได้โดยง่ายในสังคม เพราะคนชั้นระดับมหาเศรษฐีจนถึงผู้หาเช้ากินค่ำต่างก็ดูภาพและเสียงจากโทรทัศน์ช่องเดียวกันอย่าง

เท่าเทียม ดูเหมือนว่าไม่มีความแตกต่างในแง่**ประเภท** (kind) อีกแล้วในการเสพย์สื่อ หากจะยังมีการเหลื่อมล้ำหลงเหลืออยู่บ้าง ก็คงเป็นความแตกต่างในแง่ของ**ดีกรี**เท่านั้น เช่น โทรทัศน์แบบสีหรือขาวดำ จอภาพกี่นิ้วเท่านั้น

ไม่เพียงแต่ "ตัวสื่อ" (Media) เท่านั้นที่ได้สร้างความรู้สึกเสมอภาคให้เกิดขึ้น แม้แต่ "ตัวสาร" (Message) เองก็ยิ่งนับวันจะสร้างความรู้สึกที่เสมอภาคให้เกิดขึ้นเช่นกัน ในรายการละครโทรทัศน์มิได้มีแต่ตัวละครที่เป็นคนชั้นสูงหรือชั้นกลางเท่านั้น แม้แต่ตัวคนรับใช้ก็มีบทบาทที่จะขาดเสียมิได้เช่นกัน รายการประเภทข่าวหรือสารคดี ถึงแม้ว่าจะเป็นเวทีสำหรับนำเสนอภาพและเสียงของ "ผู้มีอำนาจในสังคม" เป็นส่วนใหญ่ แต่โอกาสที่ประชาชนคนธรรมดาจะได้แสดงความคิดเห็นบ้างก็ยังพอมีอยู่ แม้แต่ความเสมอภาคในเรื่องเชื้อชาติก็ยังมีโอกาสได้แสดงออกเป็นครั้งคราว ดังเช่นเมื่อตัวละครไทยเชื้อสายจีนสามารถพูดภาษาไทยด้วยสำเนียงจีนได้อย่างเต็มภาคภูมิ (ตัวอย่างเช่นในละครเรื่อง "ลอดลายมังกร") หรือพระเอกนางเอกจากละครเรื่อง "ชิงช้าชาลี" ก็สามารถจะพูดภาษาอีสานได้อย่างไม่กระดากกระเดื่อง

มีนักวิชาการไทยบางกลุ่มตั้งข้อสังเกตว่า ปรากฏการณ์ที่สังคมไทยเริ่มเปิดโอกาสให้มีวัฒนธรรมไทยย่อย ๆ จากหลายท้องถิ่น จากหลายเชื้อชาติ จากหลายเพศ จากหลายวัย มีโอกาสเปิดตัวเองต่อเวทีสาธารณะโดยผ่านสื่อมวลชนนั้น แสดงให้เห็นวุฒิภาวะหรือความมั่นใจของ "วัฒนธรรมไทย" ที่เป็นหลักว่า สามารถลงหลักปักรากตนเองได้อย่างมั่นคงแล้ว

ในเรื่องวัฒนธรรมแห่งความเสมอภาคที่ติดมากับกระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาสในสังคมไทยนั้น มีปฏิกิริยาที่แตกต่างกันต่อปรากฏการณ์นี้ บางทัศนะเห็นว่า ความเสมอภาคโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกิดจากการกระทำของสื่อมวลชน (เช่น โทรทัศน์) นั้น เป็นเพียงมายาลวงแบบทันสมัยเท่านั้น เพราะ

แม้ว่าในจอโทรทัศน์ทั้งคุณนายและคนใช้จะมีบทบาทสำคัญเท่าเทียมกัน แต่เมื่อจบจากจอโทรทัศน์แล้ว ในโลกนอกจอ อำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันทางสังคมก็ยังคงมีอยู่เช่นเดิม อีกทัศนะหนึ่งเห็นแย้งในทางตรงกันข้าม โดยเห็นว่าการที่สื่อมวลชนนำความคิดเรื่องความเสมอภาคเข้ามามาก ๆ แม้ว่าจะเริ่มต้นในโลกจินตนาการก่อนเป็นอันดับแรก (เหมือนอย่างคำสอนเรื่องพระศรีอาริย์และผู้มีบุญ) แต่นั่นก็เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานทางจิตใจเอาไว้เพื่อที่ประชาชนจะได้ก้าวต่อไปในการทำฝันให้เป็นจริง

สำหรับทัศนะอีกกลุ่มหนึ่งเป็นเป็นพวกอนาคตนิยม (Futurist) เช่น อัลวิน ทอฟเลอร์ หรือจอห์น เนสบิตต์ (ที่กล่าวถึงเรื่องคลื่นลูกที่สามและ Megatrend) นั้นเห็นว่า พัฒนาการของเทคโนโลยีที่นับวันจะแปรรูปจากเทคโนโลยีรวมศูนย์มาเป็นเทคโนโลยีแบบกระจายตัว เช่นตัวอย่างของคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่กล่าวมาเป็นเครื่อง PC เช่นทุกวันนี้ จะเป็นตัวบังคับให้วัฒนธรรมแบบการรวบอำนาจดำรงอยู่ไม่ได้ และจำเป็นที่ทุกสังคมในอนาคตต้องสร้างวัฒนธรรมแห่งการกระจายอำนาจอย่างเสมอภาคไปตามรูปแบบของเทคโนโลยี ตัวอย่างที่สังคมไทยได้ลองลิ้มชิมรสมาแล้วก็คือเหตุการณ์พฤษภาทมิฬของรสช. ที่เป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างเทคโนโลยีรวมศูนย์แบบวิทยุและโทรทัศน์ และเทคโนโลยีแบบกระจายตัว เช่น แฟกซ์ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

12. ลักษณะโลกแบบโลกาภิวัตน์

ภาพของโลกที่กำลังมีอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นหนึ่งตัวอย่างภาพของโลกที่กำลังจะมีมาในอนาคต นั่นคือ โลกแบบโลกาภิวัตน์ ซึ่งแปลตรงตัวว่า เป็นกระบวนการที่กำลังทำให้โลกทั้งโลก ซึ่งแต่ละส่วนเสี้ยวเคยมีความแตกต่าง

และแยกกันอยู่บ้างนั้น กลายเป็นโลกใบเดียวกันขึ้นมาจริงๆ การหลอมรวมกลายเป็นโลกเดียวกันนี้จะเป็นไปหมดในทุกมิติ เริ่มตั้งแต่ด้านเศรษฐกิจที่โลกทั้งโลกจะกลายเป็นระบบตลาดโลกเดียวกัน ดังที่เราได้เห็นแล้วว่า สินค้าทุน แรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ เดินทางอพยพโยกย้ายข้ามประเทศไปมาเป็นว่าเล่น

ความเป็นโลกเดียวกันนี้มิใช่เป็นเรื่องของการรณรงค์**ด้านจิตสำนึก**ว่า "We are are the world" เท่านั้น หากแต่เป็น**เรื่องจริง**ที่มีผลกระทบที่เป็นจริง ดังตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดสงครามอิรักกับอเมริกา เศรษฐกิจของชาวบ้านไทยในอีสานต้องได้รับความกระทบกระเทือนอย่างรุนแรง เพราะแรงงานในอิรักต้องเดินทางกลับ

ในมิติของการเมืองก็เช่นเดียวกัน โลกปัจจุบันนี้ ไม่มีประเทศใดสามารถจะกวาดบ้านของตัวเองได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตา ทัศนะ และกระแสผลักดันจากนานาประเทศ ประเทศไทยในรอบทศวรรษที่ผ่านมานี้ได้มีประสบการณ์จากการสัมผัสกับแรงผลักดันจากภายนอกอย่างที่จะช่วยให้ซาบซึ้งได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นกรณีของรสช. หรือแม้แต่การที่สส.ของไทยผู้ไม่ได้วีซ่าเข้าประเทศสหรัฐฯ ก็อาจจะเสียคะแนนในการเป็นนายกรัฐมนตรีเป็นต้น

ส่วนมิติทางด้านวัฒนธรรมนั้นจะยิ่งเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังเช่น เมื่อครั้งที่คนไทยอดตาหลับขับตานอนเพื่อดูฟุตบอลโลกพร้อม ๆ กับประชาชนทั่วทุกมุมโลก หรือในระดับที่ย่อยลงมากว่านั้นก็เช่น การดูแข่งขันเทนนิสเฟรนช์โอเพ่น การดูสนุ้กเกอร์ที่คนไทยมีหุ้นส่วนอยู่ด้วย รวมทั้งการที่มีนักร้องระดับขวัญใจชาวโลก เช่น ไมเคิล แจ็คสัน มาเล่นคอนเสิร์ตในประเทศไทย มิติทางวัฒนธรรมระดับโลกแบบนี้ แม้ว่าจะเริ่มต้นด้วยอาการผิวเผิน แต่ก็ดูเป็นจริง

มากยิ่งขึ้นทุกที

กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมโลกในยุคสมัยปัจจุบันและอนาคตนั้น มีการเปลี่ยนแปลงทางคุณภาพที่ผิดไปจากอดีต ในครั้งที่เราเรียกว่ายุคแห่งจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมนั้น วัฒนธรรมโลกหรือวัฒนธรรมสากลจะเกิดมาจากการหยิบยกวัฒนธรรมของชาติใดชาติหนึ่งที่มีอำนาจแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและการเมืองขึ้นมาครอบงำวัฒนธรรมอื่น แต่ทว่าวัฒนธรรมสากลหรือวัฒนธรรมโลกในยุคปัจจุบันนั้น จะเกิดมาจากการผสมผสานของการเอาสิ่งที่ดีที่สุดในแต่ละวัฒนธรรมมาผสมรวมเข้าด้วยกัน เช่น รูปแบบของการบริโภคแบบสากลนานาชาติจะประกอบด้วยสูตรดังนี้ "ดื่มกาแฟคาปุชชิโน (อิตาลี) ดื่มน้ำแร่เปอริเย่ (ฝรั่งเศส) ตกแต่งอพาร์ตเม้นท์ด้วยผลิตภัณฑ์อะคาเดีย รับประทานปลาซูชิ สวมชุดเบเนตอง ฟังเพลงร็อคของอเมริกัน และอังกฤษ ในขณะขับรถฮุนไดไปกินแมคโดนัลด์ เป็นต้น

ส่วนปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้โลกปัจจุบันสามารถสถาปนาระบบโลกที่ครบถ้วนทุกด้านนี้ ก็คือ พลังการผลิตที่ก้าวหน้าอย่างยิ่งด้านหนึ่งของมนุษยชาติ คือพลังทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสาขาข้อมูลข่าวสาร (Information Technology) เทคโนโลยีข่าวสารได้วางระบบเครือข่ายเอาไว้ทั่วโลก และเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับมิติเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมระดับโลก และจากตัวอย่าที่ได้ยกมาข้างต้น จะเห็นว่าสถาบันสื่อมวลชนเป็นตัวการสำคัญที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมโลกให้เกิดขึ้น (โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบของการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม)

13. กระบวนการทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์

กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมโลกนั้นก่อร่างบนพื้นฐานของการมี

วัฒนธรรมแห่งชาติที่มีอยู่ก่อน ดังนั้นในปัจจุบันนี้ เราจึงมองเห็นปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมในแต่ละประเทศ ในแต่ละท้องถิ่นกำลังดำเนินการอยู่ 2 อย่าง อย่างแรกก็คือ การคัดเลือกเอาวัฒนธรรมบางอย่างจากข้างนอกเข้ามาใช้ เช่น สังคมไทยกำลังคัดเลือกเอาคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษเข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย และในอีกด้านหนึ่งก็ยพายามเลือกเอาบางส่วนของวัฒนธรรมตนเองออกไปทำให้เป็นสากล เช่นที่ฝรั่งเศสกำลังทำให้ไวน์ของตัวเองเป็นไวน์ระดับโลก เหมือนเช่นที่อเมริกาเคยทำให้กางเกงยีนกลายเป็นกางเกงของคนทั่วโลกมาแล้ว แน่นอนว่า ภายใต้กระบวนการทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ย่อมมีเรื่องของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจผูกติดอยู่อย่างไม่เคยแยกจากกัน

สำหรับในการคัดเลือกเอาวัฒนธรรมของตนเองออกไปทำให้เป็น "สากลโลก" นั้น ย่อมแน่นอนว่าวัฒนธรรมดังกล่าวจะต้องมีการปรับตัวเองอยู่ไม่มากก็น้อย ดังเช่นเมื่อครั้งที่หนังฮอลลีวู้ดขยายตลาดออกไปทั่วโลก ผู้สร้างฮอลลีวู้ดก็จำเป็นต้องตัดบทสนทนาให้มีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และเพิ่มบท action ให้มาก ๆ เพื่อมิให้เป็นอุปสรรคสำหรับการฟังของประชาชนที่มิได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ ในกรณีของการทำอาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ให้กลายเป็นอาหารสากลนั้น เข้าใจว่าคนไทยคงต้องลดระดับความเผ็ดและเครื่องเทศลงไปบ้างเช่นกัน (ดังเช่นกรณีการโปรโมททุเรียนหมอนทองที่มีกลิ่นและรสชาติสอดคล้องกับความต้องการระดับโลก)

ในเรื่องของการรับวัฒนธรรมสากลบางอย่างเข้ามาผนวกกับวัฒนธรรมไทยที่มีอยู่นั้น มีข้อคิดบางประการที่เราควรเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต ข้อคิดประการแรกมาจากประสบการณ์ที่เราเคยบอกรับ "ความทันสมัยและการพัฒนาประเทศ" จากโลกภายนอก ในอดีตนั้น เรารับของภายนอกด้วย

ยุทธศาสตร์แบบการแทนที่ (Substitution) กล่าวคือ เรากวาดทิ้งของเดิมที่เราเคยมีอยู่ แล้วนำของใหม่มาแทนที่ทั้งหมด ผลจากการใช้ยุทธศาสตร์นี้ได้แสดงผลให้เห็นว่า "เราได้จ่ายแพงเกินไปอย่างมากสำหรับการพัฒนาประเทศ" และในยุคปัจจุบันเรากำลังต้องการควานหาของที่เคยกวาดทิ้งไปแล้ว ดังเช่นที่เราจะมองเห็นอาการโหยหาวันคืนอันเลิศแต่หนหลัง (Nostalgia) ของชนชั้นกลางไทยที่ไฝ่ฝันอยากจะได้ชีวิตอันสงบสุขริมแม่น้ำเจ้าพระขา จนกระทั่งบ้านจัดสรรนำเอามาเป็นจุดขายในงานโฆษณา หรือการย้อนกลับมาของละครย้อนยุค (period) ทั้งหลาย เช่น สองฝั่งคลอง ทวิภพ สี่แผ่นดิน คือหัตถาครองพิภพ ฯลฯ รวมทั้งการหันไปหาเครื่องเรือนโบราณ ของประดับแบบเก่า เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ เราอาจจะกำลังทำผิดซ้ำรอยเดิมในการเลือกรับเทคโนโลยีทางการสื่อสารเข้ามาโดยใช้ยุทธศาสตร์การแทนที่แบบเช่นเดิม ดังเช่นตัวอย่างในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ในสังคมไทย และกำลังจะถูกแทนที่ด้วยความสัมพันธ์แบบมีเทคโนโลยีเป็นตัวสื่อกลาง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น ในกรณีนี้มีประสบการณ์ที่น่าสนใจว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีความทันสมัยและมั่งคั่งด้านเทคโนโลยีอย่างสูงสุดนั้น ปัจจุบันนี้มีคนอเมริกันจำนวนไม่น้อยที่พยายามส่งเสริมกิจกรรมทุกอย่างที่เป็นประสบการณ์ตรง เป็นกิจกรรมรูปแบบความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างมนุษย์โดยไม่ต้องผ่านสื่อ

ข้อสังเกตประการที่สองคือ กระบวนการเลือกรับวัฒนธรรมจากภายนอกโดยกวาดของเก่าทิ้งไปนั้น ทำให้เกิดสภาพ "ของใหม่ก็ยังมาไม่ถึงของเก่าก็โยนทิ้งไปหมดแล้ว" ซึ่งเป็นสภาพที่แตกต่างจากกระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของตะวันตก เพราะในกรณีของสังคมตะวันตก ก่อนที่จะทำลายขนบธรรมเนียมประเพณีเดิมของชุมชนลงไปนั้น สังคมตะวันตกได้

สถาปนา civil society ขึ้นมาจนเข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นการเคารพกฎหมาย วินัยในตนเอง สำหรับการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมเมือง ในกรณีของวัฒนธรรมไทยเรานั้นจะแตกต่างกันออกไป แต่เดิมเราอยู่กันในชุมชนโดยมีธรรมเนียมประเพณี (การผิดผี การเคารพผู้หลักผู้ใหญ่) เป็นตัววางกรอบการกระทำ แต่ปัจจุบันนี้เราได้ทำลายของเก่าไปแล้ว ในขณะที่ของใหม่ก็ยังไม่ได้สร้างขึ้น เพราะแม้ว่าเมืองไทยจะมีกฎหมาย แต่คนไทยไม่ได้สร้างวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวกับกฎหมายขึ้นมาเลย สภาวะเช่นนี้ก่อให้เกิดความสับสนในสำนึกของผู้คนอย่างมาก

ข้อสังเกตประการที่สาม คือ การเลือกรับของนอกเข้ามา แต่ใช้ด้วยวิธีการแบบไทย ตัวอย่างของการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นอีกกรณีตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด และที่รับรู้กันมากที่สุดในสังคม คือ กรณีของโทรศัพท์มือถือ หรือเพจเจอร์ โดยรูปแบบและเนื้อหาแล้ว เทคโนโลยีเหล่านี้ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่ออัตถประโยชน์ในการใช้ แต่เมื่อเรานำสิ่งเหล่านี้เข้ามาในสังคมไทย แม้ว่าโดยรูปแบบของเทคโนโลยีแล้วจะอยู่ในยุคสังคมข่าวสารแต่วัฒนธรรมในการใช้สิ่งของเหล่านี้ยังอยู่ในยุคศักดินาเป็นอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงสถานภาพของผู้ใช้เช่นเดียวกับวัตถุแสดงสถานะของบุคคลในสังคมแบบเจ้าขุนมูลนาย อาการไม่ลงตัวพอดีของการรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามาในสังคมนั้นก่อให้เกิดความขัดแย้งและการกระทบกระทั่งกันอยู่ในชีวิตประจำวัน และในประเด็นนี้ สังคมไทยยังคงต้องทำการบ้านต่อไปที่จะหล่อหลอมคนของเราให้รับวัฒนธรรมจากภายนอกมาแบบให้ครบทั้งชุด

และข้อสังเกตประการสุดท้ายก็คือ การรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา เรารับแบบไม่ครบชุด หรือได้ชิ้นส่วนมาไม่ครบถ้วน เช่น กรณีของการเลือกรับแบบเพียงแค่ระดับผิวเผินเป็นแฟชั่น โดยไม่ได้ศึกษาให้ละเอียดรอบคอบ

ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ การรับเอาคอมพิวเตอร์เข้ามาอย่างรวดเร็วในสังคมไทย ด้านที่เราเลือกรับเข้ามาอย่างรวดเร็วที่สุดคือ ตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ ส่วนที่เริ่มคิดกันช้าลงคือ การผลิต software และส่วนที่คิดถึงกันน้อยที่สุดคือ วัฒนธรรมของประชาชนไทยในส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร สำนึกของคนไทยโดยทั่วไปในเรื่องการเห็นความสำคัญของข่าวสารการเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ข้อมูล ยังอยู่ห่างไกลจากระบบประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่หลายโยชน์

14. อาการละล้าละลังของวัฒนธรรมไทยต่อหน้ากระแสวัฒนธรรมโลก

หากจะให้ยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้เห็นภาพพจน์สภาวการณ์ปัจจุบันของวัฒนธรรมไทยที่กำลังต้องดำเนินการอยู่ 2 อย่าง ต่อกระแสวัฒนธรรมโลกที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นแล้ว เรื่องของการประกวดนางสาวไทยดูจะเป็นภาพตัวแทนที่ดีที่สุดของอาการละล้าละลังที่วัฒนธรรมไทยต้องเผชิญหน้ากับวัฒนธรรมโลก

แต่ครั้งอดีตนั้น การประกวดนางสาวไทยเป็นเรื่องราวในระดับประเทศ ดังนั้น มาตรฐานของการคัดเลือกจึงกำหนดมาจากพื้นฐานวัฒนธรรมของไทยเอง เริ่มตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสูง สัดส่วน หน้าตา ตลอดไปจนถึงเรื่องอากัปกิริยา (เช่น อ่อนหวานหนุ่มนวล) แต่ต่อมาเราก็เริ่มเอาการประกวดนางสาวไทยไปต่อแถวเข้ารอบกับการประกวดนางงามโลกหรือนางงามจักรวาล หลังจากนั้นมาตรฐานและหลักปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางสาวไทยก็ค่อย ๆ เปลี่ยนโฉมหน้าไป โดยมิติด้านกายภาพ (ความสูง สัดส่วน) เป็นสิ่งแรกที่ต้องปรับเปลี่ยนไป จากนั้นมิติด้านอากัปกิริยา

ก็ค่อยๆ แปรตามไป (นางสาวไทยต้องเดินได้อย่างกระฉับกระเฉง ไม่ใช่นวยนาดเยื้องกรายแบบก่อนแล้ว)

และแล้วพื้นที่สังคมไทยก็เริ่มไม่เหมาะสมที่จะผลิตนางสาวไทยที่ได้มาตรฐานสากล เพราะวิธีการกินอาหารแบบไทย ๆ นั้นจะทำให้รูปร่างใหญ่โตสูงขนาดฝรั่งนั้นเป็นไปได้ยาก ยิ่งเรื่องอากัปกิริยา รวมทั้งการที่ต้องมีความคิดเปิดกว้าง ก้าวหน้า รอบรู้โลก จากสาวสวยแบบไทย ๆ ก็ยิ่งเป็นคุณสมบัติที่ไม่อาจจะผลิตได้จากเบ้าหลอมของเราเอง ทางออกในเรื่องนี้จึงเป็นบรรดาสาวอิมพอร์ตทั้งหลายที่มีสัดส่วนของ "สากล" มากหน่อย แต่ก็ยังมีสัดส่วนของ "ความเป็นไทย" หลงเหลืออยู่บ้าง (เช่น ยิ้มง่าย ใจดี ทำท่าเอียงอายเป็น)

แต่ทว่าในช่วงหลัง ๆ นี้ ความตื่นตัวเรื่องวัฒนธรรมไทยโดยเฉพาะมิติด้านภาษามีมากขึ้น ความสามารถในการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการวัดระดับ "ความเป็นไทย" จึงมีความสำคัญขึ้นมา และถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ตัวหนึ่งในการพิจารณาคัดเลือกนางสาวไทยด้วย ซึ่งหมายความว่า แรงผลักดันจากท้องถิ่น (เมืองไทย) เริ่มตีตื้นขึ้นมา และมีผลทำให้นางสาวไทยในปีปัจจุบันสามารถพูด**ภาษาไทย**ได้อย่างถูกอักขระ แต่ไม่ค่อย**สวยตามมาตรฐานสากล**

มาตรฐานการคัดเลือกนางสาวไทยในยุคที่เรานำเอาวัฒนธรรมในเรื่องนี้ไปผูกติดกับวัฒนธรรมสากล จึงทำให้มาตรฐานดังกล่าวเกิดอาการละล้าละลังเอียงไปทางซ้ายทีขวาที อย่างที่กำลังเห็นอยู่ ฉันใดก็ฉันนั้น วัฒนธรรมไทยในส่วนเสี้ยวอื่น ๆ ที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสากลก็คงจะตกอยู่ในลักษณาการเดียวกัน

ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ให้ข้อสรุปว่า การจะเข้าสู่ความเป็นหนึ่งเดียวกันทางสากล โดยทั้งยังคงรักษาความเป็นตัวของตัวเองอยู่ได้โดยไม่ถูกดูดกลืนไปนั้น คงจะเป็นเรื่องไม่ง่ายเท่าใดนัก (เราอาจจะทำได้ในเรื่องวัฒนธรรมแบบ

ง่ายๆ ที่ผิวเผิน เช่น การดูฟุตบอลโลกที่เล่นจากทุกทีมทั่วโลกด้วยวิธีการดูแบบไทย ๆ คือ มีการพนันขันต่อแบบนานาชนิด หรือการดื่มเบียร์ที่มีรสชาติเดียวกันทั่วโลก คงมีแต่วิธีรินเท่านั้นที่เป็นแบบไทย ๆ เป็นต้น) และผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า ชนชั้นที่จะต้องเป็นกองหน้าในกระบวนการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมโลก คือ ชนชั้นกลางของไทย

15. ความมั่นใจในวัฒนธรรมไทยท่ามกลางกระแสวัฒนธรรมโลก

หากเราลองสำรวจดูวาทกรรม (discourse) ที่เกิดขึ้นเวลามีการพบปะกันซึ่ง ๆ หน้า ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมสากล เช่น กรณีที่มีราชาเพลงป๊อประดับโลก ไมเคิล แจ็คสัน มาเปิดคอนเสิร์ตเล่นที่เมืองไทยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว เนื้อหาของวาทกรรมที่เป็นหลักในประเด็นนี้จะเน้นหนักไปทางด้านการคัดค้านการเข้ามาของนักร้องท่านนี้ ด้วยข้อหาที่ว่าคุณไมเคิลจะเข้ามาทำลายวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ตัวอย่างของวาทกรรมเช่นนี้ค่อนข้างจะเป็นแบบฉบับที่ถูกนำมาใช้ทุกครั้งเวลาที่เราต้องการจะอธิบายปัญหาเรื่องวิกฤตการณ์ทางวัฒนธรรม หรือปัญหาที่วัฒนธรรมไทยมีอาการเสื่อมโทรมลงไป

ผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า วาทกรรมชนิดที่นำเอาวัฒนธรรมตะวันตกมาเป็นแพะรับบาป และต้องรับผิดชอบในความเสื่อมทรุดของวัฒนธรรมไทยนั้น เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นลงไปถึงสำนึกบางอย่างในเรื่องวัฒนธรรมของคนไทย

สำนึกแรกก็คือ ความไม่มั่นใจในรากฐานวัฒนธรรมของเราเอง ดังเช่นกรณีตัวอย่างของไมเคิล แจ็คสัน ซึ่งเป็นเสมือนกระแสลมที่พัดกระหน่ำมา

ทดสอบรากฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่ละแห่งว่ามีความแข็งแกร่งมากน้อยเพียงใด และคงมีแต่สิ่งก่อสร้างที่ไม่มั่นคงแข็งแรงเท่านั้นที่จะสั่นสะเทือนแม้เมื่อยามต้องลมแบบแผ่ว ๆ นอกจากนั้น วาทกรรมแบบดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่เอาแต่ก่นโทษผู้อื่นอย่างไม่ค่อยจะพิจารณาจุดอ่อนของตนเอง และประการสุดท้าย วาทกรรมดังกล่าวนั้นสร้างมาบนความเชื่อที่ว่าของเดิมที่คนไทยเรามีอยู่นั้นมีความดีพร้อมอยู่แล้ว ส่วนของใหม่ที่จะเข้ามาจากภายนอกนั้น ก็มีแต่ความเลวทรามอย่างชนิดไม่มีดีเจือปนอยู่เลย

ในทัศนะของผู้เขียนคิดว่า วาทกรรมแบบแพะรับบาปนั้นไม่ถูกต้องตามหลักเรื่อง "วัฒนธรรม" เพราะวัฒนธรรมทุกชาติทุกภาษาทุกกลุ่มชนย่อมมีการแลกเปลี่ยนกันอยู่แล้วตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น บรรพบุรุษของไทยเองก็ได้หยิบยืมดัดแปลงวัฒนธรรมจากต่างชาติต่างภาษามาใช้ทั้งนั้น และแถมยังมีการระบุบ่งบอกเอาไว้อย่างชัดเจนว่า หยิบยืมมาจากใคร ตัวอย่างเช่น เพลงไทยเดิม เพลง**แขก**ต่อยหม้อ **ฝรั่ง**รำเท้า **จีน**รำพัด **ลาว**ดวงเดือน **พม่า**เห่ ฯลฯ โดยที่บรรพบุรุษไทยเหล่านี้มิได้หวาดผวาเรื่องการถูกดูดกลืนทางวัฒนธรรมแต่อย่างใด ทั้งนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่า มีวิธีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับผู้อื่นอยู่ 2 เส้นทาง คือ การแลกเปลี่ยนอย่างรู้สึก "ตกเป็นรอง" หรือการแลกเปลี่ยนอย่างเสมอภาคเคียงบ่าเคียงไหล่กัน ซึ่งในกรณีหลังนี้ น่าจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อผู้แลกเปลี่ยนมีความมั่นใจในวัฒนธรรมของตนเองเป็นสำคัญ

16. วัฒนธรรมไทยในเวทีโลก : จุดขายหรือวิถีชีวิตของเราเอง

มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่า ในการเดินหน้าออกไปยืดอกผึ่งผายอยู่ในเวทีโลกนั้น

ประเทศไทยเรามักจะไม่ค่อยยืดอกในเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีหรือความเข้มแข็งทางการเมือง แต่มักจะมีจุดเด่นในเรื่องวัฒนธรรม เนื่องจากความที่เป็นชาติที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมหลายอย่าง เริ่มตั้งแต่เป็นสังคมชาวพุทธ เป็นชาติที่มีภาษาของตัวเองอย่างชัดเจน มีวิถีชีวิตหลายอย่างที่ตกผลึกในตัวเองจนสร้างความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ได้ ดังนั้น ในสนามการต่อสู้ด้านเศรษฐกิจในเวทีตลาดโลก สิ่งที่ประเทศไทยจะนำไปเป็น "จุดขาย" ได้นั้นจึงมักจะเป็นเรื่องของวัฒนธรรม และเราก็ยังมีคำถามต่อไปจากจุดนี้ว่า แม้แต่จะนำเอาวัฒนธรรมไทยไปเป็นจุดขายนั้น เราจะขายออกหรือเปล่า ขายแล้วจะคุ้มทุนหรือจะเป็นแบบทุนหายกำไรหดหรือเปล่า และกำไรที่ได้จากการขายจะเอามาทำอะไรกับต้นทุนที่ร่อยหรอไปหรือเปล่า

ปริมณฑลที่จะเป็นปรากฏการณ์ของเรื่องนี้ได้ชัดเจนที่สุดก็คือ ธุรกิจของสายการบินแห่งชาติ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่พรมแดนของ "ความเป็นไทย" และ "ความเป็นสากล" จะมาพบกัน สุทธินี ละไมเสถียร ได้ศึกษาว่า บริษัทการบินไทยได้นำเสนอภาพแห่งความเป็นไทยแก่สาธารณชนทั่วโลก โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณาของสายการบินอย่างไรบ้าง กรณีตัวอย่างเช่นนี้อาจจะเป็นการนำร่องในการก้าวเดินของเราต่อไป

ผลจากการศึกษาพบว่า "ความเป็นไทย" ที่ถูกคัดเลือกให้นำเสนอตัวเองต่อสายตาโลกนั้นมีอยู่สองระดับด้วยกัน ด้านแรกเป็นวัฒนธรรมในส่วนที่เป็นวัตถุสิ่งของและศิลปะความบันเทิง เช่น อาหาร ภูมิศาสตร์ ข้าวของเครื่องใช้ ด้านที่สองเป็นส่วนที่เป็นนามธรรมมากขึ้น เช่น อากัปกิริยา ความมีน้ำใจ เป็นต้น

และเมื่อวิเคราะห์ลึกลงไปถึงความหมายที่อยู่ในโฆษณาแต่ละชุดแล้ว ผู้ศึกษาได้อ่านความหมายว่า เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว วัฒนธรรมและวิถีชีวิตใน

โลกของตะวันตกในยุคปัจจุบันค่อนข้างจะมีรูปแบบเดียว (Monotone) น่าเบื่อหน่าย ขาดสีสัน ในทางตรงกันข้าม วัฒนธรรมไทยหรือเมืองไทยกลับมีความหลากหลาย มีความแตกต่าง และมีสีสัน วัฒนธรรมไทยนั้นมิได้ใช้ประโยชน์ได้ในแง่มุมเดียว หากแต่มีลักษณะเอนกประสงค์ (เช่น เมืองไทยใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซื้อของ พักผ่อน จัดประชุม ฯลฯ) หรือกล่าวให้ง่ายก็คือ จุดยืนของ "ความเป็นไทย" นั้นก็คือ การขายความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ส่วนจุดขายในเรื่องงานบริการที่เราอาจจะไม่ได้เน้นด้าน**ประสิทธิภาพ**เท่าใดนัก หากแต่ได้เน้นด้าน**มิตรภาพ** เช่น ความมีน้ำใจ ความห่วงใย ความอ่อนโยนนุ่มนวล ซึ่งทั้งหมดนี้น่าจะมาจากพื้นฐานวัฒนธรรมไทยเดิมที่สั่งสอนให้รู้จักคิดถึงคนอื่นเป็นสำคัญ (Altruism) ดังที่ปรากฏว่าคนไทยมีคำกล่าวในทำนองนี้อยู่ไม่น้อย เช่น รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้จักคิดถึงคนอื่นบ้าง หัวอกเขาอกเรา ฯลฯ ซึ่งตรงข้ามกับลักษณะถือตนเองเป็นศูนย์กลาง (Self-centered) และการบินไทยได้นำพื้นฐานดังกล่าวมาเป็นรากฐานของแนวทางให้บริการ

จากงานศึกษาชิ้นนี้ ผู้เขียนมีความเห็นว่า การคัดเลือกแง่มุมของวัฒนธรรมไทยออกไปนำเสนอเพื่อให้มี "ที่ทาง" อยู่ใน**สากลโลก**นั้น น่าจะเป็นสิ่งที่ถูกต้องแล้ว ทั้งนี้เพราะ**จุดขาย**ทั้งสองนั้น หากสามารถยกระดับให้ขึ้นมาเป็น**มิติในความคิดและสำนึกของวัฒนธรรมสากล** คือ ความหลากหลายและการรู้จักคิดถึงผู้อื่นแล้ว ก็นับว่าวัฒนธรรมไทยได้มีส่วนในการสร้างสรรค์โฉมหน้าของวัฒนธรรมสากลให้มีความงดงามมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็ยังมีความวิตกกังวลตกค้างอยู่ว่า โฆษณาเรื่อง "ความเป็นไทย" ในสื่อสิ่งพิมพ์ของการบินไทยนั้น จะเป็นไปตามหลักตรรกะ

ของสังคมยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ที่ว่า สิ่งที่อยู่ในโลกแห่งจินตนาการกับโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องเดียวกัน และสามารถจะเป็นเรื่องแบบทางใครทางมัน เพราะหากเป็นเช่นนั้นแล้วก็จะมีประโยชน์อะไรที่จะเหลือ "ความเป็นไทย" เอาไว้ในแผ่นพับ โปสเตอร์ และบรรยากาศบนเครื่องบินไทยเท่านั้น แต่ในสังคมไทยเองมีแต่จะห่างไกลจากสิ่งที่ปรากฏในโฆษณาออกไปทุกที และนี่อาจจะถึงเวลาที่เราจะต้องหันหลังกลับมาสร้างสรรค์ความเป็นจริงให้เป็นเหมือนอย่างที่เราได้เที่ยวไปเล่าให้คนอื่นฟังแล้วกระมัง (ความวิตกกังวลแบบของผู้เขียนปรากฏอยู่ในโฆษณาเหล้าชิ้นหนึ่งที่มีเสียงเด็กกับเสียงคนแก่พูดถึงลักษณะความเป็นไทยในลักษณะที่ขัดแย้งกันโดยสิ้นเชิง)

17. ความมั่นใจในภารกิจของชนชั้นกลาง

จากที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นจะเห็นได้ว่า สังคมไทยยุคใหม่ได้ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงขั้วอำนาจจากกลไกรัฐในส่วนที่ถืออาวุธ (คือ กองทัพ) มาเป็นกลไกสังคมที่ทำหน้าที่ทางอุดมการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลไกสังคมที่ทำหน้าที่ด้านข้อมูลข่าวสารโดยตรง และบรรดากลุ่มคนที่ทำหน้าที่อยู่ในสถาบันสื่อมวลชนนี้ก็คือ กลุ่มชนชั้นกลางนั่นเอง

จากแนวคิดเรื่อง "สังคมเข้มแข็ง-วัฒนธรรมหนักแน่น" คุณธีรยุทธ บุญมี ได้เสนอว่า สังคมไทยจะเข้มแข็งได้จำเป็นที่สังคมไทยและวัฒนธรรมไทยจะต้องมีความมั่นใจในตัวเองที่จะเผชิญหน้ากับโลกภายนอกและเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจนี้น่าจะเกิดมาจากการผนึกกำลังกันระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในสังคมไทย (ซึ่งเปรียบเสมือนกระบวนการสร้างฐานสามเหลี่ยมให้กว้างขวาง จะช่วยให้ยอดที่

สูงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ล้มคว่ำได้ง่ายๆ) การมีบทเรียนของการประสานความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายในสังคม จะช่วยให้เราเก็บรับบทเรียนนั้นไปสร้างสรรค์ความหลากหลายในระดับสากล (เพื่อต้านทานกระแสการครอบงำทางวัฒนธรรม)

คุณธีรยุทธตั้งข้อสังเกตว่า คนในสังคมยุคใหม่มักจะไม่ค่อยมีความมั่นใจ ทั้งนี้เพราะยุคสมัยนี้เป็นยุคที่ไม่มีใครสามารถให้หลักประกันในเรื่องเสถียรภาพของสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตาม อาจารย์นิธิ เอียวศรีวงศ์ ก็ตั้งข้อสังเกตเช่นเดียวกันในการศึกษาเรื่องลัทธิบูชาเสด็จพ่อ ร.5 ว่า วิถีชีวิตของชนชั้นกลางนั้นมีลักษณะแปรผันสูง เป็นวิถีชีวิตที่เกาะติดอยู่กับปัจจัยเหนือการควบคุมมากมาย (เช่น การผันแปรของตลาดหุ้น ระบบเงินตราต่างประเทศ ฯลฯ) ดังนั้น ชนชั้นกลางจึงต้องก่อสร้างเทวรูปองค์ใหม่ขึ้นมาเพื่อใช้ยึดเหนี่ยวจิตใจเหมือนเช่นที่ชนชั้นชาวนาได้สถาปนาสถาบันผีขึ้นมา

งานวิจัยของเมญาพิมพ์ สมประสงค์ ที่ศึกษาปฏิกิริยาของคนไทย 2 รุ่น คือ วัยรุ่นและผู้อาวุโสที่มีต่อ "ความเป็นไทย" ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ได้พบผลการศึกษาที่น่าสนใจว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคนสองรุ่นแล้ว คนรุ่นใหม่จะมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนรุ่นอาวุโส และเมื่อเปรียบเทียบความมั่นใจในวัฒนธรรมไทยระหว่างคนสองรุ่น ก็จะพบความแตกต่างอย่างชัดเจนว่า ผู้อาวุโสของไทยจะมีความเชื่อมั่นในพลังของวัฒนธรรมไทยมากกว่าคนรุ่นใหม่

และทั้ง ๆ ที่ชนชั้นกลางไทยอาจจะไม่มีความมั่นใจทางวัฒนธรรมนี้ แต่ทว่าชนชั้นกลางก็กำลังถูกมอบหมายบทบาทภาระหน้าที่ให้ทำการลองผิดลองถูกในการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมจากภายนอก ดังที่เราจะได้เห็นตัวอย่างจากงานโฆษณาในโทรทัศน์ เช่น "แอร์ประกอบนอก ราคา

แบบไทยๆ" หรือ "ยนตรกรรมเยอรมัน เพื่อคนไทยวันนี้" เป็นต้น

ผู้เขียนมีสมมติฐานว่า ในขณะที่ชนชั้นกลางไทยกำลังทำหน้าที่เป็น "บาร์เทนเดอร์" ในการผสมผสานวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั้งวัฒนธรรมไทยส่วนกลาง วัฒนธรรมไทยท้องถิ่น และวัฒนธรรมตะวันตกเข้าด้วยกันนั้น สัดส่วนของการผสมผสานนั้นยังไม่ค่อยลงตัวเท่าใดนัก (แต่นี้ก็เป็นขั้นตอนของการผสมผสานทางวัฒนธรรมโดยทั่วไป) กล่าวคือ ยัง "หนักมือ" ไปทางตะวันตกมากไปหน่อย และมีสัดส่วนของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เบาบางเจือจางอย่างมาก (ถ้าลองพลิกดูโฆษณานิตยสารรุ่นใหม่ของไทยสักเล่มหนึ่ง ก็จะเป็นประจักษ์พยานได้อย่างดี)

อันที่จริงอาการอิงฝรั่งในการผสมผสานทางวัฒนธรรมนั้นน่าจะเกิดมาจากการก่อตัวของสถาบันใหม่ ๆ ของสังคม และชนชั้นกลางนั้นมักมีต้นกำเนิดมาจากตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษาหรือสถาบันสื่อมวลชนก็ตาม และเนื่องจากการขาดโอกาสในการศึกษาวัฒนธรรมของไทย ไม่ว่าจะเป็นส่วนกลางหรือส่วนท้องถิ่นให้ถ่องแท้ ทำให้ชนชั้นกลางไทยยังไม่สามารถนำเอาวัฒนธรรมไทยมาผลิตซ้ำในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ (อย่างไรก็ตาม เมื่อมองโลกในแง่ดี ปัจจุบันก็เริ่มมีแสงรำไรของกระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นมาแล้ว)

จากการที่ไม่มีโอกาสเข้าใจวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ในสังคมไทยมักจะมีการตัดสายสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรชนชั้นกลางกับชนชั้นล่าง ๆ ของสังคมอยู่เสมอ) ทำให้สิ่งที่ธีรยุทธ บุญมี เรียกว่า "วัฒนธรรมการตีความ" ระหว่างชนชั้นกลางกับชนชั้นพื้นฐานของสังคมไทยแตกต่างกันอยู่มาก ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมทางการเมืองของชนชั้นกลางนั้นจำกัดขอบเขตการมีส่วนร่วมทางการเมืองเอาไว้แต่เฉพาะรูปแบบทางรัฐสภาเท่านั้น ในขณะที่วัฒนธรรมของชาวนาและคนงานขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกไปถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมโดยตรง เช่น การเดินขบวน (ซึ่งเป็นรูปแบบที่

ต่อเนื่องมาจากการถวายฎีการ้องเรียนในอดีต) แต่รูปแบบดังกล่าว (ซึ่งถูกเรียกว่า "Mob" และส่อนัยไปในทางลบ) ชนชั้นกลางไทยยังมักจะทำใจยอมรับไม่ได้ ทั้ง ๆ ที่เมื่อเทียบกับตะวันตกแล้ว ตะวันตกเองก็ได้ประชาธิปไตยมาเพราะ "Mob" แบบนี้ รวมทั้งบางส่วนของประชาธิปไตยในสังคมไทยด้วย

ปัญหาวิกฤตทางวัฒนธรรมที่ชนชั้นกลางกำลังเผชิญหน้าตามทัศนะของอาจารย์อานันท์ กาญจนพันธ์ มีอยู่ 2-3 ประการ เช่น การถือเอาผลประโยชน์ตนเป็นที่ตั้ง แล้วขาดความรับผิดชอบต่อส่วนรวม (ซึ่งเกิดขึ้นในคนส่วนใหญ่) การรู้จักเคารพสิทธิของคนอื่น การใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา ฯลฯ ในมิติเหล่านี้ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทยเคยมีคำตอบที่ดีกว่าให้ แต่ทว่าชนชั้นกลางยังไม่ได้หันไปเหลียวแลอย่างจริงจัง

ในท้ายที่สุด ผู้เขียนยังคงมีทัศนะแบบนักมนุษยนิยมที่ว่า มนุษย์เราเป็นสัตว์โลกที่ยังคงมีศักยภาพที่เปิดกว้างเสมออยู่ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของไทยเราท่ามกลางบริบทใหม่คงจะต้องผ่านกระบวนการลองผิดลองถูกดูบ้าง อย่างไรก็ตาม การลองของเราก็จะมีโอกาสผิดน้อยลง หากเรามีฐานความรู้ที่กว้างขวางขึ้น ในอดีตที่ผ่านมาชนทุกชั้นของสังคมไทยได้เคยผ่านบทเรียนการพัฒนาวัฒนธรรมมาแล้วอย่างมากมาย อาจจะมีทั้งบทเรียนที่ผิดพลาด และในเวลาเดียวกันก็มีบทเรียนที่ประสบความสำเร็จอยู่ไม่น้อย (เหมือนเช่นในวงการสื่อมวลชนสมัยใหม่ก็กำลังผ่านกระบวนการลองผิดลองถูกอยู่เช่นเดียวกัน) บทเรียนเหล่านั้นเป็นคลังความรู้ที่มีค่าสำหรับจะช่วยเสริมการสร้างวัฒนธรรมไทยต่อไปในอนาคต*

---

*__ที่มา__: เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "ทิศทางวัฒนธรรมไทย" จัดโดยศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับมูลนิธิคอนราด อเดนาวค์ วันที่ 22 มิถุนายน 2538

เอกสารประกอบการค้นคว้า

ธีรยุทธ บุญมี, **วิกฤตมนุษย์ยุคโลกาภิวัตน์**, สำนักพิมพ์วัลยา, 2538.

กิ่งแก้ว อัตถากร, **คติชนวิทยา**, หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2519.

สุทธินี ละไมเสถียร, "กลยุทธการสื่อความหมาย “ความเป็นไทย" ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทการบินไทย ปีพ.ศ.2530-2535", วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วัฒนี ภูวทิศ, "การวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย", วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เมญาพิมพ์ สมประสงค์, "ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อแนวคิดเรื่อง'ความเป็นไทย' ในภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นความเป็นไทยจากสื่อโทรทัศน์", วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

กาญจนา แก้วเทพ, "ความหมายและนัยยะสำคัญของสังคมสารสนเทศตามทัศนะนักอนาคตศาสตร์" เอกสารประกอบโครงการอาศรมความคิด เรื่อง "เทคโนโลยีสารสนเทศกับสื่อมวลชน" คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 5 กรกฎาคม 2537.

R. Wuthnow et als. **Cultural Analysis**, Routledge & Kegan Paul, 1984.

“สื่อและสารกับวัฒนธรรมในสังคม”

(1) สื่อและสารกับสังคม

“การสื่อสาร” ที่ภาษาอังกฤษใช้คำว่า “communication” (มีรากศัพท์ร่วมกับคำว่า “communist”) เป็นองค์ประกอบสำคัญองค์ประกอบหนึ่ง ที่อยู่คู่มากับสังคมมนุษย์นับตั้งแต่ยุคแรกเริ่มของมนุษยชาติจนถึงยุคปัจจุบัน ดังประจักษ์พยานของภาพเขียนรูป “มือคนสีแดง” ที่ ผาแต้ม จ.อุบลราชธานี ซึ่งเป็นรุ่งอรุณของการสื่อสารของมนุษย์ มาจนกระทั่งถึงหน้าจอ “คอมพิวเตอร์” ที่กลายมาเป็นเฟอร์นิเจอร์ประดับบ้านอย่างหนึ่งของมนุษย์ในปัจจุบันสมัย และองค์ประกอบตัวนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมให้ก้าวไปข้างหน้า ตัวอย่างเช่น ก่อนหน้าที่จะมีการประดิษฐ์ภาษาพูด (oral communication) ขึ้นมาใช้ มนุษย์ยุคดึกดำบรรพ์จำเป็นต้องใช้ภาษาท่าทางที่ใช้มือเป็นส่วนประกอบในการเล่าข่าวคราวสู่กันฟัง แต่เมื่อมนุษย์พัฒนามาถึงขั้นที่รู้จักใช้เสียง ใช้ภาษาพูด พัฒนาการนี้มีส่วนสำคัญทำให้มือทั้งสองข้างของมนุษย์ว่างพอที่จะใช้ฝึกฝนทำกิจกรรมอย่างอื่นๆได้มากกว่าแต่ก่อน

ปัจจุบันนี้เรามักจะได้ยินคำพูดเข้าหูอยู่บ่อยๆว่า *“ในยุคสมัยนี้มีการปฏิวัติด้านการสื่อสารอย่างมากมายและรวดเร็วแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อนในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ”* แต่สำหรับนักวิชาการที่ศึกษาพัฒนาการด้านการสื่อสารกับสังคมมนุษย์ได้สะกิดให้เรายับยั้งชั่งใจก่อนที่ตกลงไปในหลุมแห่งข้อสรุปที่กล่าวมาข้างต้น เพราะอันที่จริงแล้วในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมานั้นได้มีการปฏิวัติการสื่อสารครั้งใหญ่ๆที่น่าตื่นตาตื่นใจและก่อผลกระทบอย่างมหาศาลแก่สังคมมาแล้วไม่แพ้ยุคสมัยปัจจุบัน

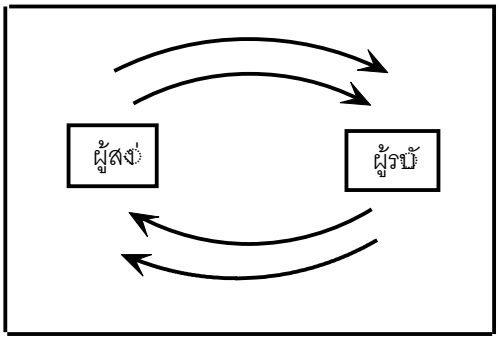
ตัวอย่างเช่น ในยุคของสังคมกรีกที่กำลังเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อของการปฏิวัติการสื่อสารจากรูปแบบการสื่อสารด้วย “คำพูด” แบบปากต่อปาก (oral communication) มาเป็นการสื่อสารด้วยการเขียนเป็น “ลายลักษณ์อักษร” (written communication) ได้มีการโต้แย้งกันถึงข้อดีและข้อเสียของการสื่อสารรูปแบบใหม่ในบรรยากาศเดียวกับที่คนยุคสมัยเรากำลังพูดถึงโทรทัศน์ หรือการจะอนุญาตให้ลูกเล่นวิดิโอเกมส์ดีหรือไม่ เช่น ข้อโต้แย้งระหว่างโสเครตีส ผู้ที่กำลังอบรมบ่มเพาะกุลบุตรชาวกรีกด้วยวิธีการสอนแบบคำพูด ได้ตั้งข้อปุจฉาขึ้นมาว่า “**รูปแบบ**การสื่อสารด้วยคำพูดนั้น จะสร้างบรรยากาศให้เกิดการเรียนอย่างเป็นกลุ่ม และมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างครูกับลูกศิษย์ ในขณะที่การเรียนจากตำรา (ที่เขียนขึ้นมานั้น) จะทำให้เด็กแยกตัวออกไป (อ่านหนังสือ) ตามลำพัง และเมื่อมีการ “จด” ลงสมุด พวกเขาก็จะเริ่ม “ไม่จำ” เช่นที่เคยฟังอาจารย์บรรยาย ส่วนที่จะมีผลกระทบมากที่สุดก็คือ เมื่อมีการเรียนด้วยการอ่านและเขียนมากขึ้น ผู้เรียนก็จะมีแต่ความรู้ที่จำมาจากตำราเท่านั้น โดยจะหมดความสามารถในการ**สร้าง**ความรู้ใหม่ๆด้วยตนเองซึ่งเกิดมาจากการเรียนด้วยการพูดคุยสนทนากัน (เพราะรูปแบบการพูดจะมีลักษณะเสรี และสร้างสรรค์มากกว่าภาษาเขียน)

H. Innis นักประวัติศาสตร์การสื่อสารชาวคานาเดียน ได้แสดงหลักฐานจากการศึกษาให้เห็นว่า ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง**รูปแบบของสื่อ** (Media) โดยยังไม่ต้องไปคิดเรื่อง**เนื้อหาสาร** (content) ว่าจะเป็นเรื่องอะไร เพียงแค่การเปลี่ยนรูปแบบสื่อก็ได้ทำให้มีการผลัดเปลี่ยนมือของกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคมเสียแล้ว เช่น เมื่อตัว**สื่อ**สำคัญของสังคมเป็น “แผ่นหิน” อำนาจของสังคมก็จะอยู่ในมือของ “กษัตริย์” แต่เมื่อตัวสื่อเปลี่ยนมาเป็น “กระดาษ” อำนาจของสังคมก็ถ่ายโอนมาเป็น “กลุ่มพระและนักบวช” เป็นต้น

ในสังคมไทยเอง ก็เคยได้สัมผัสกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อของสังคมที่ทำให้สถานการณ์แปรเปลี่ยนตามไปด้วย ตามปกติสังคมไทยสมัยใหม่รัฐจะทำการควบคุมสื่ออิเลคทรอนิกส์ที่มีลักษณะรวมศูนย์ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ ดังนั้นเมื่อจะมีการช่วงชิงอำนาจรัฐ สิ่งแรกที่กลุ่มผู้ทำรัฐประหารทุกกลุ่มต้องดำเนินการ จึงเป็นการต้องยึดกรมประชาสัมพันธ์ (สถานีวิทยุ) และบรรดาสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด ตามหลักการที่ว่า “อำนาจในการควบคุมสังคมมีพื้นฐานอยู่ที่อำนาจในการควบคุมข่าวสาร” อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2535 สังคมไทยได้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ ที่มีลักษณะการกระจายอำนาจ และก่อร่างเป็นเครือข่ายอยู่ในกลุ่มประชาชน เช่น เครื่องโทรศัพท์ทั้งแบบมีสาย และไร้สาย โทรสาร เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ฯลฯ ดังนั้นถึงแม้ฝ่ายผู้ปกครองจะควบคุมวิทยุและโทรทัศน์ได้ แต่ประชาชนก็ยังสามารถใช้เครือข่ายการสื่อสารของตนดำเนินการต่อต้านได้ เป็นต้น

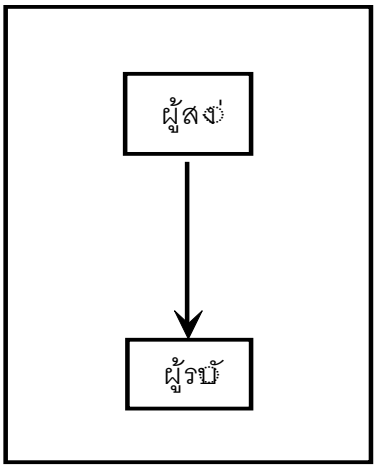
อันที่จริงเมื่อเราพูดถึงการสื่อสารนั้น ความหมายหรือแนวคิดที่รองรับอยู่เบื้องหลังจะแบ่งได้เป็น 2 แบบใหญ่ๆคือ

- **แบบแรกเป็นความหมายที่มีลักษณะเสมอภาคระหว่างผู้ส่งสาร** (ไม่ว่าจะเป็นผู้พูดหรือผู้เขียน) **กับผู้รับสาร** (ไม่ว่าจะเป็นผู้ฟังหรือผู้ดู) ถ้าเขียนเป็นแผนผังจะได้ภาพดังนี้



คุณลักษณะสำคัญๆของการสื่อสารแบบเสมอภาคคือ ตำแหน่งผู้ส่งและผู้รับนั้นไม่มีการผูกขาดแต่จะสลับผลัดกันไปมา และเป้าหมายของการสื่อสารนั้น หลังจากพูดคุยหรือเขียนโต้ตอบกันแล้ว ต่างฝ่ายต่างจะเข้าใจกันมากขึ้น ตัวอย่างของการสื่อสารเช่นนี้ปรากฏอยู่ในภาษิตของไทยที่ว่า “จับเข่าคุยกัน หันหน้ามาปรับความเข้าใจกัน” (เป็นที่น่าสังเกตว่า หัวลูกศรระหว่างผู้ส่งและผู้รับจะสลับกันไปมา) เป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง

●สำหรับความหมายของการสื่อสาร**ในแบบที่สองนั้นเป็นความหมายของการสื่อสารในลักษณะไม่เสมอภาคระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ** ดังที่แสดงในแผนภาพ



คุณลักษณะสำคัญๆของการสื่อสารแบบที่สองนี้ จะตรงกันข้ามกับแบบแรก กล่าวคือ ผู้ส่งจะผูกขาดตำแหน่งการเป็นผู้ส่งสารอยู่ฝ่ายเดียว ฝ่ายผู้รับสารมีหน้าที่เพียงรับฟัง/ ดูชมสารเป็นส่วนใหญ่ เป้าหมายของการสื่อสารแบบนี้ก็คือ หลังจากสื่อสารกันไปแล้ว ผู้ส่งจะสามารถทำให้ผู้รับคิดตามแบบผู้ส่งสาร

ได้ เช่น การออกคำสั่ง การโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง การโฆษณาขายสินค้า การโน้มน้าวชักชวน การใช้วาทศิลป์ ฯลฯ ดังเช่น แนวคิดที่อยู่ในภาษิตไทยที่ว่า “ปากเป็นเอก เลขเป็นโท” “พูดดีเป็นศรีแก่ปาก” ฯลฯ (ในภาพจะแสดงให้เห็นหัวลูกศรจะเป็นแบบทางเดียว ที่เรียกว่า “การสื่อสารแบบทางเดียว”)

การสื่อสารทั้ง 2 แบบนั้นอาจจะปรากฏอยู่ในการสื่อสารหลายๆรูปแบบ เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล อาจเป็นการสื่อสารทั้งแบบแรกและแบบที่สองได้ แต่ทว่าสำหรับการสื่อสารมวลชนนั้น (ที่เป็นประเด็นที่เราจะเน้นต่อไป) โดยรูปแบบแล้วจะบังคับให้ต้องเป็นการสื่อสารในความหมายที่สองมากกว่า ทั้งนี้เพราะสิ่งที่เราเรียกว่า “**การสื่อสารมวลชน**” นั้น มีความเป็น”มวลชน” เฉพาะในฝ่ายผู้รับสารเท่านั้น ส่วนในด้าน”ผู้ส่งสาร”นั้นเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ตัวอย่างเช่น กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดนั้น มีอยู่ไม่ถึงหมื่นคน แต่สร้างภาพยนตร์ให้คนทั่วโลกนับพันล้านคนเป็นผู้ชม

ผลสืบเนื่องที่ติดตามมาอีกประการหนึ่งจากการสื่อสารทั้ง 2 แบบก็คือ **การฝึกฝนอบรมฝ่ายผู้ส่งและผู้รับ** สำหรับการสื่อสารแบบเสมอภาคนั้น ทักษะและความสามารถในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับนั้นจะเป็นไปโดยธรรมชาติ แต่สำหรับการสื่อสารแบบที่มุ่งการโน้มน้าวนั้นจำเป็นต้องมีการฝึกฝนอบรมฝ่ายผู้ส่งเป็นการพิเศษเฉพาะ ดังนั้นนับตั้งแต่ครั้งอดีตที่บรรดาผู้ปกครองบ้านเมืองจำเป็นต้องเรียนรู้ศาสตร์เฉพาะที่เรียกว่า “วาทศิลป์” (Rhetoric) มาจนกระทั่งถึงผู้นำประเทศในปัจจุบัน (เช่น หลักการพูดในที่สาธารณะ) ระเรื่อยมาจนถึง “หลักการพูดเพื่อธุรกิจหรือเพื่อการเจรจาต่อรอง” อันเป็นความรู้ประการหนึ่งที่บรรดาผู้นำทางธุรกิจจะขาดเสียมิได้ ในขณะที่ฝ่ายผู้รับสารนั้น ยังคงมีทักษะและความสามารถตามแบบธรรมชาติ

แนวคิดดังกล่าวยังคงนำมาใช้กับระบบการสื่อสารมวลชนได้อย่างดี เพราะในขณะที่ฝ่ายผู้ที่จะเล่นบทเป็นนักสื่อสารมวลชนนั้น จะต้องได้รับการฝึกฝนบ่มเพาะอย่างเป็นการเป็นงาน ต้องรู้เทคนิคการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ ต้องรู้วิธีใช้มุมกล้องเพื่อโน้มน้าวใจ ฯลฯ แต่สำหรับฝ่ายผู้รับสารนั้น ยังคงใช้วิธีการตาดูหูฟังสื่อมวลชนต่างๆ อย่างที่เคยรับสารอื่นๆ โดยไม่จำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการอ่านหนังสือพิมพ์ วิธีฟังวิทยุ หรือวิธีการดูโทรทัศน์ ดังนั้นในขณะที่ผู้รับสารยังคงยึดติดอยู่กับคติเดิมในการรับสารโดยทั่วไป คือ “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น” (Seeing is believing) แต่แท้จริงแล้ว ภาพที่เห็นในจอโทรทัศน์นั้นล้วนแล้วแต่เป็นภาพที่ผ่านการปรุงแต่งมาเป็นส่วนใหญ่ ดังที่เคยมีเหตุการณ์ที่แสดงให้เห็นรอยโหว่ระหว่างฝ่ายผู้ส่งกับฝ่ายผู้รับสาร ในกรณีที่มีการตัดต่อภาพการนำเอาเด็กทารกไปว่ายน้ำให้กลายเป็นภาพที่มี action ต่อเนื่องกัน (ประกอบโฆษณาแป้งเด็ก) แต่ฝ่ายคนดูกลับคิดว่าทั้งหมดนั้นเป็นเหตุการณ์จริงและนำไปเลียนแบบจนลูกหลานมีอันตราย จากกรณีดังกล่าวจึงได้เกิดแนวคิดเรื่อง “การฝึกอบรมผู้รับสาร” ให้อ่านสื่อให้ออก/ รู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) อย่างน้อยเพื่อให้ผู้รับสารมีทักษะความสามารถให้การสื่อสารให้สูสีกับฝ่ายส่งสาร ที่ไม่ว่าจะเป็นนักการเมือง รายงานข่าวต่างประเทศ ดารา หรือนักสร้างโฆษณาขายสินค้าขึ้นมาบ้าง

(2) เอกลักษณ์ของการสื่อสารมวลชน

ก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชนสมัยใหม่ (ซึ่งเป็น “รุ่นใหม่แต่มาแรง” นั้น) ในทุกสังคมจะมีการสื่อสารในหลายๆระดับใช้อยู่แล้ว เช่น

- **การสื่อสารภายในตัวบุคคล**เอง (Intrapersonal communication) เป็นการสื่อสารที่สมัยโบราณให้ความสำคัญมาก คือ การรู้จักพูดคุยกับตนเอง

รู้จักพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเข้ามา การตั้งสติ การทำสมาธิ เป็นต้น

● **การสื่อสารระหว่างบุคคล** (Interpersonal communication) เป็นการสื่อสารรูปแบบหลักของสังคมประเพณี คือ การพบปะพูดคุยกัน การเยี่ยมเยียนถามหาสารทุกข์สุขดิบ ต้องมาเห็นหน้าเห็นตากัน ทุกวันนี้ในสังคมไทยยังมีการเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่ แม้จะต้องอาศัยความช่วยเหลือจากตัวสื่อกลางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การที่แม่และลูกจะพูดคุยกันโดยผ่านโทรศัพท์มือถือ วัยรุ่นหญิงชายใช้เพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว) เกี้ยวพาราสีกัน แม้แต่การใช้สื่อทันสมัยเช่น E-mail ก็มีรายงานวิจัยพบว่า รูปแบบการใช้งานหลักของอินเตอร์เน็ท คือ การส่งจดหมายทางไปรษณีย์ไปยังญาติมิตรควบคู่กับการหาข้อมูลผ่านระบบ world wide web

● **การสื่อสารของชุมชน/ระหว่างชุมชนหรือที่เรียกว่า สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี** ไม่ว่าจะเป็นการส่งข่าวสาร เช่น บรรดาวณิพกที่ท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้านและเล่าข่าวคราวในรูปแบบของเพลงลำต่างๆ หรือการสื่อสารเพื่อความบันเทิงและพิธีกรรม เช่น เพลงพวงมาลัย เพลงเกี่ยวข้าว ลิเก หมอลำ โนห์รา ค่าวซอ ฯลฯ

(เมื่อเกิดระบบการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ขึ้นมา ก็มักจะมีคำถามว่าสื่อมวลชนได้มีปฏิสัมพันธ์กับระบบการสื่อสารที่มีอยู่แล้วอย่างไรบ้าง ดังที่จะได้กล่าวต่อไป)

ผลผลิตชิ้นแรกๆของสื่อมวลชนนั้น คือ การพิมพ์หนังสือเล่ม และหนังสือพิมพ์ในช่วงศตวรรษที่ 16 ถึงแม้ว่าจะมีการผลิตกระดาษใช้กันมานานแล้วในประเทศจีนตั้งแต่ ค.ศ. 600 แต่ยุคของการพิมพ์สมัยใหม่ได้เริ่มนับตั้งแต่

ปี ค.ศ. 1453 เมื่อกูเตนเบิร์กคิดแท่นพิมพ์แบบหมุนได้ที่ทำการพิมพ์ได้อย่างรวดเร็ว และปี ค.ศ. 1562 เมื่อเกิดหนังสือพิมพ์รายเดือนฉบับแรกในอิตาลี

ในยุคปัจจุบันนี้ มีคำถามอยู่เสมอว่า “อะไรถือว่าเป็นสื่อมวลชน อะไรไม่ถือว่าเป็นสื่อมวลชน” คณะลิเกของไชยา มิตรชัย ที่เล่นสดแต่ละครั้งมีคนดูหลายพันคน จะถือว่าเป็นสื่อมวลชนหรือไม่ ในขณะที่วารสารทางวิชาการในมหาวิทยาลัยมีจำนวนพิมพ์ประมาณ 500 เล่ม และอาจจะจำหน่ายได้เพียง 200 เล่ม จะถือว่าเป็นสื่อมวลชนได้หรือไม่ เป็นต้น

โดยทั่วไปคุณสมบัติที่จะระบุถึงต่อไปนี้ มักจะถูกกล่าวอ้างถึงในการให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนคืออะไร ผู้เขียนได้เรียงลำดับคุณสมบัติจากที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรมไปสู่นามธรรมดังนี้

(1) ต้องเป็นการสื่อสารที่ผ่าน**ตัวสื่อกลาง** (media) และในความหมายที่เคร่งครัด ตัวสื่อกลางของสื่อมวลชนสมัยใหม่จะมีอยู่ 4-5 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสาร และหนังสือพิมพ์) สื่อภาพยนตร์ (cinematic media) สื่ออิเลคทรอนิกส์ (วิทยุและโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า)

(2) **ปริมาณของผู้รับสาร** ต้องมีจำนวนมากและเป็นผู้รับสารที่กระจัดกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ มีตัวเลขอันน่าประทับใจ ที่แสดงให้เห็นขีดความสามารถของสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่ขยายปริมาณการแพร่ภาพถึงผู้รับสารมากขึ้นทุกที่ เช่น ในปี ค.ศ. 1969 มีผู้ชมการถ่ายทอดโทรทัศน์เมื่อมนุษย์ไปเหยียบโลกพระจันทร์ 580 ล้านคน จากจำนวนพลเมืองโลก 4,000 ล้านคน ส่วนในปี ค.ศ. 1996 น่าจะมีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลโลกประมาณครึ่งโลก

ขีดความสามารถที่จะเข้าถึงปริมาณผู้รับสารที่กระจัดกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ (space) ในเวลาเดียวกัน (time) เป็นความลับของแหล่งพลังอำนาจของ

สื่อมวลชนที่ยังไม่มีรูปแบบการสื่อสารอื่นสามารถทาบเทียบได้ เราลองนึกดูว่าเมื่อ ใหม่ เจริญปุระ นักร้องผู้โด่งดังมีกรณีพิพาทกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐนั้น ใหม่จะต้องเดินสายคอนเสิร์ตสักกี่ครั้งจึงจะให้ข่าวสารแก่ประชาชนได้มากเท่าที่ไทยรัฐตีพิมพ์ข่าว 3 วันติดต่อกัน แหล่งพลังอำนาจอันนี้เองทำให้บรรดานักการเมือง ดารานักร้อง และบุคคลทั่วไปไม่มีใคร “กล้า” หรือ อยากจะ “มีเรื่องตอแย” กับสื่อมวลชน ปัญหาก็คือ จะมีกลไกอะไรกำกับควบคุมการสำแดงฤทธิ์เดชของพลังอำนาจดังกล่าวในกรณีที่ถูกใช้ไปอย่างผิดเป้าหมายและไร้ศีลธรรม

(3) ผลงานของสื่อมวลชนนั้นจะต้องผลิตโดยผ่านการทำงานขององค์กร ซึ่งอาจจะมีขนาดเล็กๆ (ประมาณ 20-30 คน) ไปจนถึงขนาดใหญ่ๆ (เช่น หนังสือพิมพ์ขนาดกลางของไทย มีพนักงานประมาณพันกว่าคน) ลักษณะการทำงานเป็นองค์กรนี้ทำให้มีการแบ่งงานกันอย่างมาก เช่นเดียวกับระบบสายพานในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น ในการสร้างผลงานเพลงลงตลับเทปสัก 1 ตลับ ต้องมีการแบ่งงานกันทำเฉพาะขั้นตอนการผลิตถึงประมาณ 7-10 ขั้นตอน (โดยยังไม่นับขั้นตอนของการโปรโมต และการจัดจำหน่ายตามสายส่งอีกต่างหาก) ด้วยเหตุนี้ในฐานะที่ผลงานของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ที่ถือได้ว่าเป็น “ผลิตกรรมทางวัฒนธรรม”อย่างหนึ่ง ด้วยวิธีการผลิตแบบแบ่งงานทำตามระบบสายพานในโรงงานดังกล่าว จึงมีการเรียกขานการสร้างงานสื่อมวลชนว่า “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม” (Culture Industry) อันเป็นปรากฏการณ์ที่เป็นลักษณะหลักของกระบวนการสร้างวัฒนธรรมของสังคมปัจจุบัน

ผลจากการทำงานร่วมกันเป็นองค์กรและมีการแบ่งงานกันทำอย่างสูงนี้ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ “หัวมงกุฎ ท้ายมังกร” ขึ้นมาอย่างสม่ำเสมอในวงการ

สื่อมวลชน ดังเช่นงานวิจัยเรื่อง การรายงานข่าวอาชญากรรมในโทรทัศน์ของไทยพบว่า ทั้งๆที่ในระดับของ “หัวมงกุฎ” คือ นโยบายของสถานีนั้นได้วางขอบเขตเอาไว้อย่างรัดกุมว่า ควรมีวิธีการนำเสนอข่าวอาชญากรรมทางโทรทัศน์อย่างไร แต่ทว่าเมื่อกระบวนการผลิตเลื่อนไหลไปตามสายพานระดับต่างๆ เช่น นักข่าว ช่างภาพ บรรณาธิการข่าว ผู้กำกับภาพและเสียง ผู้ประกาศข่าว ฯลฯ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในแต่ละระดับต่างก็สร้าง “ดาวคนละดวง” เช่น ช่างภาพต้องการให้ได้ภาพที่น่าสนใจ บรรณาธิการข่าวต้องการนำเสนอข่าวที่ประชาชนชื่นชอบเพื่อแข่งขันกับช่องอื่นๆ ด้วยเหตุนี้ในช่วงสุดท้ายปลายสุดของสายพานนี้ ข่าวอาชญากรรมที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ จึงมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับนโยบายที่ได้วางเอาไว้ และนี่ก็คือต้นตอที่ทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ ไปจนกระทั่งสร้างเสียงประณามระคนก่นด่าผลงานของสื่อมวลชนอยู่เสมอ

(4) การผลิตงานสื่อมวลชนจะ**อาศัยเทคโนโลยี**เป็นหลัก คุณสมบัติข้อนี้ทำให้เกิดผลสืบเนื่องตามมา 2 ประการคือ ประการแรกคือ สำหรับผู้ที่ต้องการจะเข้ามาเป็นผู้ส่งสาร จำเป็นต้องมาฝึกฝนอบรมการใช้เครื่องไม้เครื่องมือต่างๆ (บางครั้งคุณลักษณะข้อนี้ถูกรับรู้ว่าเป็นข้อเด่นจนบดบังลักษณะอื่นๆไปหมด เช่น มีความเข้าใจว่า การเข้ามาเรียนวารสารศาสตร์ หรือนิเทศศาสตร์ คือการมาเรียนถ่ายภาพข่าวหรือใช้กล้องโทรทัศน์) ประการที่สอง ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จะส่งผลให้กระบวนการผลิตงานสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น รายการวิทยุที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้าไปแล้วออกอากาศเสียงของผู้ชมอย่างสดๆทันทีนั้น ยังไม่สามารถทำได้ เนื่องจากระบบเซ็นเซ่อร์ของวิทยุซึ่งเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วแพร่กระจายได้กว้างไกล จึงต้องมีการควบคุมการออกอากาศในทุกแง่มุม (ไม่

ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง ศีลธรรม กฎหมาย ฯลฯ) อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะสามารถ Delay เสียงโทรศัพท์เอาไว้ให้ทางผู้จัดรายการฟังได้ก่อนในช่วงเวลาสั้นๆ แล้วจึงปล่อยเสียงออกอากาศ รูปแบบรายการวิทยุที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมก็มีความเป็นไปได้มากขึ้น

(5) การผลิตงานสื่อมวลชนในยุคปัจจุบันจะต้องเป็น**ลักษณะธุรกิจ** (และอาจผสมลักษณะของการเป็นบริการสาธารณะด้วยในสัดส่วนที่มากน้อยขึ้นอยู่กับว่า เป็นองค์กรของรัฐหรือเอกชน) ลักษณะที่เป็นธุรกิจนั้นมีนัยยะว่าในการดำเนินงานจะต้องมีเงินทุนเป็นเงื่อนไขเบื้องต้น และจะต้องมีเป้าหมายเพื่อการทำกำไรเป็นเงื่อนไขหนึ่ง ตัวอย่างเช่น คำถามในใจของบรรดาผู้สร้างภาพยนตร์ไทยเป็นส่วนใหญ่ คำถามแรกสุดในการจะสร้างภาพยนตร์สักเรื่องหนึ่งมักไม่ใช่คำถามประเภทว่า “จะสร้างหนังประเภทไหน จะให้ใครแสดง ฯลฯ” แต่มักจะเป็นคำถามที่ว่า “จะหาทุนในการสร้างมาจากไหน” ลักษณะความเป็นธุรกิจของสื่อสารมวลชนนั้นเป็นปัจจัยที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ได้อย่างมากมายในวงการสื่อมวลชน เช่น ทำไมจึงมีการนำละครเก่าๆมาสร้างใหม่อย่างซ้ำซาก ทำไมสารคดีของไทยจึงสร้างไม่ได้ดีเท่าของญี่ปุ่น ทำไมนักร้องเพลงไทยต้องหมั่นออกเทปม้วนใหม่อยู่เสมอ ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในด้านหนึ่งการสื่อสารมวลชนทุกชนิดจะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่งเนื่องจากผู้ที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชนได้รับอภิสิทธิบางอย่างในการที่ “สามารถจะสื่อสารไปสู่สังคมได้” (อภิสิทธิดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่ทุกสังคมจะต้องตรวจสอบและรักษาเอาไว้เสมอ ดังที่โสเครตีสได้เคยสังเวยชีวิตเพื่อความศักดิ์สิทธิของอภิสิทธิ์นี้มาแล้ว) เมื่อมีการ “ได้รับ” ไป ก็ต้องมีการ “จ่ายคืน” มาให้แก่สังคมเช่นกัน ดังนั้นการทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะเพื่อประโยชน์แก่ส่วนรวม จึงไม่ใช่สิ่งที่สื่อมวลชน

"ควรจะ" ทำเท่านั้น หากทว่าเป็นข้อตกลงแลกเปลี่ยนว่า สื่อมวลชน "จะต้องทำ" ภารกิจนี้ทีเดียว

(6) ปริมณฑลที่สื่อทำงานอยู่ส่วนใหญ่คือ ปริมณฑลที่เราเรียกว่า "**มิติสาธารณะ**" (Public Sphere) หมายความว่า เรื่องราวที่เป็น "ส่วนตัว" ของใครนั้น เมื่อถูกรายงานผ่านสื่อมวลชนก็จะกลายเป็นเรื่อง "สาธารณะ" ขึ้นมา (มีพลังอำนาจในการ publicize) บุคคลที่อยู่ในสื่อ จึงเป็น "บุคคลสาธารณะ" (public figure) เรื่องราวของเขาก็กลายเป็น "ประเด็นสาธารณะ" (public issue) เช่น บรรดาทรัพย์สินส่วนตัวของบรรดารัฐมนตรีที่ต้องแจ้งให้สาธารณะรับรู้ ทั้งนี้เนื่องจากบรรดาบุคคลสาธารณะเหล่านี้มีอภิสิทธิบางประการ เช่น มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ หรือมีอำนาจในการโน้มน้าวชักจูงประชามติ มีความคิดเห็นที่ได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากสาธารณะ หรือแม้แต่เป็นบุคคลที่สาธารณะให้ความสนใจเป็นพิเศษ เป็นต้น

เนื่องจากสื่อมวลชนทำงานอยู่ในปริมณฑลสาธารณะ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นสถาบันหลักที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ อารมณ์ความรู้สึก รวมทั้งชี้แนวทางการปฏิบัติของสังคม สื่อมวลชนทำให้คนไทยเชื่อว่า หากเปลี่ยนตัวนายกรัฐมนตรี สภาพเศรษฐกิจจะดีขึ้น หรือชี้นำการปฏิบัติว่า "หากไทยช่วยไทย ใช้ของไทยร่วมใจกันประหยัดแล้ว" จะสามารถฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจขาลงได้" เป็นต้น จากหน้าที่ดังกล่าวมีผลทำให้สื่อมวลชนส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็น "ผู้ธำรงรักษากฎระเบียบของสังคม" (กล่าวคือทำตามกระแสความคิดหลักของผู้มีอำนาจ) มากกว่าจะทำหน้าที่เป็น "ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาสู่สังคม" (หรืออาจกล่าวว่า "มิใช่แถวหน้าของการเปลี่ยนแปลง") ในต่างประเทศมีงานวิจัยที่แบ่งจุดยืนของสื่อมวลชนออกเป็น 3 จุด คือ อนุรักษ์นิยม เสรีนิยม และหัวก้าวหน้า ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่แล้วจุดยืนของ

สื่อมวลชนจะอยู่ระหว่างอนุรักษ์นิยมกับเสรีนิยม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า สื่อมักจะ “ตามหลัง” หรือ อย่างมากก็ “เคียงข้าง” มวลชนมากกว่าจะ “นำหน้าหรือล้ำหน้า” มวลชน

ปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจจะอธิบายได้ว่า เนื่องจากพลังอำนาจที่มีอยู่ไม่น้อยประการหนึ่งของสื่อ และเนื่องจากสื่อมวลชนเองต้องทำงานอยู่ในปริมณฑลสาธารณะดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้การทำงานของสื่อต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลไปจนกระทั่งถึงการควบคุมจากกลไกต่างๆ ของสังคม ไม่ว่าจะเป็นกลไกการเป็นเจ้าของ (ownership) กลไกด้านธุรกิจ กลไกด้านกฎหมาย ความต้องการของตลาดผู้รับสาร กลไกทางศีลธรรม ฯลฯ เสรีภาพในการทำงานของสื่อมวลชนจึงมีเส้นรอบวงล้อมกรอบเอาไว้อยู่เสมอ

จากคุณลักษณะ 5-6 ประการของสื่อมวลชนที่กล่าวมานี้ มีข้อสังเกตเล็กๆที่เกี่ยวข้อง อยู่ 2-3 ประการคือ

(i) ลักษณะการสื่อสารแบบ “สื่อมวลชน” นั้น เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มาเกิดขึ้นและกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมที่มีรูปแบบพิเศษ ที่นักนิเทศศาสตร์เรียกว่า “สังคมมวลชน” (Mass Society) (อันเป็นสังคมที่นักสังคมศาสตร์อื่นๆ เรียกว่า สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม) สังคมมวลชนที่ต้องใช้สื่อมวลชนนั้น เป็นสังคมที่มีประชากรจำนวนมากมาอยู่รวมกันในเมือง โดยที่บุคคลเหล่านี้มีสายสัมพันธ์ทางสังคม (ที่จะเป็นช่องทางของการสื่อสาร) ที่เปราะบางมากเมื่อเทียบกับชุมชนชนบท เพราะส่วนใหญ่คนในเมืองไม่ใช่ญาติพี่น้องกัน ไม่มีสำนึกของการเป็นคนบ้านเดียวกัน ชีวิตการทำงานก็แยกขาดจากกัน

ด้วยเหตุนี้ นักนิเทศศาสตร์ยุคแรกๆ จึงได้ตั้งความคาดหวังเอาไว้ว่า สื่อแบบใหม่ของสังคมมวลชนนี้จะทำหน้าที่เช่นเดียวกับบรรดาสถาบันเก่าๆของ

ชุมชนชนบท เช่น ทำหน้าที่แบบ**ยาม**ของหมู่บ้านที่จะสอดส่องดูแลเหตุการณ์ผิดปกติต่างๆ (เช่น พฤติกรรมการรวยผิดปกติของรัฐมนตรี) ทำหน้าที่เป็น**ครู** สั่งสอนเยาวชนว่า ให้ห่างไกลจากยาเสพติด ทำหน้าที่เป็น**ผู้ใหญ่บ้าน**ที่จะช่วยไกล่เกลี่ยประเด็นความขัดแย้ง เช่น รายการมองต่างมุม หรือเผชิญหน้าสภาวะแวดล้อม รวมทั้งทำหน้าที่เป็น**เจ้าอาวาส**ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งหมดนี้เป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคมตามหลัก "ต่างตอบแทน" ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งหน้าที่ใหม่ที่นักนิเทศศาสตร์ได้คาดการณ์เอาไว้ว่า เมื่อสังคมมวลชนเป็นสังคมที่ผู้คนยังไม่ผูกโยงกันด้วยสายสัมพันธ์ทางสังคม (ไม่รู้สึกห่วงใยกัน ไม่เอื้ออาทรกัน ไม่รู้ร้อนรู้หนาวต่อกัน) สื่อมวลชนก็ต้องทำหน้าที่เป็นทั่งและค้อนในการตอกสายสัมพันธ์ใหม่ขึ้นมา ดังที่เราอาจจะเห็นรูปธรรมของรูปแบบรายการบางอย่างของสื่อ เช่น ในระดับบุคคลก็เช่นกัน คอลัมน์หาคู่ครอง ในระดับกลุ่มก็เช่น รายการวิทยุจส. 100 หรือร่วมด้วยช่วยกัน เป็นต้น

(ii) มีข้อน่าสังเกตว่า ในขณะที่การสื่อสารมวลชนนั้นเป็นของใหม่ แต่ความใหม่นี้ก็ใหม่แต่ "ตัวสื่อ" เท่านั้น หากทว่าบรรดาเนื้อหา การแสดง วิธีการนำเสนอ รูปแบบอื่นๆ โครงสร้างวิธีคิดนั้น ล้วนแล้วแต่เป็น "ของเก่า" ที่นำมาจากการสื่อสารที่เคยมีมาก่อนทั้งสิ้น จึงไม่น่าแปลกใจว่า แม้แต่แบบแผนการรับชม (Viewing Behaviour) ของคนไทยที่มีต่อสื่อตัวใหม่นี้ ก็ยังเป็นแบบเก่าๆ อยู่ คนไทยเคยกินปลาหมึกย่างประกอบการดูลิเกในงานวัดฉันใด คนไทยก็ยังสามารถกินปลาหมึกถุงแบบใหม่ประกอบการดูละครโทรทัศน์ได้ในลักษณาการเดียวกัน จึงเป็นข้อสังเกตว่าแม้ว่าเราจะนำเอา**ตัวสื่อ** เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนัง วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งคอมพิวเตอร์ เข้ามาจากต่างประเทศ แต่**วิธีการ**ใช้นั้นก็ยังอาจเป็นแบบไทยๆ (เช่น คนไทยใช้หนังสือพิมพ์เป็นที่ติดตาม

นวนิยายจากละครโทรทัศน์) และนี่คือจุดนัดพบทางวัฒนธรรมระหว่าง “ความเป็นสากล” กับ “ลักษณะท้องถิ่นแบบไทยๆ”

(3) อำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนมีมากน้อยแค่ไหน

ในปี พ.ศ. 2540 เมื่อหนังไทยเรื่อง “เด็กเสเพล” ซึ่งเป็นเรื่องที่มีตัวเอกเป็นอันธพาลวัยรุ่น และมีเค้าโครงเรื่องแบบหนังวัยรุ่นวายร้าย (gangster) ออกฉายนั้น หลังจากนั้นไม่กี่วัน ก็มีข่าวในโลกแห่งความเป็นจริงว่า มีเด็กวัยรุ่นเข้าปล้นปั๊มน้ำมัน หลังจากถูกจับได้ก็ให้สัมภาษณ์ว่า “เลียนแบบจากหนังเรื่อง “เด็กเสเพล” และต่อจากนั้น สังคมไทยก็เริ่มมีอาการไข้ขึ้นต่ออำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่จะทำให้ผู้ดูผู้ชมโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและวัยรุ่นพากันเลียนแบบเอาอย่าง

อาการเช่นว่านี้คือ แนวคิดทั่วไปที่เชื่อว่า “สื่อมีอิทธิพลอย่างมหาศาล” ต่อผู้รับสาร ซึ่งเป็นแนวคิดที่ก่อตัวเมื่อต้นศตวรรษนี้เรียกว่า “ทฤษฎีเข็มฉีดยา” หรือ “ทฤษฎีกระสุนปืน” ที่เชื่อว่า สิ่งใดที่ใส่ไว้ในสื่อ จะสามารถพุ่งเข้าใส่ผู้รับสารได้อย่างได้ผล**ทันทีทันใด** เหมือนกระสุนปืนหรือเข็มฉีดยา ทฤษฎีนี้ก่อตัวขึ้นมาได้เนื่องจากมีปรากฏการณ์ความเป็นจริงหลายอย่างรองรับ เช่น การที่รัสเซียสามารถใช้สื่อภาพยนตร์เปลี่ยนความนึกคิดของประชาชนที่เคยมีชีวิตอยู่ในระบบพระเจ้าซาร์ ให้มาคิดแบบชาวสังคมนิยม หรือฮิตเลอร์ที่ใช้วิทยุอย่างได้ผลในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 แม้ว่า ในแวดวงวิชาการจะได้ทำการพิสูจน์วิจัยจนได้ข้อสรุปแล้วว่า “สื่อนั้นไม่ได้ทรงพลังอย่างไร้เทียมทานและไร้เงื่อนไข” แต่เนื่องจากความนึกคิดในโลกแห่งสามัญสำนึกเคลื่อนไหวไปช้ากว่า

ผลงานวิจัยในวงวิชาการ ดังนั้นในหมู่ประชาชนจึงยังคงความเชื่อเรื่องอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อเอาไว้ไม่น้อย

ในยุคที่สองบรรดานักวิชาการที่ลงมือทำวิจัยเรื่องอำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนอย่างจริงจังได้ให้ข้อสรุปว่า ลำพังแต่ตัวสื่อเพียงปัจจัยเดียว ไม่อาจจะดลบันดาลให้เกิดผลกระทบขึ้นอย่างฉับพลันทันใดได้ (ซึ่งหากสื่อกระทำได้เช่นนั้น บรรดาปัญหาสังคมต่างๆ คงแก้ไขได้ง่ายขึ้นด้วยการจัดหาให้มีรายการธรรมะทางโทรทัศน์ตลอด 24 ชั่วโมง) หากทว่าสื่อนั้นจะทำงานได้ผลต่อเมื่อมีปัจจัยอื่นๆร่วมอยู่ด้วย เช่น ในภาวะสงคราม ประชาชนมีความต้องการข่าวสารมากเป็นพิเศษ และมีการผูกขาดแหล่งข่าวสารอยู่เจ้าเดียว (คือรัฐบาล) ในกรณีของเด็กๆนั้น มีข้อค้นพบว่า พ่อแม่สามารถจะเล่นบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างเด็กกับสื่อและเป็น “ฤาษีแปลงสาร” ที่จะทำให้อิทธิพลจากสื่อออกมาในทางบวกหรือลบก็ได้ หรือผลจากการโน้มน้าวของบรรดาโฆษณาขายสินค้าในโทรทัศน์จะได้ผลหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้รับสารว่า เป็นผู้รู้จักคิดหน้าคิดหลัง หรือเป็นพวกหูเบา เป็นต้น

ส่วนในยุคที่สามซึ่งกำลังเป็นยุคปัจจุบันนั้น เนื่องจากในโลกแห่งความเป็นจริง อิทธิพลของสื่อขยายตัวอย่างมากทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ สื่อประเภทเก่าๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ ก็ยังคงอยู่ ส่วนสื่อสมัยใหม่เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ก็ขยายตัวมากขึ้น ตัวเลขจำนวนเวลาที่คนนั่งอยู่หน้าจอโทรทัศน์วันละ 4-5 ชั่วโมงอยู่เกือบตลอดชีวิตก็นับว่ามากโข ในแง่ตัวสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงจึงสามารถโน้มน้าวได้ดี และยังเป็นสื่อที่ตั้งอยู่ถึงในห้องรับแขกหรือแม้แต่ห้องนอนของเรา การเข้าถึงโทรทัศน์จึงง่ายกว่าภาพยนตร์ที่ต้องออกไปดู และผู้ชมยังไม่รู้สึกว่า ต้องควักกระเป๋าทุกครั้งที่เปิดรับ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ทำให้โทรทัศน์กลายเป็นศูนย์กลางของการ

สร้างสรรค์วัฒนธรรม ในยุคสมัยที่เรียกว่า “ยุคสมัยแห่งโทรทัศน์” (Television Period)

ภายใต้สภาวะการณ์ที่โลกแห่งความเป็นจริง อิทธิพลของสื่อดูมีท่วมท้นทั้งชีวิตประจำวันของผู้คน และการเคลื่อนไหวการเปลี่ยนแปลงของสังคม ข้อสรุปของนักวิชาการที่ว่า สื่อมีอิทธิพลอย่างจำกัดนั้น จึงดูเดินสวนกระแสความเป็นจริงที่เห็นอยู่กับตา ดังนั้นในหมู่นักวิชาการ จึงได้มีการทบทวนแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนกันเสียใหม่ ในครั้งนี้นักวิชาการได้เปลี่ยนมุมมองว่า ถึงแม้สื่อมวลชนจะไม่มีอิทธิพลแบบ “สั่งตายต้องตาย” อย่างฉับพลันทันที แต่ทว่าสื่อมวลชนก็อาจจะมี**อิทธิพลโดยทางอ้อม** และ**ในระยะยาว** ดังตัวอย่างอิทธิพลบางด้านที่จะยกมาประกอบ เช่น

- **อิทธิพลในการอบรมบ่มเพาะบุคคล** ช่วงทศวรรษ 1950 Hyman เคยทำวิจัยพบว่า แต่เดิมนั้นในสังคมอเมริกัน ครอบครัวจะมีบทบาทในการให้ข้อมูลและให้ความคิดทางการเมืองแก่เด็กๆ แต่ทว่าในทศวรรษต่อมา เมื่ออัตราส่วนของการดูโทรทัศน์ของเด็กสูงขึ้นเรื่อยๆ จาก 2 ชั่วโมงมาเป็น 4 ชั่วโมง Hyman จึงทำวิจัยใหม่โดยถามเด็กว่า ได้รับข้อมูลและทัศนะเกี่ยวกับเรื่องการเมืองมาจากใคร และพบว่า แหล่งข่าวสารส่วนใหญ่เปลี่ยนจากครอบครัวมาเป็นสื่อมวลชน การถ่ายทอดและอบรมบ่มเพาะความเข้าใจและความคิดเห็นทางการเมืองนั้นค่อยๆดำเนินไปอย่างไม่รู้ตัว โดยผ่านการถ่ายทอดบรรยากาศเลือกตั้ง การประชุมสภา การสัมภาษณ์นักการเมือง ฯลฯ

Gerbner ผู้สนใจในเรื่องอิทธิพลจากการอบรมบ่มเพาะของสื่อโทรทัศน์ (เป็นเจ้าของทฤษฎี Cultivation Theory) ได้ทำการวิจัยเรื่องการรับรู้เรื่องความรุนแรงในจอโทรทัศน์ และได้พบผลที่ชวนให้น่าเป็นห่วงว่า ในขณะที่ในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยอาศัยอยู่ในบริเวณที่ค่อนข้างสงบ

สุข ไม่ค่อยมีปัญหาอาชญากรรมและการใช้ความรุนแรง แต่ทว่าเนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาดูโทรทัศน์ที่มีเรื่องราวของความรุนแรงแสดงออกอยู่ตลอดเวลา นั่นก็มีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างมองโลกตามความเป็นจริงในจอมากกว่าความจริงนอกจอ กล่าวคือ ประสบการณ์ผ่านสื่อนั้นน่าเชื่อถือมากกว่าประสบการณ์ตรงของเราเสียอีก

● อิทธิพลในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่สอง W. Lippman นักหนังสือพิมพ์ชาวอเมริกัน ตั้งข้อสังเกตตั้งแต่ช่วงปี 1920 ว่า ตามปกติคนเราไม่ได้มีโอกาสสัมผัสกับเหตุการณ์ด้านเศรษฐกิจการเมืองที่ไกลตัวออกไปด้วยตนเอง (direct experience) แต่ทว่าเราก็จะมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้โดยผ่านสื่อมวลชน ที่เรียกว่าเป็น “ประสบการณ์ผ่านสื่อ” (Mass-mediated experience) และยิ่งนับวัน ประสบการณ์ผ่านสื่อเหล่านี้ ก็จะค่อยๆห่อหุ้มเป็นสิ่งแวดล้อมที่สองรอบๆตัวเรา ดังนั้นโฉมหน้าของโลกที่แท้จริงจะเป็นอย่างไรนั้น คนเราจึงไม่อาจจะเข้าถึงได้ทั้งหมด แต่เราจะเห็นโฉมหน้าของโลกตามแบบที่สื่อมวลชนวาดผ่านมาให้ เช่น เมื่อครั้งที่สื่อมวลชนวาดภาพประเทศสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ว่า เป็นโลกที่ลึกลับน่าหวาดกลัว (ดังเช่น สมญานามว่า “ประเทศหลังม่านเหล็ก หลังม่านไม้ไผ่”) คนในโลกเสรีก็จะเชื่อเช่นนั้น แต่เมื่อการเมืองระดับโลกเปลี่ยนไปเป็นการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ภาพของประเทศรัสเซียหรือจีน จึงเริ่มถูกระบายบนหน้าสื่อมวลชนด้วยสีสันใหม่ๆ ทุกวันนี้ความรู้สึกของคนในโลกเสรีต่อประเทศลิเบียหรืออิรัก ก็คงเป็นไปในทิศทางที่สื่อมวลชนได้สร้างบรรยากาศเอาไว้แวดล้อมตัวเราเช่นกัน

Boorstin ซึ่งเป็นผู้ที่สนใจเรื่องอิทธิพลของสื่อที่สามารถจะสร้าง**ภาพลักษณ์**ของสิ่งต่างๆ เหตุการณ์และบุคคล ได้ตั้งข้อสังเกตว่า สื่อประเภทโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ดังนั้นจึงมีขีดความสามารถในการ

สร้างภาพลักษณ์ได้อย่างดี นอกจากนั้นสื่อแบบนี้ยังได้บรรจุเอามิติด้าน**ความเข้าใจหรือเหตุผล** (cognition) ประสานเข้าเก็บมิติด้าน**อารมณ์ความรู้สึก** (emotion) ดังนั้นเมื่อมองเห็นภาพของนายกรัฐมนตรีปรากฏในจอโทรทัศน์ในรายการข่าวภาคค่ำ ผู้ดูจึงมิได้รับมาเพียงแต่ "ข่าวสาร" เท่านั้น หากแต่รับ "อารมณ์ความรู้สึกติดมาด้วย (เช่นนายกคนนี้ท่าทางดีนะ) McLuhan ถึงกับกล่าวว่า ในยุคสมัยของสื่ออิเลคทรอนิกส์นั้น ภาพพจน์ของหัวหน้าเผ่านั้นมีความสำคัญกว่าข้อเท็จจริงทางการเมืองเสียอีก

- ยังมีการค้นพบอิทธิพลในระยะยาว และเป็นอิทธิพลแบบทางอ้อมอย่างอื่นๆของสื่อมวลชน เช่น อิทธิพลใน**การกำหนดระเบียบวาระให้แก่สังคม** (Agenda Setting) อันมีเนื้อหาใจความว่า ถึงแม้สื่อมวลชนจะไม่สามารถสั่งการให้ผู้คนคิดเหมือนสื่อได้ทั้งหมด (How to think) แต่อย่างน้อยสื่อก็สามารถเป็นผู้ชงวาระให้ประชาชนพูดคุยในเรื่องราวที่สื่อจุดประเด็นขึ้นมาได้ (What to think about) เมื่อสื่อรายงานเรื่อง "ภาวะเรือนกระจก" ขึ้นมา เมื่อไปไหนมาไหน คนก็พากันพูดถึงเรื่องนี้ เมื่อสื่อพูดเรื่อง "ยาอี" "IMF" ฯลฯ คนทั่วไปก็จะล้อมวงมาพูดคุยกันในเรื่องที่สื่อจุดประเด็นมาให้

อิทธิพลที่ดูจะเป็นอันตรายของสื่อมวลชนก็คือ **การทำให้ประชาชนเสพสื่อแบบยาเสพติด** (Narcotization) นักสื่อมวลชนบางคนกล่าวว่าเพียงแต่ทำให้ประชาชนนั่งอยู่หน้าจอโทรทัศน์ดูรายการละคร เกมโชว์ มิวสิควิดิโอสักวันละ 5-6 ชั่วโมง พวกเขาก็จะไม่สนใจความเป็นไปของเหตุการณ์บ้านเมือง และความทุกข์ยากของคนอื่นแล้ว เช่นเดียวกับการทำให้โลกของสื่อกลายเป็นหลุมหลบภัยทางจิตใจที่เรียกว่า **เป็นการใช้สื่อเพื่อการหลบหนีปัญหาที่เป็นจริง** (Escapist) ดังตัวอย่างเหตุผลที่นักวิจัยได้ยินอยู่ตลอดเวลาว่า "ที่ชอบดูรายการตลกทางโทรทัศน์ก็เพราะช่วยให้ลืมปัญหาในชีวิตไปได้เป็น

ครั้งคราว" ดังนั้นท่ามกลางชีวิตจริงที่มีอาการเจ็บป่วยและเกิดบาดแผลไปทั่ว สื่อมวลชนจึงได้ช่วยทำหน้าที่เป็น "ยาฝิ่น" ช่วยบรรเทาให้ความเจ็บปวดทุเลาไปได้เป็นพักๆ เพื่อที่จะได้ลืมเลือนถึงทางออกแบบการผ่าตัดใหญ่ไปอย่างสนิทใจ

มีข้อสังเกตว่าในระดับสามัญสำนึกของคนทั่วไป จะรับรู้ได้โดยง่ายถึงอิทธิพลที่สื่อมวลชนจะมีต่อสังคม (ดังตัวอย่างหนังเรื่อง "เด็กเสเพล" ที่ได้ยกมา) แต่ที่จะรับรู้ได้ยากขึ้นก็คือ สังคมเองก็มีอิทธิพลต่อสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน และที่จะรับรู้ได้ยากที่สุดก็คือ แท้จริงแล้วมีคนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อสื่อมวลชน ก่อนที่สื่อมวลชนจะมาสำแดงอิทธิฤทธิ์ต่อมวลชนกลุ่มใหญ่อีกทอดหนึ่ง

(4) เทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ตามปกติเมื่อมีการกล่าวถึงเรื่องการสื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นตัวแทนของเทคโนโลยีการสื่อสาร (แบบสมัยใหม่และเป็นของนอก) กับเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (ซึ่งค่อนข้างจะถูกรับรู้ว่าเป็นเรื่องของเก่า และเป็นของไทยๆ) เรามักจะสนใจกันในแง่ "ตัวสาร/ เนื้อหาสาร" แต่ในที่นี้ผู้เขียนจะขอนำเสนอแง่มุมของทั้งเทคโนโลยีและวัฒนธรรมในแง่ของ "ตัวสื่อ" และจะหยิบยกตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงบางอย่างมาแสดง

- การนำสื่อสมัยใหม่จากภายนอกเข้ามาในสังคมหนึ่งๆนั้น ถือได้ว่าเป็นการพบปะสังสันทน์กันทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เพราะเพียงแค่รูปแบบของ "ตัวสื่อ" ก็สามารถเจรจาความทางวัฒนธรรมกันได้แล้ว โดยยังไม่เข้าไปถึงเรื่อง

เนื้อหา ตัวอย่างเช่น แต่เดิมคนอัฟริกันเคยมีลักษณะการพูดประโยคได้ทีละ 2-3 ประโยค แล้วก็ต้องหยุดคิด พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้อีกฝ่ายหนึ่งได้พูดบ้าง (เป็นลักษณะรูปแบบการสื่อสารของสังคมดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่) แต่เมื่อมีการนำเอาวิทยุเข้ามา และเริ่มมีการฟังวิทยุ (ซึ่งเอาแต่พูดอยู่ฝ่ายเดียวอย่างไม่หยุดเลย) ระบบรับสัมผัสด้วยการฟังของคนอัฟริกันก็ต้องเปลี่ยนแปลงแบบแผนไป นี่เป็นผลกระทบที่เกิดในระดับปัจเจกบุคคล

ส่วนผลกระทบในระดับสังคมนั้น ทั้งๆที่ระยะแรก คนอัฟริกันที่มีฐานะมั่งคั่งยังฟังวิทยุที่พูดอย่างต่อเนื่องไม่รู้เรื่อง (ฟังรู้เรื่องแค่ 2-3 ประโยคแรก แล้วก็หยุดคิดแล้ว) แต่ก็ยังทนฟังวิทยุ (อย่างไม่รู้เรื่อง) ไปเรื่อยๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมอันสูงส่งของตนในยุคสมัยที่วิทยุยังเป็นสมบัติอันล้ำค่าและหาได้ยากในหมู่คนทั่วไป นี่เป็นผลกระทบทางวัฒนธรรมในระดับสังคมที่เกิดขึ้นอยู่ในทุกหนทุกแห่ง (วันนี้ในประเทศไทย เพจเจอร์ มือถือ คอมพิวเตอร์ โฮมเธียร์เตอร์ เครื่องเล่นซีดี ฯลฯ ก็มีฐานะเหมือนเรื่องวิทยุที่เล่ามานี้)

ผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่นำมาให้ในทางที่ค่อนข้างจะเป็นด้านบวกก็คือ “การสร้างประชาธิปไตยให้แก่วัฒนธรรม” (Democratization of Culture) เนื่องจากในยุคสมัยก่อนนั้น จะมีวัฒนธรรมเพียง 2 อย่างคือ วัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) ที่มีลักษณะประณีต งดงาม แต่เสพกันอยู่ในกลุ่มผู้ดีเท่านั้น เช่น เพลงคลาสสิก โอเปร่า โขน ฯลฯ และวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk culture) ที่มีลักษณะเรียบง่าย รับใช้ชีวิตและมีแพร่หลายในกลุ่มชาวบ้าน ครั้นเกิดสื่อสมัยใหม่ขึ้นมา สื่อนี้ได้นำเอาทั้งวัฒนธรรมชั้นสูงและพื้นบ้านมาพบกันใน “สื่อมวลชนหรือวัฒนธรรมมวลชน” (Mass culture) เช่น ในจอโทรทัศน์นั้น เราจะได้ดูทั้งโขนหลวง และ

ลำเพลินของอีสานในที่เดียวกัน (แม้ว่าในระยะแรกๆการก้าวเข้ามาของวัฒนธรรมชั้นสูง และพื้นบ้านนี้อาจจะมีเรื่องขลุกขลักอยู่บ้าง เช่น เมื่อมีการเล่นละครโทรทัศน์ยุคแรกๆ นักแสดงละครเวทีเดิมยังไม่ค่อยเต็มใจจะมาเล่นละครโทรทัศน์เท่าใดนัก เพราะดูไม่ค่อยเป็นศิลปะ) นอกจากนั้นวิธีการผลิตของสื่อมวลชนที่มีการผลิตได้ครั้งละมากๆ ได้ช่วยให้มวลชนเข้าถึงวัฒนธรรมชั้นสูงมากขึ้น ดังนั้นเมื่อเพลงคลาสสิคของโมซาร์ทและเบโธเฟนได้รับการบันทึกลงแผ่นเสียงและถูกนำมาเปิดทางวิทยุ ผู้คนทุกระดับชั้นก็ได้มีบุญหูที่จะสัมผัสบทเพลงเหล่านั้น

●นักสื่อมวลชนที่สนใจเรื่องผลกระทบของตัวสื่อต่อวัฒนธรรมเป็นพิเศษ เช่น Innis และ McLuhan ได้สำรวจว่า เมื่อคนเราเปลี่ยนประสบการณ์จากการสื่อสารในรูปแบบของการพูดคุยมาเป็นการอ่านหนังสือ จะส่งผลกระทบทางวัฒนธรรมดังนี้คือ

- คนอ่านหนังสือจะมีลักษณะแยกตัวอย่างโดดเดี่ยว ทั้งนี้เพราะกิจกรรมการอ่านหนังสือจะต้องการความเป็นส่วนตัว ต้องอ่านคนเดียวเป็นส่วนใหญ่

- การอ่านหนังสือ ทำให้ผู้อ่านยังคงรักษาระยะห่างระหว่างตัวเองกับเรื่องที่กำลังอ่าน ทั้งนี้เพราะรูปแบบการอ่านหนังสือนั้น ผู้อ่านจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสาร (ถ้ารู้สึกเมื่อยตา หรือไม่พอใจ ก็หยุดอ่านได้) ทำให้เรื่องราวในสื่อมีอำนาจโน้มน้าวผู้อ่านได้น้อยกว่า (เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ที่ผู้อ่านควบคุมการสื่อสารได้น้อยมาก หรือโทรทัศน์ที่ยังมีเสรีภาพมากกว่า) เพราะเมื่อใดที่ผู้อ่านรู้สึกว่า “in” เข้าไปกับสาร ก็มีสิทธิจะถอยห่างออกมาใช้สติพิจารณาไตร่ตรองได้ทุกเวลา

- การอ่านจะส่งเสริมวิธีคิดแบบมีเหตุมีผล เนื่องจากการอ่านมีช่วงเวลาให้หยุดคิด

- การอ่านจะส่งเสริมให้คนมีทัศนคติแบบปัจเจกบุคคล เป็นอิสระทางความคิด เป็นตัวของตัวเอง อันเป็นผลลัพธ์มาจาก “วิธีการ” ที่คนสัมผัสกับรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว

ในทางตรงกันข้ามเมื่อนำมาเปรียบกับสื่อโทรทัศน์แล้ว จะเห็นได้ว่าประสบการณ์ของผู้รับสารที่สัมผัสกับสื่อโทรทัศน์จะเป็นดังนี้

- มีลักษณะนำเอาตัวเองเข้าไปผูกพันกับเรื่องราวสูงมาก เพราะลักษณะที่มีทั้งภาพและเสียง รวมทั้งมุมกล้องและระยะห่าง (เช่น การถ่าย close-up)

- ช่วงเวลาดูโทรทัศน์จะมีลักษณะต่อเนื่อง ทำให้ไม่มีเวลาหยุดคิด

- จากลักษณะที่เน้นอารมณ์ทำให้ผู้ชมโทรทัศน์มีประสบการณ์ที่ใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล

หรือตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ของมนุษย์กับสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่อคอมพิวเตอร์ดังแผนภาพต่อไปนี้

รูปแบบการสื่อสารกับสื่อสิ่งพิมพ์	**รูปแบบการสื่อสารของสื่อคอมพิวเตอร์**
• เกิดลักษณะชาตินิยม • เป็นสังคมแบบอุตสาหกรรมเน้นการผลิตวัตถุ • การตลาดเป็นแบบมวลชนจำนวนมาก • มีการรณรงค์การอ่านออกเขียนได้อย่างกว้างขวาง • มีการขยายตัวของการศึกษาในระบบ	• เกิดลักษณะโลกาภิวัตน์คิดอะไรระดับโลก • เป็นสังคมข่าวสารเน้นการผลิตข่าวสาร • การตลาดมีลักษณะเจาะเฉพาะกลุ่ม • มีการเรียกร้องให้อ่านเขียนภาษาอังกฤษได้อย่างกว้างขวาง • เน้นการศึกษานอกระบบการศึกษาด้วยตนเอง

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสื่อสารที่มีต่อมิติวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อีกประการหนึ่งคือแนวคิดที่ว่า ในสังคมข่าวสารนั้นมีความคิดว่า ด้วยความรู้ที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้มนุษย์สามารถควบคุมธรรมชาติทั้งธรรมชาติภายนอกและธรรมชาติภายในได้มากขึ้น สำหรับข้อสรุปนี้อาจจะยอมรับได้แต่ครึ่งแรกคือ เรื่อง “ธรรมชาติภายนอก” เท่านั้น แต่ทว่าเรื่องความสามารถใน “การควบคุมธรรมชาติภายใน” นั้น ยังเป็นข้อสงสัยอยู่ ทั้งนี้เพราะปัญหาส่วนมากของโลกปัจจุบัน เกิดมาจากความล้มเหลวของการควบคุมธรรมชาติภายในตัวมนุษย์ทั้งสิ้น

ข้อเสนอดังกล่าวจะมองเห็นได้จากภาพสะท้อนที่ปรากฏในสื่อมวลชน เช่น ในภาพยนตร์ของฮอลลีวู้ด โดยเฉพาะหนังประเภทหายนะทั้งหลาย (disaster) เช่นเรื่อง Twister Volcano Anaconda ฯลฯ เค้าโครงของหนังประเภทนี้ จะแสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ (ลมพายุ

ภูเขาไฟ งูยักษ์) และในเวลาเดียวกัน ก็แสดงให้เห็นความขัดแย้งในจิตใจของมนุษย์ไปพร้อมๆกัน ความนัยระหว่างบรรทัดของหนังจะบอกกล่าวผู้ชมว่า การจัดการกับความขัดแย้งในใจ หรือการควบคุมธรรมชาติภายในของมนุษย์นั้นเป็นเรื่องที่จัดการได้ยากยิ่งกว่าความขัดแย้งใดๆ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากมนุษย์ในยุคสมัยของการสื่อสารสมัยใหม่นั้นขาดการฝึกฝนบ่มเพาะให้รู้จักกับธรรมชาติภายในของตัวเองจึงมือตกไปมาก เมื่อไม่รู้จักเสียแล้ว เรื่องการจะไปควบคุมจึงเป็นไปไม่ได้

เราอาจจะเชื่อมโยงปรากฏการณ์นี้ ย้อนกลับไปที่การสื่อสาร 3 ระดับที่ได้กล่าวมาแล้วคือ

- การสื่อสารภายในบุคคล / การสื่อสารกับตัวเอง
- การสื่อสารระหว่างบุคคล
- การสื่อสารมวลชน

เมื่อประเภทของการสื่อสารมวลชนแบบใหม่ๆ ทะยอยเกิดขึ้นอยู่ไม่ขาดสาย โดยที่ของเก่าก็มิได้ล้มหายตายจากไปไหน เราจึงมีสื่ออย่างครบเครื่อง ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ แต่เนื่องจากมนุษย์เรามีเวลาอยู่เพียงวันละ 24 ชั่วโมงเท่านั้น ดังนั้นเมื่อตัวเลขการใช้สื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น ก็หมายความว่า การใช้สื่อมวลชนได้เข้าไปกินที่ของการสื่อสารอีก 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารกับตัวเอง และการสื่อสารระหว่างบุคคล (ครอบครัวสมัยใหม่จึงอาจเห็นใบหน้านักอ่านข่าวหรือดาราโทรทัศน์มากกว่าสมาชิกในครอบครัว) โดยเฉพาะการสื่อสารกับตัวเองนั้นแทบจะเลือนหายไปเลย คนสมัยใหม่จึงอยู่คนเดียวตามลำพังไม่เป็น เพราะจะรู้สึก “เหงา” หรืออยู่เฉยๆเงียบๆ ไม่ได้ เพราะจะ “เซ็ง” เมื่อไม่มีเวลาสนทนากับตัวเองก็ย่อมรู้จักตัวเองและควบคุมตัวเองได้น้อยลง ดังนั้นแม้ว่าคนรุ่นใหม่จะมี “สตางค์มาก

ขึ้น" แต่ก็มี "สติน้อยลง" และสติที่ยังพอเหลืออยู่บ้าง ก็ยังปรากฏอาการ "สติแตกแบบสุดขั้วโลก" อีกด้วย

(5) ทัศนะสองด้านต่อสื่อมวลชน

ในขณะที่สื่อมวลชนกำลังเป็นรูปแบบหลักของรูปแบบการสื่อสารในยุคสมัยปัจจุบันและในอนาคต ดังนั้นในที่นี้จะประมวลทัศนะของนักวิชาการที่มีต่อสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อการพิจารณาต่อไป

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า การที่สื่อมวลชนจะเล่นบทบาทเป็นพระเอกหรือผู้ร้ายนั้น น่าจะเกี่ยวข้องอยู่กับความหมายของการสื่อสารใน 2 แบบ คือ แบบเสมอภาค และแบบไม่เสมอภาคแต่มีลักษณะครอบงำที่ได้กล่าวมาตั้งแต่แรกด้วย

(5.1) ทัศนะด้านบวกต่อสื่อมวลชน

(i) **คุณประโยชน์ของสื่อมวลชนต่อบุคคล** ผู้ที่โดดเด่นในแนวคิดดังกล่าว คือ McLuhan ที่มองสื่อทุกชนิดในแง่ดีที่ว่า การเกิดสื่อแต่ละชนิดขึ้นมานั้นล้วนแล้วแต่ช่วยขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ทั้งสิ้น หรือพูดอย่างง่ายๆก็คือ ทำให้มนุษย์เรามี "หูตาทิพย์" เพราะสามารถเอาชนะ**เวลา** (ส่งสารได้อย่างรวดเร็ว) และชนะ**ระยะทาง** (ส่งสารได้ไกลๆ) ได้มากขึ้นทุกที เริ่มง่ายๆตั้งแต่จดหมายแล้วก็โทรเลขที่ทำให้เราพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบของสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในระยะทางที่แสนไกลในช่วงเวลาเดียวกันในรูปแบบสื่อเสียง (หรืออาจเห็นหน้าประกอบด้วย) วิทยุทำให้ได้ยินเสียงจากที่ไกลหลายหมื่นไมล์ เช่นเดียวกับโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดผ่านดาวเทียมทำให้เห็นเหตุการณ์จากอีกซีกโลกหนึ่ง

เกือบจะในเวลาเดียวกับที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น ทุกวันนี้ การใช้ระบบ internet e-mail หรือ www ทำให้เราสามารถหาข้อมูลหรือพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลแบบคนละฟากฟ้าได้ราวกับมานั่งอยู่ตรงหน้า พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว (นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น ไม่มีเงินซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้านการเมือง เช่น นโยบายรัฐไม่ส่งเสริม หรือด้านสังคมวัฒนธรรม คือ ไม่รู้จักวิธีใช้เทคโนโลยี เป็นต้น)

(ii) **คุณประโยชน์ของสื่อมวลชนต่อสังคม** ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ แนวคิดเรื่องการนำสื่อมวลชนมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ที่ถูกระบุว่าเป็น “ประเทศด้อย/กำลังพัฒนา” เช่น ประเทศโลกที่สาม จากทฤษฎีการพัฒนาได้ลงความเห็นว่า ประเทศเหล่านี้ต้องการการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างรอบด้าน คือ จากเศรษฐกิจการเกษตรมาเป็นอุตสาหกรรม จากการเมืองแบบเผด็จการมาเป็นประชาธิปไตย จากวัฒนธรรมแบบท้องถิ่นที่ชอบเชื่อถือไสยศาสตร์ ยึดถือประเพณี เฉื่อยชา ขาดความกระตือรือร้น ต้องเปลี่ยนมาเป็นแบบตะวันตกที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์ ใช้ระบบกฎหมาย และประชาชนมีความขยันขันแข็ง ทะเยอทะยานที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น ในการนี้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นทั้ง**ตัวบ่งชี้**ว่า สังคมนั้นได้ก้าวหน้าไปมากน้อยเพียงใดแล้ว เช่น มีหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ที่นั่งในโรงหนังจำนวนเท่าใดต่อจำนวนประชากร และทำหน้าที่เป็นทั้ง**ปัจจัยส่งเสริม**ความเจริญก้าวหน้าดังกล่าว จุดเริ่มต้นของกระบวนการนี้คือ การฝึกฝนกำลังคนให้มีความเข้าใจเรื่อง “การใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศ” ด้วยการเปิดสอนหลักสูตรดังกล่าวในสถาบันการศึกษา ประเด็นที่นักวิชาการเหล่านี้จะขบคิดก็คือ จะทำอย่างไรให้ชาวนาไทยหันมา

ยอมรับนวัตกรรมด้านการเกษตร การเปิดรับสื่อมวลชนจะทำให้ประชาชนมีความคิดเป็นประชาธิปไตย มีความเป็นวิทยาศาสตร์ เป็น "คนก้าวหน้าทันสมัย" หรือไม่ และอย่างไร เป็นต้น

ดังนั้นก่อนหน้าที่จะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ฯลฯ ภาพเหล่านี้ได้มาปรากฏในสื่อมวลชนก่อนหน้าที่ของจริงจะเดินทางมาถึง ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่สื่อมวลชนในโลกตะวันตกได้นำเสนอติดมาในเนื้อหาสื่อก็คือ "วิถีชีวิตที่ดี" (แบบตะวันตก) เช่น การกินอาหารร้อนๆ อาบน้ำใช้สบู่ นั่งโต๊ะเก้าอี้ ใส่รองเท้า นอนบนที่นอน ฯลฯ นิตยสารระดับโลกที่แปลออกเป็นหลายภาษาเช่น "**Reader's Digest**" ได้ช่วยเผยแพร่แบบวิถีชีวิตดังกล่าวแก่คนในทุกมุมโลก การทำหน้าที่ในด้านการทำความรู้จักและเข้าใจ "วิถีชีวิตที่ก้าวหน้าและทันสมัยแบบตะวันตก" นี้ น่าจะได้ผลอยู่ไม่น้อย ดังที่ปรากฏผลการวิจัยว่า หากไม่มีภาพของตู้เย็นที่แสดงอยู่ในหนังของฮอลลีวู้ดแล้ว คงต้องใช้เวลาประมาณ 20 ปี กว่าที่ชาวอินโดเนเซียจะรู้จัก เข้าใจ และยอมรับการใช้ตู้ใบใหญ่ๆสีขาวดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ในการพัฒนาประเทศดังกล่าวนั้น สามารถจะกลายเป็นดาบสองคมได้ ดังที่นักนิเทศศาสตร์เองได้ค้นพบข้อเท็จจริงที่ว่า หลังจากที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่กระตุ้นความต้องการและยกระดับความคาดหวังของประชาชนในโลกที่สามแล้ว แต่ทว่าในเงื่อนไขความเป็นจริง ไม่ได้จัดหา**วิถีทาง/ หนทาง** (means) ที่จะบรรลุเป้าหมายของการมีวิถีชีวิตที่ดีดังกล่าว เมื่อเห็นภาพตู้เย็นแล้วเกิดความอยากได้ขึ้นมา แต่ในชีวิตนี้ไม่มีหนทางอย่างถูกกฎหมายจะได้มาครอบครอง ดังนั้นประชาชนก็จะเลือก**หนทางอะไรก็ได้** เพื่อให้ได้มา จึงมีข้อสังเกตว่า การเกิดอาชญากรรมใน

ประเทศกำลังพัฒนานั้น มักมิได้มีสาเหตุมาจากความยากจน หากแต่มีสาเหตุมาจากความอยากได้อยากมีที่ไม่อาจใช้เส้นทางปกติแสวงหาเอาได้

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งของนักนิเทศศาสตร์ที่คร่ำหวอดอยู่กับการศึกษาเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศได้ตั้งข้อสังเกตว่า ทั้งๆที่แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศนั้นมีกำเนิดมาจากฝ่ายโลกเสรี แต่ทว่าโดยภาพรวมแล้ว เมื่อมีการนำเอาแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับบรรดาประเทศโลกที่สามในค่ายโลกเสรี ก็แทบจะปรากฏว่า ไม่มีประเทศใดเลยที่ทฤษฎีดังกล่าวจะทำงานอย่างได้ผลในภาคปฏิบัติ ในทางตรงกันข้ามเมื่อบรรดาประเทศสังคมนิยม เช่น จีน นำเอาแนวคิดดังกล่าวไปใช้บ้าง กลับปรากฏว่าได้ผลอย่างดี คำตอบในเรื่องนี้คงจะเป็นฐานะของสื่อมวลชนในประเทศสองค่ายที่แตกต่างกัน ในโลกเสรี สื่อมวลชนมักจะมีสัดส่วนการเป็นธุรกิจมากกว่าบริการสาธารณะ ดังนั้นการวางแผนเพื่อนำสื่อไปใช้เพื่อ “ความดี/ผลประโยชน์ส่วนรวม” ที่ไม่ได้ให้กำไรแก่กลุ่มบุคคลหรือธุรกิจใดเป็นการเฉพาะ จึงมักเป็นความพยายามที่เป็นหมัน แต่ในประเทศสังคมนิยม สื่อมีฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกลไกรัฐอยู่แล้ว จึงมีความพร้อมที่จะดำเนินการเพื่อกิจกรรมสาธารณะ โดยไม่ต้องห่วงหน้าพะวงหลังเรื่องผลกำไรของใคร

(iii) คุณประโยชน์ของสื่อมวลชนในระดับโลก

ก่อนหน้าปี พ.ศ. 2540 ถึงแม้ว่าคนไทยอาจจะได้ยินคำว่า “โลกาภิวัตน์” มาบ้างประปรายแต่ก็อาจจะยังเข้าใจไม่ซาบซึ้งนัก หากทว่าเมื่อประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์เศรษฐกิจขาลงและการเข้ามาจัดระบบเศรษฐกิจของไทยจาก IMF ในปี 2540 ก็แทบจะไม่ต้องอธิบายเหตุผลอะไรมากมายให้คนไทยฟัง เพราะความเป็นจริงในชีวิตประจำวันได้ตะโกนกรอกหูอยู่ทุกวันแล้วว่า สังคมไทยได้นำตัวเข้าไปผูกพันกับเศรษฐกิจโลกที่เรียกว่า

“โลกาภิวัตน์” แบบแนนแน่นอย่างยากจะถอนตัวออกมาแค่ไหน (IMF ก็เป็นสิ่งอันเป็นรูปธรรมมากที่สุดของโลกาภิวัตน์ที่คนไทยทุกชั้นสัมผัสได้)

แนวคิดเรื่อง “โลกาภิวัตน์” เริ่มมาจาก McLuhan ที่ตั้งชื่อโลกสมัยใหม่ที่เครือข่ายการสื่อสารได้ครอบคลุมออกไปราวกับตาข่าย (เช่นการติดตั้งดาวเทียม 2-3 ดวง อยู่นอกโลก ก็สามารถจะส่งสัญญาณได้ครอบคลุมทั่วโลกเหมือนเอาตาข่ายมาคลุมโลกเอาไว้อย่างงั้น) McLuhan เรียกโลกสมัยใหม่นี้ว่า “หมู่บ้านโลก” (Global Village) อันให้นัยยะเปรียบเทียบเหมือนกับบ้านเรือนของผู้คนในหมู่บ้านชนบทที่ต้องรู้หนาวรู้ร้อนต่อกันและกัน หากเกิดเหตุการณ์อะไรในบ้านหนึ่ง ก็จะเชื่อมโยงถึงกันหมดเพราะเครือข่ายการสื่อสารที่มีอยู่

เมื่อตัดภาพมาที่โลกสมัยใหม่ก็หมายความว่า ในแง่**เศรษฐกิจ** สินค้าจากทุกประเทศจะเข้าสู่ระบบตลาดโลก (ส่งขายไปทั่วโลกแบบโฆษณายาบำรุงกำลังยี่ห้อหนึ่งของไทย) ระบบการเมืองก็เป็นระบบโลก กล่าวคือ ประเทศใดจะมีการขึ้นช้างลงม้าอย่างไร ประเทศอื่นๆ ก็จะต้องเข้ามามีส่วนร่วม (นายกรัฐมนตรีของไทย ต้องไม่มีรายชื่อใน blacklist นักค้ายาเสพติดของอเมริกา ประเทศจีนฆ่านักศึกษาจีนตาย ประชาคมโลกต้องต่อต้าน เป็นต้น) รวมทั้ง**ระบบวัฒนธรรมโลก** ซึ่งอาจจะเห็นได้จากการมีวิถีชีวิตประจำวันที่โน้มเข้าหาความเหมือนกันเกือบทั่วโลก (อาหารเช้าคือกาแฟ เครื่องดื่มคือ coke กางเกงคือยีนส์) ตลอดจนการเกิดความรู้สึก “เพื่อนร่วมโลกเดียวกัน (We are the world) โดยมีกลไก/ช่องทางสร้างสรรค์ความรู้สึกดังกล่าว เช่น ข่าวต่างประเทศ สารคดีโลกกว้าง การประกวดนางงามจักรวาล การแข่งขันฟุตบอลโลก กีฬาโอลิมปิก การมีคอนเสิร์ตต่างประเทศมาเล่น ฯลฯ เป็นที่คาดหวังว่า สำนึกของ “เพื่อนร่วมโลกเดียวกัน” จะช่วยลดความรู้สึกแตกต่าง

ระหว่างเชื้อชาติ การถือเขาถือเราที่เป็นต้นเหตุของสงคราม และข้อพิพาทต่างๆ ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ และมีการระดมพลังกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เป็นปัญหาร่วมระดับโลก เช่น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม หรือปัญหาอุกาบาตจะชนโลก (รวมทั้งภัยจากมนุษย์ต่างดาวด้วย)

(5.2) ทัศนะด้านลบต่อสื่อมวลชน

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า เนื่องจากรูปแบบต้นฉบับของสื่อสารมวลชนนั้นมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่ไม่เสมอภาค มีลักษณะการโน้มน้าวอันจะนำไปสู่การครอบงำ ไม่ว่าจะเป็นการครอบงำเพื่อผลประโยชน์ อำนาจ หรืออภิสิทธิ์ก็ตาม ดังนั้นทัศนะในด้านลบที่มีต่อสื่อมวลชนจึงรวมศูนย์อยู่บนแนวคิดดังกล่าว

(i) **โทษร้ายของสื่อมวลชนต่อบุคคล** DeFleur นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ได้ประมวลข้อวิจารณ์สื่อมวลชนที่มีโทษภัยต่อบุคคล เช่น

- **ลดระดับวัฒนธรรมของประชาชนให้ต่ำทรามลง** จากแต่เดิมที่ประชาชนเคยมีวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นหลัก แต่เมื่อประชาชนหันมาเสพวัฒนธรรมมวลชนจากสื่อมวลชน ซึ่งหากเราวิเคราะห์เนื้อหาดู ก็จะพบแต่ลักษณะรสนิยมแบบต่ำ เช่น ละครแบบเมียน้อย-เมียหลวง การทำข่าวการเมืองแบบตีลูกปิงปอง (เอาคำสัมภาษณ์ของอีกฝ่ายหนึ่งไปถามฝ่ายตรงข้าม) รายการเกมโชว์ไร้สาระ โฆษณาแบบตลกฝืด เพลงสมัยนิยมที่เกือบไม่เป็นเพลง ฯลฯ การเสพย์วัฒนธรรมเช่นนี้อยู่ทุกวี่ทุกวัน ย่อมฉุดรสนิยมของมวลชนให้ต่ำลงทุกที
- **เพิ่มปัญหาอาชญากร** เพราะการกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ แต่ไม่มีหนทางบรรลุ ดังได้กล่าวมาแล้ว

- **จริยธรรมเสื่อมโทรมลง** ในละครโทรทัศน์มีแต่สอนการกินใช้ แต่ไม่มีการสอนเรื่องความขยันหมั่นเพียร ตัวอย่างนักการเมืองทำให้คนรังเกียจการเมือง รายการเกมโชว์ทำให้เห็นว่า เงินทางได้มาอย่างง่ายๆ เป็นต้น
- **เก็บกดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์** เนื่องจากบรรดารายการในสื่อมวลชนต่างๆนั้นล้วนมีลักษณะซ้ำซาก ไม่ต้องใช้ความพยายามในการดูหรือการติดตาม ทำให้ประชาชนไม่ต้องออกแรงสมองในการเสพย์ทำให้ผู้ชมมีลักษณะเฉื่อยชา และปัญญาไม่ได้รับการประเทือง

(ii) **โทษภัยของสื่อมวลชนต่อสังคม**

นอกเหนือจากโทษภัยที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องดาบสองคมของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา โทษภัยของสื่อมวลชนที่มีในขอบเขตของสังคมก็ยังเกิดขึ้น เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า หากภายในสังคมมีความขัดแย้งด้านผลประโยชน์อำนาจ และอภิสิทธิ์ของคนกลุ่มต่างๆ ซึ่งนำไปสู่การต่อสู้กันในรูปแบบต่างๆ ในการนี้สื่อมวลชนเองจะกลายเป็นอาวุธชิ้นหนึ่ง ที่ฝ่ายใดได้ครอบครองก็จะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายนั้น ดังนั้นปัญหาเรื่องการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น รัฐเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุ เอกชนเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ การเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่ร่างโดย สสร. ให้มีการคืนคลื่นวิทยุให้เป็นของสังคมและมีการกำหนดกติกาการจัดสรรกันใหม่ จึงเท่ากับเป็นการเปลี่ยนแปลงขั้วอำนาจ หรือทำให้อาวุธเปลี่ยนมือนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ ในปริมณฑลของการสื่อสาร เราจึงมองเห็นเวทีของการใช้อำนาจต่างๆในสังคมได้อย่างง่ายดายและชัดเจน เริ่มตั้งแต่ตัวอย่างเล็กๆในชีวิตประจำวัน เช่น เวลาผู้ใหญ่ดุเด็กๆ ก็จะห้ามเด็กๆไม่ให้มองหน้า “ว่าแล้วยังมองหน้าอีก” (เพราะการมองหน้าเป็นการท้าทายอำนาจ) หรือพนักงานชั้นผู้น้อยมีความรู้สึก “น้ำท่วมปาก” ไปจนกระทั่งถึงเรื่อง “ความลับ

ของทางราชการ" ที่กำลังจะต้องเผชิญหน้ากับการท้าทายของ "การทำประชาพิจารณ์" (Public hearing) ส่วนรูปแบบที่มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเกี่ยวข้องชัดเจนที่สุดก็คือ พรบ.ลิขสิทธิ์ที่ความรู้และข่าวสารถูกผูกขาดมีเจ้าของเป็นตัวเป็นตน หากผู้อื่นจะใช้บ้างก็ต้องไปเช่าซื้อมา เป็นต้น

โทษภัยของสื่อมวลชนที่มีในระดับสังคมจึงเกิดขึ้นเนื่องจากโครงสร้างอำนาจ ความมั่งคั่ง และอภิสิทธิ์ที่ไม่เสมอภาคในสังคม แล้วมาแสดงออกในเวทีสื่อมวลชน ตัวอย่างเช่น คำนิยามของคำว่า "ข่าว" ในประเทศโลกที่สาม คือ การถ่ายทอดกิจกรรมปกติธรรมดาของชนชั้นสูงของสังคม (เปิดงาน ตัดแพรคลุมป้าย เยี่ยมเยียน ประชุม ฯลฯ) มาสู่ประชาชนทั่วไปแบบทางเดียว และไม่เป็นไปในทางกลับกัน เมื่อราชการมีข้อขัดแย้งกับประชาชน แหล่งข่าวจะเป็นข้าราชการมากกว่าชาวบ้าน ละครโทรทัศน์เป็นเรื่องราวของคนรวยมากกว่าคนจน ฯลฯ นี้จึงอาจสรุปได้ว่า สื่อมวลชน ก็คือ เครื่องมืออย่างหนึ่งที่ชนชั้นนำของประเทศนำมาใช้ในการครอบงำประชาชนผ่านรูปแบบรายการต่างๆนั่นเอง

และยิ่งสังคมกลายเป็นสังคมข่าวสารมากยิ่งขึ้นเท่าใด ก็หมายความว่า ข่าวสารจะทวีความสำคัญและมีราคาแพงมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ผลสืบเนื่องที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ก็คือ ช่องว่างระหว่าง "ผู้ที่มีข่าวสาร" กับ "ผู้ที่ไม่มีข่าวสาร" จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ดังที่มีการร้องเรียนอยู่เสมอว่าเกษตรกรไม่อาจจะรู้ราคาของสินค้าในตลาดได้รวดเร็วเท่ากับพ่อค้า โดยสื่อมวลชนไม่สามารถจะถมช่องว่างดังกล่าวได้ และยังถ่างช่องว่างดังกล่าวให้กว้างออกไปอีกด้วย ปรากฏการณ์นี้ได้เกิดขึ้นในมิติของระดับระหว่างประเทศด้วย

(iii) โทษภัยของสื่อมวลชนในระดับโลก

เป็นปรากฏการณ์ที่นักนิเทศศาสตร์ให้ความสนใจมากที่สุด อันเนื่องมาจากการมองเห็นได้ง่ายที่สุด โดยเฉพาะนักวิชาการสำนัก “การครอบงำทางวัฒนธรรม” เช่น H. Schiller กล่าวว่า แต่เดิมการขยายอาณานิคมของจักรวรรดินิยมแบบเดิมนับตั้งแต่โรมันมาจนถึงสเปนและอังกฤษนั้น ยังใช้กำลังทหารและอาวุธสงครามเป็นหลัก แต่ในยุคจักรวรรดินิยมรุ่นใหม่เช่นอเมริกานั้นได้ใช้กำลังด้านเศรษฐกิจและอาวุธด้านข่าวสารเป็นเครื่องมือ เป้าหมายของการยึดกุมมิใช่การครอบครองพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หากแต่เป็นการครอบครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมและจิตสำนึกของประชาชนให้วัฒนธรรมทั่วโลกมีรูปแบบเป็นอย่างเดียวกันทั้งหมด (Standardization) ทั้งนี้เพื่อเอื้ออำนวยต่อระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ตัวอย่างเช่น แต่เดิมในแต่ละท้องถิ่นอาจจะมีการแต่งกายด้วยการนุ่งซิ่น นุ่งโจงกระเบน นุ่งผ้าเตี่ยว นุ่งกางเกงสะดอ หรือชาวเล จึงต้องอาศัยการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนที่ทำการตัดเย็บรูปแบบการบริโภคของมวลชนทั่วโลกให้หันมานิยมน่งุกางเกงยีนส์เหมือนกันทั่วโลก

ดังนั้นสิ่งที่สื่อมวลชนส่งออกไปจึงมิใช่ “ข้อมูลข่าวสาร” เท่านั้น หากแต่มี “ค่านิยมต่างๆ แฝงฝังอยู่ในเนื้อใน” และรายการของสื่อมวลชนจึงมิใช่ “สินค้าแบบธรรมดา” เท่านั้นหากแต่เป็น “สินค้าแบบปลิดวิญญาณ” (cultural/ spiritual commodity) ที่ทะลุทะลวงเข้าไปถึงจิตสำนึกชั้นในของผู้เสพด้วย ผลจากการทำงานในระดับสากลเพียงไม่กี่ทศวรรษของสื่อมวลชน เราก็จะเห็นได้ว่า เมืองใหญ่ๆทั่วโลกมีหน้าตาคล้ายคลึงกันเข้าไปทุกที (ตึกระฟ้าในกรุงเทพฯ ก็ถือได้ว่าเป็นน้องๆของนิวยอร์กได้เหมือนกัน)

โทษภัยของการครอบงำทางวัฒนธรรมนี้ เริ่มต้นขึ้นเมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เมื่อสหประชาชาติได้ประกาศนโยบายให้ทั่วโลกมี

"กระแสข่าวสารไหลได้อย่างเสรี" เนื่องจากข้ออ้างจากช่วงสงครามที่เยอรมันปิดหูปิดตาประชาชนในประเทศ แต่หลังจากดำเนินนโยบายดังกล่าวไปได้เพียงสองทศวรรษก็ปรากฏว่า เนื่องจากขีดความสามารถในการสร้างข่าวสารในทุกระดับ (ไม่ว่าจะเป็น hardware software และ human-ware) ของประเทศต่างๆนั้นไม่เท่ากัน คนที่มือยาวที่สุดเช่นสหรัฐจึงสามารถที่จะสาวได้สาวเอา ดังนั้นอเมริกาจึงขายทั้งอุปกรณ์ติดตั้งสถานีโทรทัศน์ให้แก่ประเทศโลกที่สาม ก่อนเป็นอันดับแรก แล้วต่อจากนั้นก็ขายรายการต่างๆ ที่ผลิตในสหรัฐตามมาเป็นอันดับต่อไป กรณีของประเทศไทยก็คงเป็นแบบฉบับเช่นเดียวกับประเทศโลกที่สามอื่นๆ ที่ในยุคแรกๆของโทรทัศน์ คนไทยจะรู้จักหนังทีวีชุด I love Lucy Bonunza Maverick ฯลฯ จากสำรวจในปี ค.ศ. 1975 พบว่า ข่าวต่างประเทศทั้งหมดมาจากสำนักข่าวต่างประเทศซึ่งมีเจ้าใหญ่ๆผูกขาดอยู่เพียง 5 เจ้า 78% ของภาพยนตร์มาจากต่างประเทศ ครึ่งหนึ่งของรายการโทรทัศน์มาจากนอก 70-80% ของโฆษณาเป็นของบริษัทข้ามชาติ จนกระทั่งปี 1979 ก็ยังมี 62% ของรายการโทรทัศน์ที่สั่งมาจากอเมริกา ดังนั้นธุรกิจการแปลภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นไทยจึงเฟื่องฟูในประเทศไทย จากการวางรากฐานมายาวนานดังกล่าว ทุกวันนี้คนไทยจึงคุ้นเคยกับหน้าตาของดาราลูกครึ่ง (ซึ่งความจริงหน้าตาเป็นฝรั่งทั้งหมด แต่พูดไทยได้) และซึมซับรับเอาดาราเหล่านี้เป็น "ดาราไทย" อย่างรู้สึกสะดวกใจมาก

(5.3) กระแสการต่อต้านการครอบงำ

ในขณะที่เรากล่าวถึงด้านบวกและด้านลบของสื่อมวลชนนั้น มิได้หมายความว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวนั้นจะหยุดนิ่งไม่ไหวติง หากทว่ามีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือกลุ่มที่มองเห็นด้านบวกของสื่อได้พยายามที่

จะขยับขยายข้อเด่นของด้านบวกให้มากขึ้น ส่วนกลุ่มที่มองเห็นด้านลบก็ได้พยายามแก้ไขและให้ข้อเสนอแนะปรับปรุง โดยเฉพาะกลุ่มที่วิเคราะห์เรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรมของสื่อนั้น ได้มีการเคลื่อนไหวในหลายระดับ ทั้งที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ และทั้งที่มีความเข้าใจมีสำนึก และดำเนินการอย่างมีแผนงาน ในที่นี้จะยกตัวอย่างกระแสการเคลื่อนไหวต่างๆมาให้เห็นเป็นหนังตัวอย่าง

(i) **ในระดับบุคคลและกลุ่ม** ในขณะที่ระบบของสื่อมวลชนกระแสหลักจะวางกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นมาตรฐานเอาไว้ แต่เราก็จะเห็นปรากฏการณ์การต่อต้านกฎระเบียบเหล่านั้น ทั้งที่ตั้งใจและทั้งที่เป็นไปแบบบังเอิญ ตัวอย่างเช่น ถ้อยคำเสียดสีสังคมที่ปรากฏอยู่ตามท้ายรถสิบล้อ หรือที่เขียนตามผนังกำแพงในห้องสุขา การประดิษฐ์ภาษาพูดที่เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ยอมรับภาษาของผู้ใหญ่ ไปจนกระทั่งถึงตลกล้อเลียนเสียดสีต่างๆ

ยิ่งในท่ามกลางบรรยากาศที่มีการเผด็จการด้านการสื่อสารมากๆก็ยิ่งพบแรงต่อต้านอย่างมากเป็นเงาตามตัว เช่น ในยุคสมัยของเผด็จการมาร์กอสแห่งฟิลิปปินส์ มีโจ๊กล้อเลียนมาร์กอสที่ชาวบ้านชอบเล่าสู่กันฟังอยู่เป็นประจำ ในประเทศโปแลนด์ภายใต้การปกครองแบบเผด็จการ ชาวบ้านจะมีวิธีการอ่านระหว่างบรรทัดจากคอลัมน์การ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ นี้เป็นกรณีที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด และกลายเป็นสถาบันอย่างหนึ่งของการต่อต้านระบบการสื่อสารที่มีอยู่

ในสื่อบางชนิดจะมีการต่อต้านที่กระทำเป็นระดับขบวนการเลย ตัวอย่างเช่นในบทเพลง เนื่องจากศักยภาพของสื่อเสียงเพลงนั้น จะทำหน้าที่ได้มากกว่าการให้ความบันเทิงเท่านั้น เพลงเป็นสื่อที่ใช้ในการบรรยายอารมณ์

ความรู้สึก รวมทั้งแสดงความรู้สึกต่อต้านออกมาอยู่เสมอ เพลงร้อคของ Elvis และ The Beatle เคยแสดงการต่อต้านสังคมตะวันตกมาแล้ว เช่นเดียวกับเพลง Heavy Metal ในปัจจุบัน และขบวนการล่าสุดของวงการเพลง ก็คือขบวนการของกลุ่ม New Age ที่เริ่มแสวงหาปรัชญาใหม่ แบบวิถีชีวิตใหม่ รวมทั้งศิลปะแบบใหม่ กลุ่ม New Age นี้เริ่มแสวงหาทัศนะแบบองค์รวมแทนทัศนะที่แบ่งแยกแบบวิทยาศาสตร์ นำเสนอการใช้ชีวิตแบบหลีกหนีการสะสมวัตถุ และมุ่งสู่การพัฒนาจิตวิญญาณ ดังนั้นบทเพลงของพวก New Age จึงมิได้มีเป้าหมายเพื่อความสนุกสนานบันเทิง หากแต่มุ่งเน้นการชำระล้างจิตใจของผู้ฟัง และนำไปสู่ความสงบสุขทางจิตใจเช่นเดียวกับการทำสมาธิของผู้นับถือศาสนา เช่น เพลงของ George Winston หรือ Kitaro ที่คนไทยรู้จักดี

(ii) **สำหรับการต่อต้านในระดับระหว่างประเทศ**เพื่อบรรเทาหรือขจัดการครอบงำทางวัฒนธรรมนั้น ได้เริ่มก่อตัวมาตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เมื่อองค์กรยูเนสโกออกโรงว่า มีความจำเป็นที่รัฐบาลประเทศต่างๆ จะต้องหันมาตกลงกันใหม่ในเรื่องการกระจายเสียงโดยตรงจากดาวเทียมไปสู่ครัวเรือนของประชาชน เพราะหลักการเรื่อง “เสรีภาพของข่าวสาร” นั้นเป็นคนละเรื่องกับเรื่อง “อธิปไตยของแต่ละประเทศ” และจะต้องมีการทำข้อตกลงกันใหม่ในเรื่องการไหลของข่าวสารในโลกซึ่งเต็มไปด้วยการขาดความสมดุลย์

นอกเหนือจากการต่อต้านด้วยรูปแบบการเคลื่อนไหวอย่างกว้างขวางในระดับสากลดังกล่าว รูปแบบการต่อต้านการครอบงำทางวัฒนธรรมผ่านระบบข่าวสารระดับโลกก็ยังมีรูปแบบอื่นๆ เช่น นโยบายการปกป้องวัฒนธรรมของประเทศ เช่น แคนาดาได้ออกมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนหันมาดูภาพยนตร์ที่ผลิตและแสดงโดยชาวแคนาเดียนเอง ที่เรียกนโยบายนี้ว่า “Canadianization” ในทางปฏิบัติ รัฐบาลจะช่วยให้

เงินสนับสนุนแก่กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ที่ใช้นักแสดงเป็นชาวแคนาเดียนหรือมีการถ่ายทำในแคนาดา เป็นต้น

อีกกลยุทธหนึ่งที่บรรดาประเทศเล็กๆทั้งหลายใช้ต่อสู้กับการขยายอาณานิคมทางวัฒธรรม คือ การรวมกลุ่มสามัคคีกัน เนื่องจากการต่อสู้ตามลำพังของคนตัวเล็กๆนั้นย่อมเป็นไปได้ลำบาก ตัวอย่างเช่น ความพยายามของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้ก่อตั้งสถาบันและองค์กรต่างๆ ในระดับภูมิภาคนี้เพื่อทำข้อตกลงในกิจกรรมต่างๆที่มีเป้าหมายจะถ่วงดุลย์การไหลทะลักหรือการผูกขาดของสื่อมวลชนตะวันตก เช่น การแลกเปลี่ยนข่าวสารและสารคดีกัน การช่วยกันฝึกอบรมนักสื่อมวลชนพื้นเมืองเพื่อยกระดับคุณภาพของการทำรายการ เป็นต้น

ในบางครั้งการต่อต้านทางวัฒนธรรมอาจจะไม่แสดงออกมาเป็นรูปแบบที่เห็นได้อย่างชัดเจนเช่นที่กล่าวมา แต่ก็อาจจะเป็นกระบวนการ “หนามยอกเอาหนามบ่ง” ที่ค่อยๆเซาะกร่อนทีละเล็กทีละน้อย เช่น ในกรณีของประเทศฮ่องกงที่เป็นอาณานิคมของอังกฤษมาตั้งแต่ปีค.ศ.1840 ดังนั้นจึงไม่ต้องสงสัยเลยว่า ฮ่องกงจะต้องเป็นแหล่งรองรับวัฒนธรรมของสื่อมวลชนตะวันตก ในช่วงปี ค.ศ. 1960-70 ภาพยนตร์ของอเมริกันได้รับความนิยมอย่างสูงสุดในฮ่องกง อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาต่อมา บริษัทสร้างภาพยนตร์ในฮ่องกง ก็ได้เริ่มเลียนแบบเทคนิคบางอย่างของตะวันตก แต่ทว่าได้ใช้ตัวละครที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น นักสู้แบบกังฟู และมวยจีน เช่น บรู๊ซ ลี และนำเอาความคิดความเชื่อของคนจีนประกอบไปกับเนื้อหาละครจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่นเดียวกับการผสมผสานการดัดแปลงทำนองเพลงของตะวันตกแต่นำมาใส่เนื้อร้องจีน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นวิธีการที่จะซึมซับแต่ดัดแปลงวัฒนธรรมจากภายนอก แต่ยังคงเอกลักษณ์ของตนเองเอาไว้

(6) มองไปในอนาคต

เพื่อให้ข้อเขียนนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เราก็ควรที่จะสำรวจดูว่าบรรดานักนิเทศศาสตร์ได้คาดการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารเอาไว้อย่างไรบ้างในอนาคต เช่น

(i) สังคมในอนาคตจะมีลักษณะเป็นสังคมข่าวสารมากขึ้น (Informatization)

ซึ่งหมายความว่าในทุกมิติของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นด้านใด นับตั้งแต่เรื่องใหญ่ๆ เช่น ตลาดหุ้น มาจนถึงเรื่องเล็กๆน้อยๆ เช่น จะซื้อน้ำกินสักขวดหนึ่ง ก็ยังต้องอาศัยข่าวสารให้เพียงพอ ในแง่นี้ สื่อมวลชนจะเล่นบทบาทเป็นแหล่งข่าวสารแหล่งใหญ่และแหล่งสำคัญจนทำให้ผู้คนเกิดจิตสำนึกขึ้นมาว่า แม้ว่าสื่อมวลชนที่มีอยู่จะเลวร้ายสักเพียงใดคุณภาพตกต่ำเพียงใด (พาดหัวข่าวเกินจริง ถ่ายภาพสยดสยอง ดาราเล่นไม่สมบทบาท ข่าวไม่เจาะลึก ฯลฯ) แต่ท่ามกลางเสียงพร่ำบ่นดังกล่าว ประชาชนก็จะยังรู้สึกว่า “มีสื่อมวลชนเลวๆ ดีกว่าไม่มีสื่อมวลชนเอาเสีย” และการพึ่งพาสื่อมวลชนก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

จากการขยายตัวอย่างที่ยังไม่รู้ว่า ขีดจำกัดจะอยู่ที่ไหน ทำให้สังคมในอนาคตจะก้าวข้ามพรมแดนเก่าของการสื่อสารไปสู่เขตแดนใหม่ ในอดีตคนส่วนใหญ่เคยมีชีวิตอยู่ใน “ยุคข่าวสารขาดแคลน” ดังถ้อยคำคุ้นหูที่มักได้ยินกันคือ “เรื่องนี้ยังไม่มีข้อมูลเลย” แต่ในอนาคต เรื่องเกือบทุกเรื่อง จะมีข่าวสารท่วมท้นจนผู้รับสารต้องแหวกว่ายไปมาอยู่ในทะเลข้อมูล ดังตัวอย่างเช่น ข้อมูลที่อยู่ใน world wide web ซึ่งมีการคาดคะเนว่า ถ้าใช้เวลาอ่านทุกวัน กว่าจะครบทุก web page ก็คงต้องใช้เวลา 50 ปีต่อเนื่องกัน (แต่เมื่อผ่านไป 50 ปี จำนวน web ก็จะเพิ่มมาอีกไม่รู้กี่เท่า) ในขณะที่ปริมาณข่าวสารกระโดดข้าม

ยุคสมัยแล้ว ยังไม่มีความแน่ใจว่า มนุษย์เราได้รับการตระเตรียมทักษะจากแบบเดิมที่ต้อง “ตามล่าหาข้อมูล” มาเป็นทักษะแบบใหม่ คือ จะ “แหวกว่ายให้ถึงฝั่งข้อมูลได้อย่างไร” เพราะข่าวสารที่มากเกินไปนั้น หากไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการกับข้อมูล ก็จะเกิดภาวะ “ข้อมูลท่วมหัว เอาตัวไม่รอด” นั่นเอง

(ii) **การแพร่ขยายของวัฒนธรรมแบบ “หลังสมัยใหม่”** (post-modern)

ในขณะนี้วัฒนธรรมดังกล่าวได้เริ่มเกิดขึ้นบ้างแล้วในโลกตะวันตก ที่ถือว่า สังคมยุคหลังสมัยใหม่นั้นเป็นการพลิกหน้าใหม่ของประวัติศาสตร์ที่ตัดขาดจากยุคสมัยใหม่ แนวคิดใหม่ๆก็คือ ความก้าวหน้าทางวัตถุนั้นมาถึงทางตันแล้ว ยุคต่อไปจะเป็นยุคของการแสวงหาความก้าวหน้าด้านจิตวิญญาณ ส่วนความเชื่อในเรื่องความเสมอภาค ความชอบธรรมของระบบเหตุผล และความเชื่อในประสิทธิภาพขององค์กรขนาดใหญ่แบบ bureaucrats จะต้องตกยุคไปแล้ว

ในด้านสังคมและวัฒนธรรม แนวคิดหลังสมัยใหม่คือ การล้มล้างวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าหยุดนิ่งและมีลำดับชั้น (เช่น งานคลาสสิค งานมาสเตอร์พีช) ไม่มีศิลปะ วรรณกรรม หรือวัฒนธรรมที่เป็นมาตรฐานหรือแบบฉบับอีกต่อไปแล้ว รูปแบบใหม่ของศิลปะวัฒนธรรมในอนาคตคือ ศิลปะที่อยู่กับปัจจุบันเพียงชั่วครู่ วูบวาบฉาบฉวย (ความเป็นอมตะไม่มีความหมาย) และสัมผัสกับอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าที่จะต้องใช้เหตุผลคิดเอา สำหรับสื่อมวลชน สื่อภาพและเสียงจะอยู่เหนือสื่อสิ่งพิมพ์ แฟชั่นปัจจุบันจะอยู่เหนือประเพณี

สำหรับการเคลื่อนไหวด้านการแสวงหาจิตวิญญาณนั้น กระแสของสื่อมวลชนก็มีการตอบรับเช่นเดียวกัน ผู้เขียนเองได้สังเกตปรากฏการณ์ 2-3

อย่างที่เกิดขึ้นในสังคมไทย คือ เมื่อช่วงส่งท้ายปี 2540 มีสปอตวิทยุโฆษณาเทปซึ่งประกาศว่า จะวางแผงในช่วงปีใหม่ เนื้อหาและรูปแบบของสปอตนี้ ได้ใช้เพลงสวดนโมตัสสะ (ด้วยสไตล์แบบอินเดีย) เป็นเพลงประกอบ ส่วนเนื้อหาของเทปที่จะขายนั้นก็คือ ประวัติของพระอรหันต์ อีกปรากฏการณ์หนึ่งก็คือหน้าปกของนิตยสารวิเคราะห์การเมือง 2 เล่มที่มียอดจำหน่ายในระดับแรกๆ นั้น ได้นำเอาภาพของพระสงฆ์ 2 รูปมาขึ้นปก (โดยมิได้นัดหมาย) ทั้งนี้ยังไม่ต้องดูรายการคอลัมน์ประเภท ดูดวง หมอดู พยากรณ์ ฮวงจุ้ย ที่ท่วมท้นสื่อทุกชนิด ไม่เว้นแม้แต่สื่อโทรทัศน์ที่ได้เชิญหมอดูชื่อดังมาทำนายดวงเมือง ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ แม้แต่สื่อมวลชนตะวันตกก็มีบรรยากาศที่คล้ายคลึงกัน ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง Contact ที่นำเอาประเด็นของศาสนามาวางควบคู่กับวิทยาศาสตร์อย่างเท่าเทียมกัน ทั้งๆที่ศาสนาได้เคยตกเป็นม้านอกสายตาของความนึกคิดตะวันตกมาหลายศตวรรษแล้ว

การย้อนกลับไปหามิติด้านจิตวิญญาณนั้นนับว่า เป็นการกลับตัวอีกครั้งในประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากคุณสมบัติประการหนึ่งของสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้น คือการมุ่งหน้ามาสู่เรื่องทางโลก (secularization) โดยที่ก่อนหน้ายุคสื่อมวลชน การสื่อสารในรูปลายลักษณ์อักษรนั้นมักจะเป็นเรื่องทางธรรมเป็นส่วนใหญ่ เช่น หนังสือคัมภีร์ใบเบิล คัมภีร์พระไตรปิฎก แม้จนกระทั่งเมื่อกูเตนเบิร์กได้ประดิษฐ์แท่นพิมพ์หมุนได้ใหม่ๆ (สัญลักษณ์เริ่มต้นของสื่อสมัยใหม่) งานพิมพ์ชิ้นแรกก็คือพิมพ์พระคัมภีร์ใบเบิล ในกรณีของไทยก็เช่นเดียวกัน (มีการพิมพ์พระไตรปิฎก) อย่างไรก็ตามในชั้นต่อมา สื่อสมัยใหม่ก็ได้หันหลังให้แก่มิติทางธรรม และหันหน้ามาสู่เรื่อง “ประโลมโลกย์” เป็นส่วนใหญ่ การย้อนกลับของสื่อมวลชนทั้งสิ่งพิมพ์และสื่ออิเลคทรอนิกส์ไปสู่มิติด้านจิตวิญญาณ จึงนับว่าเป็นปรากฏการณ์แปลกใหม่ที่ชวนจับตามอง

(iii) ลักษณะสำคัญ ๆของสื่อสมัยใหม่

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (1990) มีการขยายตัวของสื่อตัวใหม่ล่าสุด คือ สื่อคอมพิวเตอร์ที่เสนอตัวมาเป็นคู่แข่งของสื่อโทรทัศน์ที่เคยยึดครองเวทีในชีวิตประจำวันของผู้คน ประมาณช่วงปี ค.ศ. 1995 มีรายงานการสำรวจแจ้งว่าเป็นครั้งแรกที่ปริมาณเวลาที่คนอเมริกันใช้กับสื่อคอมพิวเตอร์สามารถแซงหน้าสื่อโทรทัศน์ได้ ภาพดังกล่าวน่าจะเป็นแนวโน้มของอนาคต และหากสื่อคอมพิวเตอร์จะกลายมาเป็นสื่อหลักของประชาชนแล้ว คุณลักษณะของสื่อตัวใหม่นี้จะแตกต่างจากสื่อมวลชนเดิมๆที่มีอยู่ และมีผลพลอยทำให้สื่อมวลชนเดิมๆ จำเป็นต้องปรับตัวด้วยการผนวกเอาคุณลักษณะของสื่อตัวใหม่เข้ามาในตัวเอง คุณลักษณะสำคัญๆของสื่อคอมพิวเตอร์ก็เช่น

- **มีส่วนผสมทางเทคโนโลยีหลาย ๆอย่างอยู่ในตัว** เช่น มีทั้งการป้อนเข้า การเก็บ การประมวลผล และการแสดงผลข้อมูลอยู่ในที่เดียวกัน ขนาดของสื่อจะเล็กลงทุกที และสามารถพกพาได้สะดวก เพื่อให้เคลื่อนย้ายทำงานได้ทุกที่

- **สื่อสมัยใหม่มีลักษณะกระจายอำนาจ** การผลิตและการบริการจะไม่ถูกผูกขาดและควบคุมจากฝ่ายผู้ส่งสาร

- **มีลักษณะ** interactive กล่าวคือ ผู้รับสารสามารถจะป้อนกลับปฏิกิริยาไปยังฝ่ายผู้ส่ง ซึ่งลักษณะดังกล่าว สื่อมวลชนหลายชนิดได้นำมาปรับตัวเอง เช่น รายการวิทยุหรือโทรทัศน์ ที่เปิดให้ผู้ชมโทรศัพท์เข้าไปร่วมรายการ ในอนาคต ความต้องการมีส่วนร่วมของผู้ชมเพื่อสร้างความเสมอภาคให้มากขึ้นในการสื่อสาร จะทำให้สื่อที่มีลักษณะ interactive จะเป็นตัวเลือกที่ประชาชนสนใจ

- **สื่อสมัยใหม่มีสมรรถนะสูง** (high capacity) เช่น เคเบิลและดาวเทียม สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสารได้มาก พร้อมทั้งย่นระยะทางและเวลาจำนวนช่องก็รับได้มาก เช่นเดียวกับแผ่นดิสก์ที่เก็บข้อมูลได้มากกว่ากระดาษอย่างเทียบกันไม่ติด
- **สื่อสมัยใหม่จะมีลักษณะความเป็นลูกผสม** (Hybrid Medium) กล่าวคือ สื่อใหม่ๆที่จะเกิดตามมาจะเป็นการผสมระหว่างสื่อเก่าที่มีอยู่แล้ว เช่น Home Theater ก็คือ ลูกผสมระหว่างโทรทัศน์กับภาพยนตร์ หรือแนวคิดที่จะผสมระหว่างโทรทัศน์กับคอมพิวเตอร์ การผสมดังกล่าวทำให้รูปแบบการใช้มีลักษณะยืดหยุ่นมากขึ้น

อย่างไรก็ตามในขณะที่จะมีการเปลี่ยนแปลงด้านสื่อสารมวลชนอย่างมากมายนั้น ก็ยังมีคำถามพื้นฐานที่เป็นคำถามแบบเหล้าเก่าในขวดใหม่ที่ยังรอคำตอบอยู่ เช่น สื่อสมัยใหม่ช่วยให้สังคมเกิดความเสมอภาค ยุติธรรม และสันติสุขได้หรือไม่ ปริมาณสื่ออันมหาศาลในอนาคตช่วยแต่งเติมชีวิตของผู้คนให้มีความสุขอย่างแท้จริงหรือเปล่า คำตอบนั้นยังรอคอยอยู่ในอนาคต

ตอนที่ 2
แนวทางการวิเคราะห์

สื่อมวลชนกับสื่อประเพณี: คู่รักหรือคู่แค้น

เกริ่นนำ

หากเราลองวิเคราะห์ดูวาทกรรม (discourses) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อประเพณี* ก็มักจะพบว่า มีชุดของวาทกรรมรวมศูนย์อยู่เพียง 2-3 ชุด คือ

ชุดแรก จะนำเสนอว่า สื่อมวลชนสมัยใหม่เป็นตัวการหรือเป็นสาเหตุของความตกอับจนถึงขั้นสูญสลายไปของสื่อประเพณี เช่น เมื่อมีละครโทรทัศน์เกิดขึ้นมา ลิเกก็เริ่มหมดเวทีแสดง หรือเมื่อมีรายการคอนเสิร์ตประเภทต่าง ๆ ในหน้าจอแก้ว ใครเล่าจะไปนั่งดูโขน เป็นต้น

ในขณะที่ชุดแรกของวาทกรรมนั้น จะมีลักษณะกล่าวโทษสื่อมวลชนทั้งอย่างเบา ๆ (เช่น การต่อว่าสื่อมวลชนที่ไม่ค่อยสนใจและให้โอกาสสื่อประเพณี) และทั้งอย่างหนักหนาสาหัสว่า สื่อมวลชนเป็นช่องทางนำเอาวัฒนธรรมอื่น ๆ มาบ่อนทำลายสื่อประเพณี ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการทำลายเอกลักษณ์ของชาติเลยทีเดียว วาทกรรมอีกชุดหนึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับการเรียกร้องขอร้องหรือฝากความหวังเอาไว้ว่า (ขอให้ผู้ร้ายกลับอกกลับใจ) สื่อมวลชนจะเป็นกลไกสำคัญในการช่วยอุ้มชูสื่อประเพณีให้มีอายุยืนยาวเพื่ออยู่เป็นศักดิ์ศรีของสังคมไทยต่อไปอีกนาน ๆ

วาทกรรมทั้งสองชุดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความนึกคิดของคนไทยที่มีต่อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสองประเภทว่า จะเป็นไปในลักษณะที่ผู้เขียนจั่วหัวเอาไว้คือ “จะเป็นคู่รัก หรือคู่แค้นกันแน่” และในข้อเขียนต่อไปนี้จะประมวลทัศนะที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อประเพณีว่า “กำลัง

เป็นอยู่อย่างไรบ้าง" "ควรจะเป็นอย่างไร" และ มีข้อเสนอแนะอะไรที่จะช่วยให้สิ่งที่**กำลังเป็นอยู่**คลี่คลายไปเป็นสิ่งที่**ควรจะเป็น**อะไรบ้าง

ในชั้นแรกนี้ หากเราเปรียบเทียบ "ประเภท" ของสื่อมวลชนกับสื่อประเพณีแล้วก็จะพบว่า มีปริมาณของประเภทที่มากน้อยแตกต่างกันอย่างมาก ประเภทของสื่อมวลชนนั้น หากนับโดยเอาตัวสื่อเป็นเกณฑ์ จะมีอยู่เพียงนับนิ้วไม่เท่าไหร่ก็ครบแล้ว คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ คอมพิวเตอร์ และถ้าเจาะลงไปถึงประเภทรายการซึ่งจะมีอยู่สักประมาณ 11 ประเภท (ข่าว ละคร สารคดี เกมโชว์ ทอล์กโชว์ ฯลฯ)

แต่สำหรับประเภทของสื่อประเพณี เช่น สื่อพื้นบ้านโดยเฉพาะ จะมีประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมาก เช่น เพียงแค่หมวดของภาษาหมวดเดียว ก็มีประเภทย่อย ๆ อยู่ข้างในอีกหลายอย่าง เช่น คำคม ภาษิต อุปมาอุปมัย คำพังเพย ปริศนาคำทาย ฯลฯ ในหมวดของเพลงก็ยังมีประเภทย่อย ๆ อย่างแทบนับไม่ถ้วน ในหมวดของสันทนาการ การละเล่นและการแสดง เช่น การเล่นทรงเจ้า ผีถ้วยแก้ว ตีไก่ ฯลฯ ก็มีอย่างเหลือหลาย ทั้งนี้ เนื่องจากลักษณะของสื่อพื้นบ้านจะมี**เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น** (localized) ในขณะที่สื่อมวลชนมีลักษณะรวมศูนย์เป็น**สากลแบบทั่ว ๆ ไป** (universalized) ฉะนั้นเกมโชว์ของไทยหรือของอเมริกัน จึงจะมีรูปแบบเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน ความที่มีลักษณะเป็นมาตรฐานดังกล่าวได้ลดทอนความหลากหลายและสีสันเฉพาะตัว

---

* คำว่า "สื่อประเพณี" ในที่นี้หมายรวมถึงสื่อของสังคมทุกประเภท ที่มีมาก่อนหน้ายุคสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อศิลปะการแสดงของวัฒนธรรมหลวง เช่น โขน ละครใน ฯลฯ สื่อทุกชนิดของประชาชน หรือวัฒนธรรมราษฎร์ที่รู้จักกันในนามของสื่อพื้นบ้านเช่น หมอลำ ค่าวซอ โนห์รา เพลงเกี่ยวข้าว ฯลฯ

ให้น้อยลงไป และนี่อาจจะเป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ว่า หากเราต้องการรักษา “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เพื่อความมั่งคั่งทางสุนทรียะของมนุษยชาติ” แล้วไซร้ เราคงไม่อาจจะฝากความหวังไว้ที่สื่อมวลชนได้ หากแต่คงจะต้องหวังพึ่งจากฝ่ายสื่อพื้นบ้านเป็นหลักมากกว่า

สื่อมวลชนกับสื่อประเพณี : ภาพถ่ายจากหลายกล้อง

(ก) <u>ความสัมพันธ์ตามธรรมชาติ</u>

ไม่ว่าจะมีความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม แต่ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อประเพณีนั้น ก็มีการเข้ามาข้องแวะกันในรูปแบบต่าง ๆ อยู่แล้ว**โดยธรรมชาติ** โดยเฉพาะการข้องแวะแบบชนิดที่สื่อมวลชนจำเป็นต้อง “เข้าไปใช้” สื่อพื้นบ้าน ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า สื่อมวลชนนั้นมีความแปลกใหม่ก็เฉพาะแต่ “ตัวสื่อ” เท่านั้น หากทว่าในแง่เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ วิธีคิด แม้แต่กลุ่มคนดูนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นของเก่าที่มีอยู่เดิมในสังคมทั้งนั้น (ด้วยเหตุนี้จึงเกิดปัญหาแย่ง market share กันระหว่างสื่อ 2 ประเภท เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน)

มีตัวอย่างมากมายที่แสดงให้เห็นรูปแบบและเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเอามาจากสื่อประเพณี เช่น เนื้อหาโฆษณาบะหมี่สำเร็จรูปที่นำเอานิทานพื้นบ้านเรื่อง “ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่” จาก จ. ยโสธร มาใช้ หรือเมื่อเริ่มมีสถานีโทรทัศน์ระยะแรก ๆ ผู้จัดรายการก็ต้องไปเชิญชวนบรรดาศิลปินที่เคยเล่นละครเวทีอยู่ให้มาเล่นละครโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากวัตถุดิบที่มองเห็นจับต้องได้ง่าย ๆ เช่นนี้แล้ว แม้แต่วัตถุดิบที่ค่อนข้างจะเป็นนามธรรมสัมผัสจับต้องไม่ได้ เช่น วิธีคิด กระแสสำนึก สื่อมวลชนก็ยังคงอาศัยจากสื่อประเพณีที่มีอยู่ หากเราวิเคราะห์โครงเรื่องและวิธีสร้างตัวละครของบรรดาละครโทรทัศน์ เช่น

จำเลยรัก สองนรี กุหลาบไร้หนาม ฯลฯ เราจะพบว่ามีร่องรอยมาจากแม่แบบเรื่อง "ปลาบู่ทองฉบับที่มีนางเอื้อยกับนางอี่เป็นคู่เอก" เช่นเดียวกับละครประเภท เขยตีนโต เขยบ้านนอก ซึ่งก็อาศัยแบบพิมพ์เรื่อง "เจ้าเงาะกับท้าวสามล" นั่นเอง

ในส่วนของฝ่ายคนดูก็เช่นกัน ผู้เขียนมีสมมติฐานว่า แม้ว่า รูปแบบสื่อในสังคมจะเปลี่ยนมาเป็นสื่อมวลชนแบบใหม่แล้ว แต่กลุ่มคนดูนั้นได้เติบโตและสร้างแบบแผนการดู (viewing pattern) มาจากสื่อพื้นบ้าน โดยเฉพาะกลุ่มคนดูในชนบท ดังนั้นเมื่อคนดูกลุ่มนี้ได้เคลื่อนย้ายมาดูชมสื่อมวลชนบ้างจึงโยกย้ายเอาแบบแผนการดูสื่อประเพณีติดตัวมาด้วย ตัวอย่างเช่น แบบแผนการดูชมการแสดงแบบ "ดูเอาลุ้น" ไม่ใช่การ "ดูเอาเรื่อง" ของชาวบ้าน ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อมาดูชมลิเกนั้น ชาวบ้านจะรู้อยู่แล้วว่า มักจะเล่นเรื่อง "จันทโครพ" เป็นประจำ ดังนั้นจึงไม่จำเป็นที่จะต้องดูเพื่อให้รู้เรื่องราว (และไม่มีรสนิยมที่จะเรียกร้องเรื่องเล่นใหม่ ๆ อีกด้วย) หากแต่ชาวบ้านสนใจจะดูว่าสำหรับพระเอกและผู้ร้ายของคณะใหม่นี้ จะเล่นได้ดีเทียบเท่ากับคณะเก่าหรือไม่ รสนิยมการดูเอาลุ้นมากกว่าดูเอาเรื่องนี้ จะติดตัวมาเมื่อมาดูละครโทรทัศน์ที่ชาวบ้านจะไม่เรียกร้องให้มีการเล่นเรื่องแปลกใหม่ แต่จะคอยลุ้นว่า "ดาวพระศุกร์" ฉบับที่ "สุวนันท์" เล่นนั้น จะดีเท่ากับฉบับที่ "มลฤดี" เล่นหรือเปล่า เป็นต้น

(ข) ความสัมพันธ์แบบคู่แค้น

ความสัมพันธ์ชนิดนี้มักเกิดจากพลานุภาพของสื่อมวลชนซึ่งเมื่อก้าวเข้าไปถึงที่ไหน สื่อพื้นบ้านที่นั่นก็มีอันล้มหายตายจากไปเป็นทิวแถว บรรดารายชื่อของสื่อพื้นบ้านที่เราได้กล่าวถึงมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นของภูมิภาคใด เช่น รองเง็งของภาคใต้ เพลงเกี่ยวข้าว เพลงปรบไก่ การเล่นรำแม่ศรีของภาคกลาง

ค่าวซอของภาคเหนือ (อาจจะยกเว้นหมอลำของภาคอีสาน) สื่อพื้นบ้านเหล่านี้หลายรายได้สูญหายไปแล้ว บางรายที่ยังไม่มีอันเป็นไป แต่ก็ตกอยู่ในสภาวะมีแต่ทรงกับทรุด ในขณะที่ชาวบ้านหันหาหน้าหนีสื่อพื้นบ้านแบบเก่า พวกเขาก็หันเข้ามาหาสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่เข้าไปจับจองพื้นที่ทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนคู่ปรับกันไปโดยปริยาย มีฝ่ายหนึ่งก็ต้องไม่มีอีกฝ่ายหนึ่งและในการประมือกันทางวัฒนธรรมนี้ แทบจะไม่ต้องทายผลตอนจบเลยว่า ใครจะเป็นผู้ชนะในยกสุดท้าย

ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์นี้ หากพิจารณาดูโดยผิวเผินอาจจะสรุปตัดสินได้อย่างรวดเร็วว่า สื่อมวลชนเป็นตัวการหลักของการล้มหายตายจากของสื่อพื้นบ้าน อย่างไรก็ตาม หากมีการวิเคราะห์ลงไปในรายละเอียดอย่างจริงจังแล้ว จะพบว่ามีเหตุปัจจัยหลายอย่าง และเป็นสาเหตุจากหลายฝ่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้อง มิใช่สื่อมวลชนจะเป็นจำเลยอยู่เพียงผู้เดียว เช่น จิตตนา หนูณะ (2533) วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การแสดงรองเง็ง (มีลักษณะคล้ายรำวง) สูญหายไปจากความนิยมของชาวบ้าน และพบว่า มีปัจจัยเกี่ยวข้องอยู่ 3 ด้าน

ปัจจัยตัวแรก คือ **การเข้ามาของสื่อมวลชนสมัยใหม่** เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ที่เข้ามาช่วงชิงเวลาที่ใช้ในระหว่างการพักผ่อน รวมทั้งมหรสพรูปแบบความบันเทิงอย่างใหม่ ๆ อีกมากมายที่พ่วงติดมากับสื่อมวลชน เช่น การแสดงคอนเสิร์ต การเต้นดิสโกเธค เป็นต้น

ปัจจัยประการที่สอง คือ **ขีดจำกัดจากตัวสื่อประเพณี**เอง ตัวอย่างเช่น สื่อพื้นบ้านมักจะล้มเหลวที่จะหาผู้มาสืบทอดสานต่องานของตน เพราะเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้หันไปฝักใฝ่กับสื่อมวลชนเสียแล้ว (อยากเป็นนักร้องลูกทุ่งมากกว่าอยากจะเล่นรำรองเง็ง) โอกาสที่จะแสดงมีน้อยลง อันเป็น

ผลพวงต่อเนื่องมาจากความนิยมของคนดู หรืออาจจะเป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจ (เช่น การหาหนังกลางแปลงมาฉาย จะมีราคาถูกว่าจ้างคณะโนห์รามาเล่น) รายได้ที่ลดน้อยถอยลงหรือไม่สม่ำเสมอ ทำให้บุคลากรในวงการสื่อพื้นบ้านต้องถอยหนีจากอาชีพนักสื่อประเพณีไปสู่อาชีพอื่น ๆ และองค์ประกอบสุดท้ายก็อาจจะเป็นเรื่องความสามารถในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านเอง เช่น รูปแบบของสื่อพื้นบ้านเข้มงวดจนปรับไม่ได้ (ตัวอย่างเช่น ต้องมีบทไหว้ครูอย่างเต็มยศ) หรือเนื้อหาของสื่อไม่เอื้ออำนวยให้มีการประยุกต์ให้ก้าวเดินไปกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย เป็นต้น

และปัจจัยประการสุดท้ายก็อาจจะมาอยู่ที่องค์ประกอบที่สำคัญของสื่อทุกชนิด คือ **กลุ่มผู้ชม** ซึ่งออกอาการเสื่อมความนิยมในสื่อประเพณีลงไป อันเนื่องมาจากเหตุปัจจัยหลาย ๆ ประการ เช่น ในปัจจุบัน มีสื่อหลายประเภทให้เลือกมากขึ้น โอกาสที่จะดูชมสื่อประเพณี เนื่องจากสื่อประเพณีทุกชนิดมักจะมีลักษณะตั้งรับ ตัวผู้ส่งสาร/ศิลปินจะอยู่กับที่ ฝ่ายผู้ชมต้องเดินทางออกไปหา ฉะนั้นลองหลับตาดูว่าคนในกรุงเทพฯที่จะฝ่าฝันการจราจรอันติดขัดคับคั่งออกไปดูการแสดงโขนที่โรงละครแห่งชาติ คงจะต้องมีศรัทธาอย่างแก่กล้าเป็นอย่างยิ่ง

(ค) ความสัมพันธ์แบบเป็นคู่รักคู่ใคร่กัน

ความสัมพันธ์แบบนี้อาจเกิดมาจากผลลัพธ์ของการกระทำ 2 แบบ คือ

แบบแรก เกิดมาจากหลักการบางประการของศิลปะสาขาต่าง ๆ ที่ต่างเป็นแหล่งบันดาลใจให้แก่กันและกัน ที่เรียกว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กัน” เช่น ผลงานเป่าขลุ่ยของครูแจ้ง คล้ายสีทอง ได้สร้างจินตนาการให้ อ.เทพศิริ สุขโสภา ลงมือวาดรูป และทั้งเสียงขลุ่ยและภาพวาดก็ทำให้ อ. เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เกิดแรงบันดาลใจที่จะแต่งกลอนตามไปด้วย ความสัมพันธ์ระหว่าง

สื่อมวลชนและสื่อประเพณีหรือสื่อพื้นบ้านก็เป็นเช่นนั้น ในแง่ของ**เนื้อหา**ก็เช่น ละครโทรทัศน์ประเภทจักรๆวงศ์ๆ ล้วนแล้วแต่อาศัยเค้าโครงเรื่องมาจากนิทานพื้นบ้าน แม้แต่ละครหลังข่าวบางเรื่อง เช่น ภูติแม่น้ำโขง หรือปอบผีฟ้า ส่วนในแง่ของ**รูปแบบ** ท่วงทำนองเพลงสามช่า หรือ Megadance ที่สายสื่อมวลชนได้ริเริ่มนำมานั้น บรรดาเพลงพื้นบ้าน เช่น เพลงโคราชหรือหมอลำ ก็จะนำเข้าไปใช้ผนวกด้วยเป็นส่วนหนึ่ง

แบบที่สอง เป็นความสัมพันธ์แบบตั้งใจที่สื่อแต่ละฝ่ายต่างคาดหวังที่จะเข้าไปมีบทบาทส่งเสริมหรือเข้าไปใช้อีกสื่อหนึ่งเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย ตัวอย่างเช่น ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านภาคอีสาน เช่น หมอลำ กับบทบาทของวิทยุท้องถิ่นในภาคอีสานในระยะเริ่มแรกมีวิทยุ เมื่อมองจากด้านวิทยุเป็นตัวตั้ง ในการจัดทำรายการวิทยุซึ่งเป็นสื่อใหม่สำหรับชาวบ้านนั้น นอกเหนือจะมีการบรรจุรายการใหม่ ๆ เช่น ข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ สารคดีความรู้ต่างๆ แล้ว เพื่อทั้งหารายการมาเติมให้เต็มรวมทั้งต้องการสร้างจุดความสนใจ วิทยุในภาคอีสานจึงนำเอาคณะหมอลำสดมาแสดงในห้องส่งหรือนำเอาแผ่นเสียงหมอลำมาเปิด ในแง่นี้เราอาจถือได้ว่า สื่อพื้นบ้านนั้นได้มีบทบาทในการส่งเสริมแก่สื่อมวลชนสมัยใหม่ในระยะตั้งไข่ล้มต้มไข่กินของสื่อตัวใหม่นี้

ในทางตรงกันข้าม หากพลิกกลับโดยพิจารณาไปจากด้านสื่อพื้นบ้าน บรรดาหมอลำคณะต่าง ๆ ล้วนมองเห็นว่า สื่อวิทยุซึ่งเป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูงในการแจ้งข่าวสาร เข้าถึงผู้รับได้จำนวนมหาศาล และมีภาพลักษณ์ว่า เป็นสื่อที่ทันสมัย มีเครดิตดีที่เรียกว่าเป็น “น้องใหม่ มาแรง” ดังนั้น คณะหมอลำต่าง ๆ จึงอาจจะติดต่อไปขอเช่าเวลาบ้าง หรือขอแสดงในห้องส่งวิทยุให้ฟรี ๆ หรือแจ้งทางสถานีวิทยุให้ไปถ่ายทอดการแสดงสดในขณะที่แสดงนั้น หมอลำก็จะใช้สื่อวิทยุเป็นช่องทางทั้งแจ้งข่าวสารและทำการ

ประชาสัมพันธ์ตัวเองว่า คณะนี้กำลังจะไปแสดงที่ไหนมีใครไปแสดงบ้าง พร้อมกับประกาศสรรพคุณต่าง ๆ และเนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยุเอง หากหมอลำคณะใดได้เล่นออกวิทยุ ก็ดูเหมือนจะพลอยได้รับอานิสงส์ไปด้วยว่า “ต้องเป็นคณะที่เล่นเก่งจึงได้เล่นออกวิทยุ” เป็นต้น

กรณีตัวอย่างที่กล่าวมานี้เป็นรูปแบบที่ค่อนข้างเป็นแบบฉบับของความสัมพันธ์ที่ส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนที่คงจะมีกรณีที่เกิดขึ้นตามแบบตัวอย่างที่ได้กล่าวมาอยู่จำนวนไม่น้อย จึงควรที่จะมีการค้นคว้าศึกษาให้มากขึ้น หากความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวนั้นเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่สังคมไทยปรารถนา

ดังที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นสื่อน้องใหม่ ที่ “ใหม่” ก็แต่เฉพาะ “ตัวสื่อ” เท่านั้น หากทว่าสำหรับวัตถุดิบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคล/ศิลปิน/ผู้สร้างสรรค์สื่อ เนื้อหา วิธีการ และรูปแบบการนำเสนอนั้น ลำพังสื่อมวลชนจะค้นคิดขึ้นมาจากแวดวงของสื่อมวลชนแบบใหม่ถอดด้ามทั้งหมดนั้น ไม่อาจจะเป็นไปได้ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงอาศัยหยิบยืมมาจากสื่อประเพณีที่มีมาก่อนหน้านั้น เช่น ดาวตลกในโทรทัศน์จำนวนมากเติบโตมาจากคณะลิเก (ในแง่ตัวบุคคล) รายการข่าวชาวบ้านในวิทยุ ก็เกิดมาจากวิธีการเล่าเรื่องของบรรดาค่าวซอที่เดินทางไปมาระหว่างหมู่บ้านต่อหมู่บ้าน ในทำนองเดียวกันคุณูปการที่สื่อมวลชนที่มีต่อสื่อประเพณีนั้น ก็มีอยู่อย่างหลากหลาย เริ่มตั้งแต่การสืบชะตาของสื่อประเพณีที่ลำพังอาศัยศักยภาพของตนเอง ท่ามกลางการแข่งขันของสื่อนานาชนิดนั้น คงจะไปไม่รอดหรือรอดก็เลี้ยงไม่โต สื่อพื้นบ้านที่สามารถอาศัยช่องทางของสื่อมวลชนเป็นบันไดไต่สู่ความนิยม เช่น กรณีของหมอลำนั้น คงจะเป็นหลักประกันความยั่งยืนยาวนานของสื่อชนิดนั้น หรือในบางกรณี สื่อมวลชนอาจจะมีบทบาทถึงกับขยายแวดวงการรู้จักและความนิยม

ของสื่อพื้นบ้านบางชนิด ตัวอย่างเช่น การแสดงกันตรึม ซึ่งเป็นการละเล่นของชาวอีสานที่พูดภาษาเขมร และจัดเป็นประเภทสื่อประจำท้องถิ่นเท่านั้น (local/folk media) แต่เมื่อมีการนำกันตรึมมาดัดแปลงเป็นเพลงกันตรึมแร็พที่อัดลงเทปและเผยแพร่อย่างแพร่หลายผ่านวิทยุและมิวสิควิดิโอในโทรทัศน์ สื่อพื้นบ้านตัวนี้ก็ขยับขยายปริมณฑลขึ้นมาเป็นสื่อประชานิยมเอง (popular media)

สถานการณ์ปัจจุบันของการผสมผสานทางวัฒนธรรม

หากเราถือว่า สื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้าน และสื่อมวลชนนั้น ล้วนแล้วแต่เป็น “สื่อของสังคม” ที่มีฐานะเสมือนผู้ที่อยู่ในเรือลำเดียวกัน ซึ่งทำให้มีชะตากรรมร่วมกัน และเนื่องจากสื่อทั้ง 2 ชนิด ต่างเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของวัฒนธรรมไทยจึงจำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่ง คือ “ต้องปรับเปลี่ยนตนเอง” (adaptive) รวมทั้ง “ต้องส่งเสริมหนุนช่วยคนอื่น” ในที่นี้ เราจึงจะสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันว่า เมื่อสื่อทั้ง 2 ประเภทได้มาพบกัน ได้มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ได้เกิดปฏิกริยาและผลลัพธ์อะไรขึ้นมาบ้าง

(1) การพยายามปรับตัวของฝ่ายสื่อพื้นบ้าน

เนื่องจากทั้งสื่อมวลชนและสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้าน มีคุณลักษณะและคุณสมบัติประจำตัว (attributes) ทั้งที่มีจุดร่วมเหมือนกัน เช่น มีเนื้อหา มีรูปแบบ มีกระบวนการสื่อความหมาย ฯลฯ แต่ทว่าสื่อทั้ง 2 ประเภทก็มีคุณลักษณะอันแตกต่างกันอยู่หลายประการ (จะได้กล่าวถึงต่อไป) ดังนั้นเมื่อสื่อทั้ง 2 ประเภทมาพบกัน จึงต้องมีรายการ “พบกันครึ่งทาง” กล่าวคือ ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีการปรับตัวเพื่อน้อมเข้ามาหากัน

แม้ว่าสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้าน จะมีข้อได้เปรียบตรงที่เป็นสื่อที่เกิดมาก่อนอยู่มานานแล้ว จนกระทั่งสามารถสร้างความคุ้นเคยได้ใกล้ชิดสนิทสนมกับประชาชน (เพียงแค่ได้ยินเสียงเป่าแคน ก็ขยับสะโพกตามได้โดยอัตโนมัติ) แต่ทว่าเนื่องจากคุณสมบัติที่ได้กล่าวมาแล้วของสื่อมวลชนคือ "เป็นน้องใหม่มาแรง" ดังนั้นในการพบกันระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภท ผลลัพธ์จึงมักไม่ปรากฏออกมาเป็นการพบกันครึ่งทางดังที่กล่าวมา หากแต่เป็น "การพบกันค่อนทาง" หรือ เป็น "การปรับตัวของฝ่ายสื่อประเพณีอยู่ฝ่ายเดียว" ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า วัฒนธรรมของสื่อมวลชนนั้นมีพันธนาการรอบกายอยู่รุงรังเต็มไปหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องธุรกิจ เวลา เครื่องมือ กฎระเบียบ ฯลฯ ทำให้แข็งตัวมากกว่า และปรับตัวยากกว่าสื่อพื้นบ้าน

ตัวอย่างการปรับตัวของสื่อประเพณีที่เห็นได้อย่างง่ายที่สุด คือ การปรับตัวของพระภิกษุสงฆ์ในการเทศน์ (รูปแบบการสื่อสารแบบนี้ถือได้ว่า เป็นรูปแบบที่มีแบบแผนเคร่งครัดประการหนึ่ง) ที่มีกระแสการเปลี่ยนแปลงมาทีละเล็กทีละน้อยแบบคลื่นกระทบฝั่ง เริ่มตั้งแต่ท่านพุทธทาสใช้วิธีการยืนเทศน์คล้าย ๆ การบรรยายของอาจารย์มหาวิทยาลัยหรือวิทยากรงานสัมมนาต่าง ๆ แทนการนั่งเทศน์บนธรรมาสน์ ระเรื่อยมาจนกระทั่งถึงพระอาจารย์พยอมที่ถูกโจมตีอย่างมากทั้งรูปแบบการนำเสนอ เช่น ยกไม้ยกมือแบบพิธีกรรายการโทรทัศน์ในระหว่างเทศน์ ซึ่งถูกตีความว่า "ไม่สำรวม" และแถมเนื้อหาที่นำเสนอนั้น ก็ยังกระโดดข้ามจากภาษาบาลีมาสู่ภาษาไทยฉบับวัยจ๊าบ ทั้งนี้เพื่อมุ่งให้สื่อประเพณีเข้าสู่ niche market ที่ศาสนายังเจาะตลาดไม่ค่อยได้ จนถึงขั้นเมื่อคนทั่วไปเริ่มยอมรับวิธีนำเสนอการเทศน์ในรูปแบบใหม่ของท่านแล้ว พระอาจารย์พยอมก็ก้าวไปอีกขั้นด้วยการจัดรายการ "ปุจฉา วิสัชนา"

แบบใหม่ทางวิทยุคู่กับดีเจสมัยใหม่แบบไมค์ต่อไมค์ ซึ่งนับว่าเป็นรูปแบบที่ล้ำสมัยที่สุดของการเทศน์ทางพุทธศาสนา

อย่างไรก็ตามความจำเป็นในการปรับตัวนี้เป็นไปตามหลักการธรรมดาที่ว่า หากเป็นแบบ “พบกันครึ่งทาง” แบ่งเฉลี่ยความรับผิดชอบกันไป ทั้งสองฝ่ายก็อาจจะไม่ต้องพบความยุ่งยากมากนัก แต่หากเป็นรายการ “พบกันค่อนทาง” หรือ “ปรับตัวอยู่ฝ่ายเดียว” ก็คงทำให้อีกฝ่ายพบกับความลำบากพอสมควร ดังเช่นกรณีของหนังตะลุงที่แสดงสดตามธรรมชาติกับแสดงทางโทรทัศน์ในห้องส่ง อินทิรา สุวรรณ (2540) ได้สัมภาษณ์นายหนังที่เล่าว่า “การแสดงในห้องส่งนั้น แตกต่างมากในด้านความรู้สึก เพราะถูกจัดให้อยู่ในสภาพการณ์ที่ต้องแสดงแบบไม่ค่อยมีอารมณ์เท่าไร สภาพที่เป็นห้องโถงใหญ่โต ไม่ชินกับห้องแอร์และปูพรม เคยชินกับธรรมชาติ ค่อนข้างขัดเขินแสดงออกไม่ได้เป็นธรรมชาติอย่างเต็มที่”

นอกจากนั้นหากสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้านจำเป็นต้องปรับตัวไปมากเสียจนหลุดจากกรอบเดิมของตน หรือไม่เห็นเอกลักษณ์เสียแล้ว ก็คงเป็นคำถามเกี่ยวกับ “ตัวตน” ของสื่อพื้นบ้านนั้น เช่น ลิเกยุคใหม่ที่แต่งชุดราตรี เล่นเรื่องทันสมัย ตัวแสดงร้องลิเกด้นสด ๆ ไม่ได้แล้ว ได้แต่ร้องเพลงลูกทุ่ง และยกมือรำได้ 2-3 ท่า จึงไม่ทราบว่า “ความเป็นลิเก” นั้นอยู่ที่ไหน เช่นเดียวกับวงดนตรีหมอลำซิ่งที่ไม่มีการร้องกลอนลำเลย นอกจากมีหางเครื่องแพรวพราวและท่าเต้นแปลก ๆ ของหมอลำหนุ่ม-สาว ซึ่งดูเหมือนจะหนักไปทาง “ซิ่ง” มากกว่าจะเป็น “หมอลำ” เป็นต้น

(2) อุปสรรคขัดขวางการประสานทางวัฒนธรรมระหว่างสื่อ 2 ประเภท

เมื่อมองไปจากความพยายามของฝ่ายสื่อพื้นบ้าน จะพบว่าคุณลักษณะหลายประการของสื่อพื้นบ้าน จะเป็นเครื่องถ่วงรั้งไม่ให้สื่อพื้นบ้านสามารถก้าวเข้าไปร่วมวงศ์ไพบูลย์เพื่อสืบทอดความต่อเนื่องของตนเองโดยอาศัยไหว้วานช่องทางของสื่อมวลชนได้ ในที่นี้จะยกตัวอย่างคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อพื้นบ้านคือ “เรื่องเพศ”

เราอาจกล่าวได้ว่า “เรื่องเพศ” แบบมีรสนิยมและมีสุนทรียะนั้นเป็นจุดขายที่สำคัญของสื่อพื้นบ้าน ทั้งนี้เพราะสื่อพื้นบ้านก่อตัวมาบนฐานวิธีคิดที่ว่าเรื่องเพศเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ของมนุษย์ หากปิดกั้นเอาไว้ก็มีแต่จะระเบิดพังทลายออกมา ดังนั้นจึงควรหาช่องทางระบายปลดปล่อยอย่างเหมาะสม (ที่เรียกว่าทฤษฎี catharsis) ดังนั้นศิลปะการแสดงพื้นบ้านหลายชนิดจึงบวกผสมคลุกเคล้าเรื่องเพศเอาไว้เป็นส่วนประกอบสำคัญ เริ่มตั้งแต่การเล่นดึงครกดึงสาก ลำตัด ตลอดไปจนถึงการเล่นคำผวน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในการเปิดช่องทางระบายนี้ได้เป็นไปอย่างมีกฎกติกามารยาท เช่น การกำหนดเวลาสถานที่และวาระโอกาสในการแสดง เป้าหมายของการแสดงไม่ได้มุ่งแต่การกระตุ้นอารมณ์ทางเพศเพียงประการเดียว (แม้ว่าอาจจะเป็นเป้าหมายอันดับรอง ๆ อยู่บ้าง) แต่เป้าหมายมักจะเป็นอย่างอื่น เช่น เพื่อความอุดมสมบูรณ์ เพื่อดูการใช้ไหวพริบปฏิภาณ เป็นต้น

ในทางตรงกันข้าม กฎเกณฑ์ของสื่อมวลชนในเรื่องเพศนั้น เข้มงวดอย่างยิ่งในเรื่องการแสดงออกอย่างเปิดเผย (แต่หากแฝงเร้นก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง) ดังนั้น สื่อพื้นบ้านจึงมักจะสอบตกไม่สามารถรอดผ่านมาถูกบรรจุเป็นรายการหนึ่งในสื่อมวลชนได้ เช่น รายการแสดงเล่นดึงครกดึงสากในโทรทัศน์ หรือหาก

จะเล่น ก็ต้องตัด “จุดขาย” ของตัวเองออกไป เช่น บรรดาลำตัดที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ได้ก็ต้องไม่หยาบ พวกศิลปินที่มีสถานะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างสองฝั่งของสื่อ เช่น ตลกที่แสดงตามงานวัดกับที่จะมาเล่นในทีวี จึงมีข้อถกเถียงกันค่อนข้างมากในเรื่องนี้ และแบ่งกระแสความคิดเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายแรกถือเอาวัฒนธรรมสื่อมวลชนเป็นหลักว่า “ตลกต้องเล่นให้สุภาพและไม่หยาบ” อีกฝ่ายถือหางข้างสื่อพื้นบ้านก็พูดว่า “ถ้าเล่นสุภาพและไม่หยาบก็ไม่ใช่ตลกแล้ว” ทั้งนี้เนื่องจากฐานวิธีคิดและนัยประหวัดของสองระบบแตกต่างกัน สำหรับสื่อมวลชน “เรื่องเพศก็ต้องเท่ากับการยั่วยวนทางเพศเท่านั้น ไม่มีเป็นอย่างอื่น” หากแต่สื่อพื้นบ้านถือว่า “เรื่องเพศนั้นนอกจากจะเป็นเรื่องกระตุ้นทางเพศแล้วก็ยังเป็นเรื่องอื่น ๆ ได้อย่างมากมาย” เป็นที่น่าสังเกตว่า ประเด็นเรื่องเพศในสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชนนี้ ไม่เคยมีการถกเถียงกันอย่างเอาจริงเอาจัง มีแต่การเต้นต่อยลมกันเพียงเหยาะ ๆ แล้วก็เลิกรากันไป ในขณะที่สื่อมวลชนในสายต่างประเทศ เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดกลับรุกคืบในการเปลี่ยนกฎกติกามารยาทได้มากขึ้นทุกที เราอาจตีความได้ว่า การสร้างข้อกำหนดประเภทภาพยนตร์ออกเป็นเกรด และ rate ต่าง ๆ มี ร่องรอยของธรรมเนียมแบบสื่อพื้นบ้าน กล่าวคือ ไม่ได้ห้ามไปหมด และลูกเดียว แต่ทว่ามีข้อพิจารณาว่า เป็นใครที่ไหน เมื่อไหร่ เป็นต้น

(3) จาก “เจตนาดี” อาจกลายเป็น “ประสงค์ร้าย”

มีกรณีศึกษาจำนวนไม่น้อยที่แสดงให้เห็นว่า ทางฝ่ายสื่อมวลชนได้ตระหนักถึงความวิเศษของสื่อพื้นบ้าน ดังนั้นสื่อมวลชนจึงพยายามเข้ามาแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนสื่อพื้นบ้านในรูปแบบต่าง ๆ นับตั้งแต่รูปแบบง่าย ๆ เช่น สื่อมวลชนจะเปิดเวทีให้สื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆ ได้มีโอกาสเปิดตัว หรือรูปแบบที่ลึกล้ำมากขึ้น ก็เช่น การเพิ่มขยายบทบาทของสื่อ

พื้นบ้านให้มีคุณประโยชน์ต่อชีวิตปัจจุบันของผู้คนมากขึ้น เพื่อเป็นกระบวนการเพิ่มมูลค่าของสื่อพื้นบ้านให้มีมากขึ้น เช่น การนำเอาหมอลำมาใช้รณรงค์ต่อต้านการกินอาหารดิบที่เป็นสาเหตุของพยาธิใบไม้ตับ หรือการสอดแทรกความรู้เรื่องโรคเอดส์ การรักษาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนเรื่องการให้ความรู้เรื่องประชาธิปไตยสอดแทรกเข้าไปในหนังตะลุง เป็นต้น

การแสดงบทบาทเป็นผู้มีเจตนาดีดังกล่าวนั้น อาจให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นการกระทำที่ประสงค์ร้ายหรือการให้ผลลัพธ์ที่เป็นหมันได้ หากปราศจากการกำกับด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ตัวอย่างเช่น การเปิดเวทีให้แก่สื่อพื้นบ้านนั้น เนื่องจากสื่อมวลชนเองก็มีวัฒนธรรมของตนเอง คือ วัฒนธรรมแบบจับเวลา (Clock Culture) (เนื่องจากสื่อมวลชนนั้นถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อหากินกับเวลาและพื้นที่อันจำกัด) แต่สื่อพื้นบ้านนั้นนอกจากจะมีลักษณะแบบ “สบายๆ” แล้ว ลักษณะซ้ำซาก ตอกย้ำทวนกลับไปกลับมาแบบเยิ่นเย้อและยืดเยื้อยาวนาน ก็ยังเป็นองค์ประกอบที่มีอย่างชัดเจน เนื่องจากเงื่อนไขในการแสดงในสมัยก่อนนั้นต้องเล่นกันตั้งแต่หัวค่ำยันรุ่งเช้า หรือเล่นกัน 3 วัน 3 คืน จึงจะจบ ดังนั้นเวทีของสื่อมวลชนจึงมักจะตั้งเวลาให้แก่สื่อพื้นบ้านอย่างจำกัด เช่น กำหนดให้หนังตะลุงเล่นภายใน 1 ชั่วโมง (ซึ่งนับว่าเป็นเวลาที่ค่อนข้างมากสำหรับโทรทัศน์) ดังนั้นหนังตะลุงที่เล่นมายาว 3 ชั่วโมง จึงต้องถูกตัดต่อ และส่วนที่มักจะถูกตัดออกไปก็คือตอนไหว้ครู เพราะไม่ใช่วัฒนธรรมของโทรทัศน์ (ซึ่งไม่มีครู) ซึ่งก็เท่ากับเป็นการตัดหัวของสื่อพื้นบ้านนั่นเอง การพบกันระหว่างสองวัฒนธรรมนี้ จึงแทนที่จะเป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรม (inter-cultural) ก็กลายเป็นรายการดูดกลืนทางวัฒนธรรม (assimilation) ไปอย่างช่วยไม่ได้

การรู้จักและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

เพื่อหลีกเลี่ยงโศกนาฏกรรมทางวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นในสื่อของสังคมทั้ง 2 ประเภทที่ได้กล่าวมาแล้ว สิ่งที่อาจจะช่วยได้ประการหนึ่งก็คือ การทำความรู้จักและทำความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างสื่อประเพณีและสื่อมวลชน โดยต้องเริ่มตระหนักก่อนว่า สื่อแต่ละประเภทนั้นมิใช่มาแบบตัวเปล่าเล่าเปลือย หากทว่าแต่ละสื่อต่างก็มี S-M-C-R ที่เป็นแบบฉบับติดตัวมาอยู่แล้ว ต่างมีแบบวิถีในการผลิต การถ่ายทอดเผยแพร่และการรับสารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่เรียกว่า สื่อแต่ละประเภท ต่างมี “วัฒนธรรม” ของตนเอง ดังเช่นตัวอย่างที่จะแสดงให้เห็นพอคร่าว ๆ ดังนี้

(1) **ความแตกต่างในแง่ลักษณะการผลิต** ในที่นี้สื่อทั้งสองประเภทต่างมีประวัติความเป็นมาและเส้นทางความเป็นไปที่แตกต่างกันอย่างมาก เริ่มตั้งแต่

(1.1) **ความแตกต่างในเชิงปริมาณการผลิต**

การผลิตของสื่อมวลชนนั้นเป็นการผลิตในยุคอุตสาหกรรมที่เรียกว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Culture Industry) กล่าวคือ มีการผลิตกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมความบันเทิง อุตสาหกรรมข่าว อุตสาหกรรมภาพยนตร์ หน่วยการผลิตที่มีขนาดใหญ่มีเงินทุนจำนวนมหาศาล มีผู้คนเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก จึงต้องมีการจัดระบบการทำงานที่เรียกร้องวินัยของกลุ่มและความพร้อมเพรียง (บรรดาศิลปินเดี่ยวที่ต้องรอให้มีอารมณ์ศิลป์จึงเข้ามาร่วมวงอุตสาหกรรมแบบนี้ได้ยาก) และมีการแบ่งงานกันทำอย่างสูง เช่น เฉพาะในขั้นตอนการผลิตเทปเพลงเพียงเพลงเดียว ก็มีการแบ่งงานกันทำ 7-8 ขั้นตอนแล้ว (บางคนแต่งเนื้อ บางคนแต่งดนตรี อีกคนเรียบเรียงเสียงประสาน แยกเสียง ผสมเสียง ฯลฯ) และเนื่องจากมีลักษณะเป็นธุรกิจ ดังนั้น จึงต้องมี

การหมุนรอบอย่างรวดเร็ว (เพราะทุกรอบหมายถึงการทำกำไร) และต้องมีการผลิตอยู่อย่างบ่อย ๆ ต่อเนื่องและตลอดเวลา

คุณลักษณะการผลิตในเชิงปริมาณของสื่อพื้นบ้านนั้น แตกต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง ศิลปินพื้นบ้านมักทำงานแบบร้านโชห่วย คือ ทำคนเดียวทุกขั้นตอน ศิลปินพื้นบ้านบางคนเริ่มทำตั้งแต่เครื่องดนตรีเอง แต่งเพลงทั้งทำนองและเนื้อร้องเอง ร้องเพลง (เก็บสตางค์คนดูเองด้วย) ขนาดการผลิตก็เล็ก ผลผลิตที่ออกมาจึงน้อย นาน ๆ จึงจะผลิตได้อีกสักชิ้นหนึ่ง ผู้เขียนสงสัยว่า นับตั้งแต่ครั้งกรุงสุโขทัย อยุธยา มาจนถึงรัตนโกสินทร์นั้นรวมกันแล้วสังคมไทยได้สร้างบทเพลงขึ้นมามีปริมาณมากหรือน้อยกว่าบทเพลงลูกทุ่งในรอบ 30 ปีที่ผ่านมา นักแต่งเพลงลูกทุ่งยุคใหม่บางคนเช่น ลพ บุรีรัตน์ ก็แต่งเพลงคนเดียวเข้าไปสองพันกว่าเพลงแล้ว

(1.2) **ส่วนคุณลักษณะของการผลิตในเชิงคุณภาพก็แตกต่างกันเช่นกัน**

เป้าหมายของการผลิตสื่อมวลชนนั้นต้องชำเลืองมอง**ผู้รับสาร**/เอาใจตลาดเป็นหลัก แต่สื่อพื้นบ้านนั้น ผลิตโดยถือเอาความต้องการของตัว**ศิลปินผู้ผลิต**เป็นหลัก วิธีการผลิตของสื่อมวลชนมักจะมีระบบและมีอุปกรณ์เทคโนโลยีเป็นเครื่องประกอบ เช่น การใช้เครื่องเคาะจังหวะเวลาแต่งเพลง แต่สื่อพื้นบ้านจะอาศัยสมองและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของศิลปินเป็นหลัก ในแง่มิติของกาละเทศะก็เป็นอีกมุมมองหนึ่งที่แตกต่างกัน สื่อมวลชนนั้นเมื่อสร้างงานมักจะคาดหวังที่จะเผยแพร่ในมิติของเทศะ (space) ให้กว้างขวางอย่างที่สุด เช่น ภาพยนตร์ที่ฉายพร้อมกันทั่วโลก แผ่นเสียงที่ขายได้ล้านแผ่น แต่สื่อพื้นบ้านนั้นมักจะมุ่งมอง “ความเป็นอมตะ” (time) อันหมายความถึงความกว้างขวางด้านกาลเวลาเป็นหลัก

เมื่อลักษณะการผลิตแตกต่างกันค่อนข้างมากนั้น จึงเกิดสภาวะที่ไม่ลงตัวกันเมื่อสองสื่อมาประสานกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อบริษัทเทปไปติดต่อให้หมอลำมาแต่งเพลงเพื่ออัดลงเทป ซึ่งจะต้องแต่งครั้งละนับเป็นสิบเพลงเพื่อรวมเป็นชุด และต้องหมั่นแต่งอยู่ตลอดเวลาเพื่อไม่ให้ขาดตอน จึงเกิดปัญหาว่าศิลปินสื่อพื้นบ้านหรือสื่อประเพณีที่มาจากระบบการผลิตย่อยจะสามารถรองรับอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมได้ไหวหรือไม่

(2) **บทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน**

สำหรับนักเรียนนิเทศศาสตร์ทุกคนจะท่องจำได้ขึ้นใจว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้น มีอยู่ 4-5-6 ประการ เช่น ให้ข่าวสาร ให้ความรู้ ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ให้ความบันเทิง บริการธุรกิจ และระดมสรรพกำลังของสังคม โดยที่หน้าที่แต่ละหน้าที่นั้นอาจจะได้รับการจัดลำดับความสำคัญมากน้อยไปตามประเภทของสื่อ / รายการ เช่น รายการข่าวย่อมทำหน้าที่ให้ข่าวสารมากกว่าละครที่ค่อนข้างจะเน้นหนักการให้ความบันเทิง หรือโฆษณาก็ต้องเป็นการบริการธุรกิจมากกว่ารายการสารคดีที่เน้นการให้ความรู้ เป็นต้น

สำหรับการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้านนั้นจะพบว่า เพราะธรรมชาติที่มีขนาดเล็กกว่า อยู่ใกล้ประชิดติดตัวผู้รับสารมากกว่าสื่อประเพณีดังกล่าวจึงแสดงบทบาทได้หลากหลายมีสีสันมากกว่า เช่น

(i) **ให้ความบันเทิง** ซึ่งมักจะเป็นหน้าที่หลักและหน้าที่พื้นฐานของสื่อพื้นบ้าน ไม่ว่าจะปรับเปลี่ยนไปเพื่อการอื่นบ้าง แต่ถึงอย่างไรหน้าที่นี้ก็จะติดตามสื่อประเพณีไปอยู่เสมอ ลักษณะการให้ความบันเทิงของสื่อพื้นบ้านมีหลายรูปแบบ เช่น ผ่อนคลายอารมณ์ การหยอกล้อ การสร้างอารมณ์ขัน

ตลอดจนให้ความบันเทิงแบบประเทืองอารมณ์ผสมกับบำรุงปัญญาไปพร้อม ๆ กัน

(ii) **การแจ้งข่าวสาร** หรือการรายงานสภาวะการณ์แวดล้อม เช่น การเล่นหนังตะลุงที่แม้จะเล่นเรื่องที่เคยเล่นตามแบบฉบับ แต่สื่อประเพณีเหล่านี้ จะมี "ที่ว่าง" สำหรับให้สอดแทรกเหตุการณ์ปัจจุบันลงไปได้ เช่นเดียวกับเพลงลูกทุ่ง เช่น หนังตะลุงจะสอดแทรกสงครามระหว่างอเมริกากับอิรักลงไปในเรื่องจนได้

(iii) **ให้การศึกษา** เป็นหน้าที่หลักและพื้นฐานอีกประการหนึ่งของสื่อประเพณี มิติของการศึกษานั้นมีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น

- การให้ความรู้โดยทั่วไปด้านศาสนา เนื่องจากโลกทัศน์หลักของชุมชนชาวบ้านนั้น มิติด้านศาสนาจะเป็นแกนหลักของชุมชนในการหล่อหลอมสมาชิก ดังนั้นสื่อพื้นบ้านทุกชนิดจึงต้องเอาการเอางานในการอบรมสั่งสอนด้านศาสนา ด้วยการแนะนำหลักการต่าง ๆ ให้รู้จักและเข้าใจ

- การอบรมจริยธรรมเป็นการเฉพาะ อันเป็นการประยุกต์หลักศาสนามาใช้ในการจัดการกับความสัมพันธ์ทางสังคมให้เป็นไปในทางที่พึงปรารถนา เช่น หลักความกตัญญู หลักอหิงสาธรรม การให้อภัยอโหสิ เป็นต้น

- การชี้แนวปฏิบัติ อันเป็นการศึกษาที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพราะลงไปสู่ภาคปฏิบัติของแต่ละบุคคล เช่น การประพฤติของสตรี การประกอบสัมมาอาชีพ การฝึกฝนตนเอง ฯลฯ

(iv) **การวิพากษ์วิจารณ์สังคม** เป็นองค์ประกอบที่มีสีสันของสื่อประเพณี คือการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นไปจนกระทั่งถึงวิพากษ์วิจารณ์ซึ่งสื่อมวลชนมักจะแสดงบทบาทนี้ไม่ได้หรือแสดงได้อย่างจำกัด เนื่องจากสื่อมวลชนต้องทำงานอยู่ภายในกรอบและอยู่ภายใต้เงื่อนไขกดดันอื่น ๆ

องค์ประกอบนี้ช่วยอธิบายได้ว่า เหตุใดประชาชนจึงชื่นชอบสื่อพื้นบ้านหลายประเภท เช่น หนังตะลุงที่มีบทวิพากษ์วิจารณ์นักการเมืองหรือรัฐบาลเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของประชาชนคนดู

(v) **การทำหน้าที่เป็นตัวประสานความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างด้านเพศ เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ศาสนา** ตัวอย่างเช่น รองเง็งของภาคใต้ที่เป็นการละเล่นที่ประสานระหว่างคนพุทธและคนมุสลิม งานประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ของภาคเหนือที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านจากหลาย ๆ หมู่บ้าน เป็นต้น

นอกเหนือจากหน้าที่หลักดังกล่าวมาแล้ว สื่อพื้นบ้านยังมีหน้าที่ปลีกย่อยอีกมากมาย เช่น เป็นเสมือนตัวแทนของระบบสัญลักษณ์ของสังคม (เพลงประจำของแต่ละหมู่บ้าน) เป็นส่วนประกอบของชีวิตการงาน (เพลงเกี่ยวข้าว) เน้นหนักการธำรงรักษาความสืบเนื่องและความมั่นคงของชุมชนและวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดจังหวะชีวิตของชุมชน ฯลฯ

สำหรับการเข้าใจถึงหน้าที่ของแต่ละสื่อ โดยเฉพาะส่วนที่เป็นหน้าที่พื้นฐานนั้นจะช่วยให้เข้าใจถึงปัญหาอุปสรรคและการปรับตัวของแต่ละฝ่าย ตัวอย่างของจริงที่มักจะเกิดขึ้นก็คือ เมื่อเวลาที่ทางราชการต้องการจะนำเอาสื่อพื้นบ้านบางชนิดที่ได้รับความนิยม เช่น หนังตะลุงหรือหมอลำมาใช้ในการศึกษาทางการเมือง ทางสาธารณสุข หรือสิ่งแวดล้อม ฯลฯ หากทางราชการเอาแต่ใจตนเองเป็นหลัก โดยมุ่งหน้าแต่จะใช้สื่อพื้นบ้านให้ความรู้นั้น ทั้งตัวศิลปินและผู้ชมมักจะสรุปประเมินผลว่า หมอลำหรือหนังตะลุงที่แสดงตามงานของทางราชการนั้น เล่นได้อย่างฝืด ๆ ไม่สนุกอย่างที่เคย เพราะการแสดงครั้งนั้นได้รีดเอาหน้าที่พื้นฐานของสื่อพื้นบ้านทิ้งไปเสียแล้ว

(3) การสำรวจข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อทั้งสองประเภท

นักวิชาการที่มีความสนใจในการประสานสื่อมวลชนกับสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้านเข้าด้วยกันได้ประมวลคุณลักษณะที่เป็นข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อทั้งสองประเภท เพื่อทำความรู้จักและเข้าใจ เพื่อที่ว่าจะได้ดำเนินการไปตามหลักการนำมาใช้ว่า "รักษาข้อเด่นเอาไว้ สลายหรือลดทอนข้อจำกัด" โดยไม่พยายามดำเนินงานให้เกิดลักษณะกลับกันกับหลักการดังกล่าว

ข้อเด่นของสื่อพื้นบ้าน	ข้อเด่นของสื่อมวลชน
1. มีลักษณะใกล้ชิดประชาชน จึงง่ายต่อการเข้าถึง รวมทั้งเรื่องทำความเข้าใจ	1. เป็นสื่อที่มาได้ง่าย
2. สามารถแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างเต็มที่ เพราะรูปแบบการแสดงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ชมมีส่วนร่วมได้	2. เป็นสื่อที่มาได้อย่างแรง เนื่องจากมีทั้งภาพที่เคลื่อนไหว เสียงประกอบที่เร้าใจ
3. สามารถดัดแปลงให้เข้ากันแต่ละท้องถิ่นได้ ลิเกที่ไปแสดงตามหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสามารถเอาเรื่องในหมู่บ้านมาเล่นได้	3. เป็นสื่อรุก แม้แต่นั่งอยู่ในห้องนอนก็เปิดรับได้
4. ใช้ภาษาท้องถิ่น ทำให้ระบบความหมายเป็นระบบเดียวกับผู้ชม ใช้ภาษาได้แบบ "โดนใจ" มีชีวิตชีวา	4. ในฝ่ายผู้ผลิตสามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ ดังนั้นจึงสามารถควบคุมการไหลของสาร และความหมายได้ตั้งแต่ต้นจนจบ

5. สามารถปรับตัวให้เข้ากับเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ง่าย เช่น พระเอกหนังตะลุง ก็เรียนจบจากเมืองนอก ผู้ร้ายก็ตายด้วยโรคเอดส์ เป็นต้น	5. ใช้เทคโนโลยีระดับสูง ทำให้มีประสิทธิภาพในด้านการรับรู้ เช่น การใช้เทคนิคกราฟฟิกคอมพิวเตอร์ ทำให้ดาบวิเศษเรืองแสงได้เวลาฟันศัตรู

ข้อเด่นของสื่อพื้นบ้าน	ข้อเด่นของสื่อมวลชน
6. มีราคาถูก หรืออาจไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	6. เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ครั้งละจำนวนมาก ๆ พร้อม ๆ กัน ทำให้รวมศูนย์ความสนใจจนเป็นที่กล่าวขวัญกันทั่วไป
7. เนื่องจากเป็นสื่อที่มีมายาวนาน ประชาชนมีความคุ้นเคย จึงเป็นที่รักใคร่และชื่นชอบของคนทุกเพศทุกวัย	7. เป็นสื่อที่ไร้กาละและเทศะ สามารถจะดูที่ไหนก็ได้ เมื่อใดก็ได้

ส่วนที่จะเป็นข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทนั้นก็คือ ข้อดีเด่นของอีกฝ่ายหนึ่งนั่นเอง ตัวอย่างเช่น สื่อพื้นบ้านมีข้อเด่นตรงที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น (localize) ใกล้ชิดประชาชนในแต่ละท้องถิ่น แต่ในเวลาเดียวกันก็กลายเป็นข้อจำกัดเมื่อเวลาจะขยายตัวได้กว้างขวางออกไป เช่น ผู้ชมที่ฟังภาษาปักษ์ใต้ไม่ออก ก็จะดูหนังตะลุงไม่สนุก หรือลักษณะการแสดงที่ผูกติดกับวาระโอกาสเทศกาลต่าง ๆ ทำให้สื่อพื้นบ้านไม่อาจจะเป็นสื่อที่มาบ่อยหรือมาแรงได้ เป็นต้น

การนำสื่อแต่ละประเภทมาใช้

สำหรับการนำสื่อทั้งสองประเภทมาจัดความสัมพันธ์ในเชิง "คู่สร้างคู่สม" มิใช่ "คู่แค้นคู่อาฆาต" กัน คือการที่แต่ละฝ่ายจะเล่นบทบาทส่งเสริมซึ่งกันและกันนั้น คงจะมองได้จากทั้ง 2 จุดยืน คือ จากฝ่ายของสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้านที่จะเข้ามาใช้สื่อมวลชนและฝ่ายสื่อมวลชนที่จะเป็นตัวตั้งเข้าไปใช้สื่อประเพณี/พื้นบ้าน สำหรับในที่นี้ผู้เขียนในฐานะที่สังกัดอยู่ค่ายสื่อมวลชน จะพิจารณาจากกรณีหลัง

หลักการที่สื่อมวลชนจะเข้าไปใช้สื่อประเพณี / พื้นบ้าน นั้นมีอยู่ 2 มิติใหญ่ ที่เป็นคำถามหลักของการค้นคว้าวิจัย คือ

(1) การแสวงหาวิธีการที่จะนำเอาสื่อประเพณี / พื้นบ้านมาใช้ให้มีประสิทธิภาพ หรือให้ได้ผลและบรรลุเป้าหมายอย่างมากที่สุด

(2) การแสวงหาวิธีการที่จะนำเอาสื่อประเพณี / พื้นบ้านมาใช้โดยให้มีความเสียหายต่อสื่อประเพณีน้อยที่สุด

ผู้เขียนขอตั้งข้อสังเกตล่วงหน้าในที่นี้ก่อนว่า กระแสการค้นคว้าวิจัยส่วนใหญ่ในวงการนิเทศศาสตร์นั้น ยังมุ่งที่จะตอบปัญหาแรกเป็นหลัก คือ การวิจัยว่า จะนำเอาบรรดาสื่อประเพณี / พื้นบ้านประเภทต่าง ๆ มาใช้ในด้านการรณรงค์สาธารณสุข การเมือง เอกลักษณ์ไทย สิ่งแวดล้อม โรคเอดส์ ต่อต้านยาเสพย์ติด ต่อต้านคอรับชั่น ฯลฯ ได้หรือไม่ ได้อย่างไร แต่ยังมีความสนใจไม่มากนักที่จะค้นคว้าต่อไปว่า หลังจากที่นำมาใช้แล้ว (ไม่ว่าจะเป็นการใช้จากภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคองค์กรเอกชน) จะสร้างความเสียหายบอบช้ำให้แก่สื่อพื้นบ้าน / สื่อประเพณีหรือไม่ เพียงใด เช่น เพลงหมอลำซึ่งที่อัดขายอยู่ในตลับเทปและวิดิโอมิวสิกนั้น เป็นหมอลำประเภทกลายพันธ์ใช่หรือไม่

(1) **สำหรับมิติแรกที่เน้นการนำเอาสื่อประเพณี / พื้นบ้านมาใช้ร่วมกับสื่อมวลชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายใหม่ ๆ นั้น** มีข้อเสนอแนะหลายประการสำหรับประกอบการใช้ เช่น

(i) การเลือกใช้สื่อพื้นบ้านนั้น ต้องดูปริบทของเนื้อหาและต้องดูว่าธรรมชาติของสื่อกับเนื้อหาใหม่นั้น จะไปด้วยกันได้หรือไม่ ตัวอย่างเช่น เพลงซอเก็บนกที่ของเดิมมีบทพรรณนาการเดินเข้าป่าชมนกชมไม้ ก็น่าจะเอามาใช้ในการรณรงค์เรื่องการปลูกไม้รักษาพันธ์สัตว์ป่าได้อย่างดี

(ii) พิจารณาดูว่า รูปแบบของสื่อยืดหยุ่นและปรับตัวเข้ากับเนื้อหาใหม่ได้หรือไม่ สื่อประเพณีเดิมบางอย่างมีจารีตที่ค่อนข้างเคร่งครัด เช่น โขนโนห์รา ฯลฯ หากจะนำมาเล่นเรื่องแบบสมัยใหม่ รูปแบบของสื่ออาจจะไม่เอื้ออำนวย หรือรูปแบบสื่อพื้นบ้านที่โยงใยอยู่กับเรื่องพิธีกรรม จะนำมาใช้ประโยชน์กับเรื่องทางโลกย์ (ต่อต้านโรคเอดส์) ก็อาจจะเข้ากันไม่ได้

(iii)ดูศักยภาพและขีดความสามารถในการปรับตัวของสื่อแต่ละชนิด สื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดมีขีดความสามารถในการปรับตัวไม่เท่ากัน เช่น หมอลำอาจจะปรับตัวให้เข้ากับเพลงลูกทุ่งได้ง่ายกว่าเพลงค่าวซอ เป็นต้น

(iv) ต้องพิจารณาดูหน้าที่ทางสังคมของสื่อแต่ละประเภทด้วย ตัวอย่างเช่น การสื่อสารด้วยการเทศน์ของพระสงฆ์ มีหน้าที่ด้านศีลธรรมจรรยา อาจจะนำมาใช้ประยุกต์กับเรื่องการปราบปรามคอรับชั่นได้ แต่จะใช้กับเรื่องการคุมกำเนิด คงจะเป็นเรื่องที่ “มิใช่กิจของสงฆ์”

(v) ต้องสำรวจพลังอำนาจของสื่อประเพณี / พื้นบ้านที่มีต่อกลุ่มผู้รับสาร เช่น พลังอำนาจในแง่ยังเป็นที่นิยมชมชอบหรือเสื่อมความนิยมไปแล้ว หรือพลังอำนาจในแง่การโน้มน้าวชักชวน ตัวอย่างเช่น สถานภาพของนายหนังตะลุงในสมัยก่อน จะได้รับการยกย่องนับถือว่า เป็นผู้รอบรู้ เป็นปราชญ์ เห็น

โลกกว้างไกลกว่าชาวบ้าน แต่ปัจจุบันเมื่อนำเอานายหนังมาให้ความรู้สมัยใหม่ เช่น โรคเอดส์ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ตัวนายหนังเองอาจจะไม่แน่ใจว่าตนเองจะมีความรู้ดีกว่าคนดู เนื่องจากช่องทางให้ความรู้ในยุคสมัยใหม่เปิดกว้างหลายช่องทาง อันอาจเสี่ยงต่อการยอมรับสถานภาพของปราชญ์หรือผู้รู้เช่นนายหนัง (โดยเฉพาะถ้าให้ความรู้ที่ไม่ถูกต้อง)

(2) **การแสวงหาวิธีการที่จะใช้สื่อประเพณี / พื้นบ้านเพื่อการส่งเสริมสื่อพื้นบ้านเอง** ในมิติที่สองนี้อาจจะเปรียบเทียบกับหลักการเรื่องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติว่า ต้องมี “ลักษณะทั้งใช้ ทั้งบำรุงรักษาและทั้งพัฒนา” ไปพร้อม ๆ กัน โดยคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาว่า “จะใช้อย่างไรไม่ให้สื่อพื้นบ้านเสียหาย จะใช้อย่างไรไม่ให้หมดไป จะใช้อย่างไรให้ยิ่งใช้ ก็ยิ่งมั่งคั่งเพิ่มพูนขึ้น”

รูปแบบการใช้สื่อพื้นบ้านโดยคำนึงถึงหลักการดังกล่าวนี้ มีอยู่ 4 รูปแบบคือ

(i) **รูปแบบการอนุรักษ์** เช่นการพยายามรวบรวมเก็บรักษาเพลงพื้นบ้านจำนวนมากมายที่กำลังจะสูญหายไปเอาไว้ในรูปแบบของเดิม

(ii) **รูปแบบการฟื้นฟู** ได้แก่การรื้อฟื้นสิ่งที่เกือบจะหรือหายไปแล้วขึ้นมาทำใหม่ เช่น การประกวดให้การแข่งขันหรือการแสดงการร้องเพลงกล่อมเด็ก

(iii) **รูปแบบการดัดแปลง** ตัวอย่างเช่น การนำเอาผ้าไทยมาดัดแปลงตัดเย็บในชุดแบบใหม่ การนำเอาเพลงไทยเดิมมาดัดแปลงเป็นเพลงลูกทุ่ง

(iv) **การสร้างใหม่** คล้ายคลึงกับการดัดแปลง แต่สัดส่วนของใหม่อาจจะมีมากกว่า เช่น การตัดทอนเอาทำนองเพลงพื้นบ้านบางส่วนมาเรียบเรียงเสียงประสานใหม่แล้วเล่นด้วยวงดนตรีคอนเสิร์ต เป็นต้น

ไม่ว่าจะเป็นการนำเอาสื่อพื้นบ้าน / ประเพณีมาใช้ในรูปแบบใดก็ตาม คงจำเป็นต้องมีการกระทบกระเทือน การดัดแปลงเปลี่ยนแปลงของเดิมอยู่ไม่มากก็น้อย แล้วเราก็ย้อนกลับไปสู่คำถามเดิมที่ว่า เส้นกั้นขอบเขตของการดัดแปลงนั้นจะลากวงอยู่ตรงไหน ที่จะทำให้สื่อพื้นบ้าน / สื่อประเพณีที่ดัดแปลงแล้ว ไม่กลายพันธ์ไปเป็นอื่น และจะแปลงอย่างไรให้ยังคงรักษาเอกลักษณ์หรือแก่นแท้เดิมเอาไว้ได้ ฝ่ายสื่อมวลชนที่เข้าไปร่วมกระบวนการดัดแปลงด้วยนั้นมีจุดยืน มีความเข้าใจ และมีวิธีการทำงานอย่างไร หัวข้อคำถามดังกล่าวยังรอการศึกษาค้นคว้าวิจัยอีกอย่างมากมาย

เอกสารอ้างอิง

1. จิตตนา หนูณะ (2533) . “บทบาทและการเสื่อมสลายของรองเง็งตันหยง” วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อินทิรา สุวรรณ (2540) “บทบาทหนังตะลุงทางโทรทัศน์ในการถ่ายทอดความรู้” วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สหวิทยาการกับการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน

เวลาที่เห็นหัวข้อของบทความแบบนี้ เราอาจคาดเดาได้ว่า วิธีการตามประเพณีที่เราเคยทำกันมาก็คือ พยายามแสดงให้เห็นว่าบรรดาสาขาวิชาต่างๆ ที่เราได้แบ่งหมวดหมู่เอาไว้เรียบร้อยแล้ว (อย่างน้อยๆ 3 หมวดหมู่ใหญ่ คือ สาขาวิชา**วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ** ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ เช่น เคมี ชีววิทยา ฟิสิกส์ นิเวศวิทยา สาขาวิชา**วิทยาศาสตร์สังคม** ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ในแง่มุมต่าง ๆ เช่น เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา รัฐศาสตร์ และสาขาวิชา**มนุษยศาสตร์**ที่อธิบายความเป็นมนุษย์ เช่น ศิลปะ วรรณกรรม ดนตรี ฯลฯ) มีความจำเป็นในการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน ต่อจากนั้นเราก็จะสาธิตว่าวิชาสาขาไหนจะเข้ามาอธิบายส่วนไหนในวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น วิชารัฐศาสตร์จะเข้ามาอธิบายเนื้อหาของเพลงกล่อมเด็กที่ว่าเรื่องการเมืองได้อย่างไร วิธีการทำงานตามแบบประเพณีนี้ก็เป็นวิธีการศึกษาแบบหนึ่งที่มีประโยชน์และคุณูปการมากพอสมควรแก่การศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านของไทย ดังที่ได้มีผลงานค้นคว้าในลักษณะนี้ออกมามากพอสมควร จนทุกวันนี้เราเริ่มยอมรับแล้วว่า เส้นกั้นระหว่างสาขาวิชาต่าง ๆ นั้นมิใช่เส้นกั้นพรมแดนระหว่างประเทศซึ่งไม่อาจจะล่วงล้ำกันได้ ในการศึกษาหัวข้อหนึ่ง ๆ บางครั้งกรอบการวิเคราะห์แบบแยกส่วนตามสาขาวิชาอาจจะเป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสม แต่ในบางกรณีกรอบการวิเคราะห์แบบสหวิทยาการ (แบบองค์รวม) อาจจะเหมาะสมกว่า

เมื่อเราได้ก้าวมาจนถึงจุดนี้แล้ว ก้าวที่เราควรจะก้าวต่อไปบนเส้นทางแห่งสหวิทยาการก็คือ ในสาขาวิชารัฐศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา ฯลฯ นั้น ต่างก็มีสำนักคิด (school of thought) ที่แตกต่างกัน เช่น สำนักคิดแบบ

Idealist Materialist หน้าที่นิยม ปรากฏการณ์นิยม เป็นต้น และเป็นสิ่งที่น่าสังเกตว่า ความสำนึกรู้ตัวในแง่การแบ่งกันโดย**สำนักคิด**นี้ดูจะมีน้อยกว่าการแบ่งกันโดย**สาขาวิชา** ทั้งนี้เพราะในขณะที่มาเป็นนักรัฐศาสตร์นั้นเรามักจะรู้ตัวว่ายังมีวิชาเศรษฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวิชาอื่นๆ แต่ถ้าเราสังกัดสำนักหน้าที่นิยมแล้ว เรามักจะลืม หรือมิฉะนั้นก็อาจจะนึกไม่ว่าว่าสำนักคิดว่าด้วยความขัดแย้งจะอธิบายเรื่อง **"วัฒนธรรมพื้นบ้าน"** ไว้ว่าอย่างไร ยกตัวอย่างใกล้ตัวที่สุด คือ การแบ่งประเภทของวัฒนธรรมตามแบบของ Redfield เป็น Great tradition และ little tradition จากจุดแบ่งตรงนี้สามารถซอยย่อยออกได้เป็น 2 พวกใหญ่ ๆ คือ

(1)พวกที่เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมทั้งสองต่างพึ่งพาอาศัยต่อกันและกัน ต่างแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของกันและกัน (บนพื้นฐานที่ค่อนข้างจะเท่าเทียม)

(2) พวกที่เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมทั้งสองต่างขัดแย้งกัน ต่างพยายามครอบงำกัน พวกนี้ยังแยกออกเป็น 2 พวกย่อย

(2.1) พวกที่เห็นว่า great tradition เป็นฝ่ายเข้าไปทำลายเข้าไปครอบงำ เข้าไปดูดกลืน little tradition ท้องถิ่นใดที่ great tradition เข้าไปถึง little tradition ก็จะสูงสลายไป

(2.2) พวกที่เห็นว่า แม้ว่า great tradition จะเข้ามาครอบงำ แต่ little tradition ก็มีคุณสมบัติที่ทนทาน ไม่สูญสลายไปง่าย ๆ สามารถปรับตัวจนดำรงอยู่ได้มาตลอด

ทั้งสองกรอบแนวความคิดนี้จะมีผลต่อผู้ทำการศึกษาในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการไปเลือกเก็บข้อมูล (การพูดแบบนี้ก็แสดงว่า ผู้เขียนมีความเชื่อในสำนักคิดที่ว่า ทฤษฎีที่เรามีอยู่นั่นแหละเป็นตัวกำหนดการเลือกเก็บ

ข้อมูล ซึ่งตรงกันข้ามกับสำนักคิดแบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ที่เชื่อว่าข้อเท็จจริงนั้นเหมือนปลาที่วางอยู่บนเขียง ไม่ว่าใครมีทฤษฎีอะไรอยู่ในหัวสมองก็ต้องมองเห็นเหมือนกัน) ขั้นตอนการรวบรวม ขั้นตอนการวิเคราะห์และขั้นตอนการสรุปผลการศึกษา

แม้ว่าในปัจจุบันนี้ ข้อถกเถียงทางวิชาการระหว่างนักคิดสำนักต่าง ๆ จะยังไม่สิ้นสุดลงไป (และคงยังไม่สิ้นสุดไปได้ง่าย ๆ) แต่ดูเหมือนความคิดที่ว่า "สำนักใดสำนักหนึ่งจะมีความสามารถในการอธิบายความเป็นจริงได้อย่างไร้เทียมทานนั้น" จะเบาบางลง แต่เริ่มมีข้อคิดเรื่องกาละและเทศะ รวมทั้งบริบทเข้ามาแทนที่ ตัวอย่างเช่น ในช่วงเวลาที่สังคมมีความสงบสันติสุข ทฤษฎีหน้าที่นิยมอาจจะใช้อธิบายได้ดี แต่ในช่วงที่สังคมกำลังมีวิกฤตการณ์อย่างหนักทฤษฎีความขัดแย้งอาจจะใช้การได้ดีกว่า

เพื่อก่อให้เกิดการกรุยทางในการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านในลักษณะสหวิทยาการดังที่กล่าวมา (โดยเฉพาะในขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล) ในที่นี้จะลองยกตัวอย่างกลุ่มสำนักคิดสำนักต่าง ๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์วัฒนธรรมซึ่งน่าจะนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้จะละเว้นสำนักคิดบางสำนักที่เป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้วในสังคมไทย (เช่น สำนักหน้าที่นิยม)

การให้คำนิยามกับแนวทางการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องราวอันใดอันหนึ่งนั้น จุดเริ่มต้นของความคลาดคลึงหรือความแตกต่างที่จะอยู่ที่การให้คำนิยามสิ่งที่จะศึกษานั้น หัวข้อ "วัฒนธรรม" รวมไปถึง "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" เป็นตัวอย่างที่ดีอันหนึ่ง R. Williamns ได้รวบรวมเอาไว้ว่า การให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" มีอยู่ 2 แบบ คือ

(1) พวกที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นส่วนของ**จิตวิญญาณที่ได้รับการบ่มเพาะมาเป็นอย่างดี** (informing spirit) ของชีวิตทั้งมวลที่แสดงออกมาในสังคมนั้น ลักษณะของจิตวิญญาณนี้จะอยู่ในมิติที่เหนือกว่า เป็นพิเศษกว่ากิจกรรมทางสังคมแบบทั่ว ๆ ไป สิ่งที่จะถือว่าเป็น "วัฒนธรรม" ได้จะต้องเป็นกิจกรรมพิเศษทางวัฒนธรรม เช่น ภาษาที่จะจัดว่าเป็นภาษาที่มีวัฒนธรรมต้องไม่ใช่ภาษาทีใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน แต่ต้องเป็นแบบพิเศษ งานที่แสดงภูมิปัญญาก็ต้องเป็นแบบพิเศษ สายนี้มีชื่อเรียกว่า กลุ่ม Idealist

เมื่อสืบค้นรากเหง้าของความหมายแบบ informing spirit จะพบว่า มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่ยุคกรีกในศตวรรษที่ 6-7 ที่มีกรอบความคิดหลักในการแยกระหว่างสิ่งที่เป็นธรรมชาติและสิ่งที่เป็นวัฒนธรรม สิ่งที่มีติดตัวมาเป็นธรรมชาตินั้นมีลักษณะหยาบ (primitive) และต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาอบรมบ่มเพาะทางวัฒนธรรม นอกจากนั้นยังมีการกำหนดมาตรฐานเอาไว้เลยว่า รูปแบบกิจกรรมของกระบวนการขัดเกลานี้จะต้องเป็นกิจกรรมทางปัญญาทางสมองเท่านั้น ต้องไม่ใช่กิจกรรมด้านแรงงานกาย เมื่อเป็นดังนั้น ก็ย่อมแน่นอนว่าจะมีแต่กลุ่มชนชั้นสูงเท่านั้นที่มีโอกาสได้มี "วัฒนธรรม" และคำนิยามดังกล่าวก็คงจะครอบคลุมแต่ปริมณฑลของ "วัฒนธรรมหลวง" เป็นส่วนใหญ่

สำนักคิดแบบ Idealist นี้มีอิทธิพลต่อวงการศึกษาวัฒนธรรมมาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน และส่งผลให้การศึกษาเกี่ยวกับชีวิต ความคิด ผลงาน กิจกรรมด้านแรงงานกายของประชาชนทั่ว ๆ ไปในฐานะที่เป็นส่วนรวมมีอยู่เป็นส่วนน้อย

(2) พวกที่มองว่า **วัฒนธรรมก็คือวิถีชีวิตทั้งมวลของสังคม ไม่ว่าจะเป็นชีวิตของคนกลุ่มใด** หรือไม่ว่าจะเป็นชีวิตด้านแรงงานกายหรือสมอง

รากเหง้าของความคิดดังกล่าวเกิดมาราว ๆ ปี 1848 เมื่อ G. Klemm เริ่มใช้คำว่า "วัฒนธรรม" ในความหมายว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่มีการสร้างสรรค์เพิ่มเติมมาจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นการปั้นหม้อ ทำศพ ทำลูกปัด ขอให้เป็นกิจกรรมที่มนุษย์ทำขึ้นโดยไม่มีการจำแนกชั้นวรรณะ คำนิยามเช่นนี้ย่อมกรุยพื้นที่ให้การศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น

ยิ่งในโลกสมัยใหม่ คำนิยามแบบมีลักษณะเสมอภาคเท่าเทียมนี้ก็ยิ่งมีมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อทฤษฎีหน้าที่นิยมได้มาล้มทฤษฎีวิวัฒนาการที่มีการมองวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ อย่างมีลำดับขั้นสูงต่ำแบบขั้นบันได เราเริ่มได้ยินข้อสรุปแบบ R. Benedict ที่ว่า "วัฒนธรรมไม่มีสูงต่ำ มีแต่การแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกัน" จนกระทั่งถึงข้อสรุปของ C.L. Strauss ที่เสนอต่อไปอีกก้าวหนึ่งว่า "วัฒนธรรมของมนุษยชาติทั้งมวลนั้นมีส่วนที่เป็นเอกภาพร่วมกัน (Unity) และส่วนที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (variety) ดังนั้นทั้ง ๆ ที่อาจจะเห็นการแสดงออกต่างกัน ก็ล้วนแล้วแต่มีเอกภาพร่วมกัน คือมีโครงสร้างที่เป็นสากล" ข้อสรุปดังกล่าวดูเหมือนจะเป็นการปิดฉากเรื่องสูง ๆ ต่ำ ๆ ไปได้

กลุ่มที่สองนี้มักเรียกว่าเป็นกลุ่ม Materialist ที่เสนอว่า พวกงานศิลปะหรืองานประดิษฐ์แบบธรรมดาก็ล้วนแต่เป็นกิจกรรมสังคมทั้งนั้น และแทนที่จะสนใจเรื่อง "พิเศษ" หรือ "ธรรมดา" สำหรับนักวิเคราะห์กลุ่มนี้เห็นว่า ควรจะให้ความสนใจต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ของวัฒนธรรม เช่น การปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (cultural practice) การผลิตวัฒนธรรม (culture production) เช่น วัฒนธรรมแต่ละอย่างถูกผลิตขึ้นมาได้อย่างไร และวัฒนธรรมนั้นได้รับการถ่ายทอดไปยังปัจเจกบุคคลได้อย่างไร ในสาย Materialist นี้ยังมีกลุ่มแตกย่อยซอยออกไปอีกหลายแนว สำหรับการวิเคราะห์วัฒนธรรมพื้นบ้านก็ควรจะ

ให้ความสนใจกับผลงานของกลุ่มนี้เป็นพิเศษ

วัฒนธรรมเน้นความคิดกับเน้นกิจกรรม

ยังมีวิธีแบ่งคู่อีกแบบหนึ่งของวัฒนธรรม ซึ่ง Bennett ได้รวบรวมให้เห็นว่า ในกลุ่มที่ศึกษาวัฒนธรรมได้แยกออกเป็น 2 แบบ คือ กลุ่มที่เน้นด้านความคิด ความเข้าใจ (idea) กับกลุ่มที่เน้นด้านการปฏิบัติการทางสังคม (social practice) ร่องรอยของธรรมเนียมการแบ่งแยกดังกล่าวนี้ ในทางตะวันตกเกิดมาจากธรรมเนียมคิดแบบ Plato ซึ่งแยกเอากาย-จิต สิ่งที่มองเห็น-สิ่งที่มองไม่เห็น ออกจากกัน และในระยะเริ่มแรกนั้น การศึกษาวัฒนธรรมจะขีดวงอยู่ในการศึกษาเรื่อง "ความคิดหรือสิ่งที่มองไม่เห็น" เป็นส่วนใหญ่

(1) กลุ่มที่ให้ความหมายว่า "วัฒนธรรม หมายถึง ความคิดและความเข้าใจ" นั้น ให้เหตุผลว่า เพราะความคิดเป็นการไตร่ตรอง (reflection) และเป็นการให้ความหมาย (make sense) ต่อประสบการณ์ที่เป็นประสบการณ์ร่วมของคนในสังคมขณะนั้น ดังนั้น ถ้าคนไทยในท้องถิ่นหนึ่งมีประสบการณ์การกินปลาร้า ปลาร้าก็จะมีความหมายต่อคนกลุ่มนั้น ดังที่เราจะทราบได้เมื่อปลาร้ามาปรากฏความหมายและความนึกคิดอยู่ในนิทานพื้นบ้านของไทย

E. Leach ได้จัดให้ C.L. Strauss ซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นสำนักคิดแบบโครงสร้างนิยม (Structuralist) ว่าอยู่ในกลุ่มที่ให้ความหมายวัฒนธรรมแบบนี้ เวลาที่นักคิดในสำนักนี้ใช้คำว่า "โครงสร้าง" นั้น พวกเขาหมายถึงโครงสร้างของความคิดมากกว่าโครงสร้างสังคม เพราะสำนักนี้จะให้ความสนใจ**สิ่งที่พูด**มากกว่า**สิ่งที่ทำ** และมีความเชื่อว่า สังคมอยู่กันได้ด้วย "ภาษา" มากกว่า "สิ่งที่

ลงมือทำจริง" เพราะฉะนั้นเวลามองวัฒนธรรมด้านเศรษฐกิจ สำนักนี้ก็จะไม่มองว่าเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน แต่จะมองว่าเป็น "ปฏิบัติการด้านการสื่อสารกัน" ตัวอย่างของการให้ของขวัญเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด (เฉพาะในเรื่อง "ภาษา" กับ "การกระทำ" นี้ก็สามารถนำมาเป็นแนวการวิเคราะห์เนื้อหาของวัฒนธรรมพื้นบ้านได้มากมาย เช่น คำพูดศักดิ์สิทธิ์ที่สาปให้การกระทำเป็นไปตามคำพูด บทบาทของการทายปริศนาได้ การให้คำสาบานที่มีผลต่อการกระทำ หากเราถอดรหัสของโครงสร้าง "ภาษา" กับ "การกระทำ" ออก เราอาจจะเข้าใจโครงสร้างความคิดของคนไทยที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ได้)

(2) กลุ่มที่สองนี้ปฏิเสธการตีความของกลุ่มแรกที่เห็นว่า "วัฒนธรรมเป็นความคิดเห็น" แต่ได้ตีความว่า "วัฒนธรรมเป็นลักษณะที่เป็นปฏิบัติการทางสังคม" (social practice) เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นวิถีชีวิตทุกอย่าง มิใช่ "ความคิด" ที่คิดถึงวิถีชีวิตนั้น และไม่ใช่ปฏิบัติการของคนเพียงคนใดคนหนึ่ง รวมทั้งไม่ใช่ปฏิบัติการอันใดอันหนึ่งโดดๆ หากแต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปฏิบัติการต่าง ๆ ที่มีลักษณะซับซ้อน กลุ่มนี้จะพัฒนาไปเป็นกลุ่ม culturalist ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป

(3) กลุ่มที่สามมีตัวแทนความคิดคือ P. Berger ที่สังกัดสำนักปรากฏการณ์นิยม (Phenomenologist) เขาได้ให้คำนิยาม "วัฒนธรรม" เอาไว้ว่าเป็น "องค์รวมทั้งหมดของผลิตผลของมนุษย์" (totally of man product) และสิ่งที่เป็นผลผลิตของมนุษย์นี้ Berger เห็นว่ามีทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ดังนั้น วัตถุดิบทางวัฒนธรรมของ Berger จึงมี 2 อย่างคือ

(1) บรรดาวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้น (artifact) รวมทั้งการจัดระเบียบองค์การต่าง ๆ ส่วนนี้ Berger เรียกว่า เป็นภาควัตถุวิสัยของวัฒนธรรม (objective side of culture)

(2) อีกด้านหนึ่ง คือ การนึกคิดไตร่ตรองของมนุษย์ที่มีรูปธรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่เพียงแต่จะสร้างวัตถุเท่านั้น หากแต่มนุษย์ยังสร้างความคิดที่มีต่อวัตถุนั้นอีกด้วย ส่วนนี้เป็นภาคอัตวิสัยของวัฒนธรรม (subjective side of culture)

ความแตกต่างระหว่าง Berger กับสองกลุ่มแรก ก็คือ เน้นหนักตามแบบนักปรากฏการณ์นิยมที่ว่า มนุษย์จะต้องทำทั้งสองด้านพร้อม ๆ กัน เมื่อมนุษย์ลงมือทำกิจกรรมอันใดอันหนึ่ง เขาจะต้องมีการนึกคิดไตร่ตรอง (ไม่ว่าจะเป็น "การให้ความหมาย" หรือ "ความตั้งใจ" การคาดการณ์" "การควบคุม") ต่อกิจกรรมนั้น ทั้งรูปธรรมและนามธรรมจึงไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้ ตัวอย่างของการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านของไทยที่อาจเข้าข่ายการศึกษาแบบนี้ก็เช่น **การศึกษาโลกทัศน์ของชาวลานนา** (**สังคมศาสตร์** 3:2 [ตุลาคม 2525-มีนาคม 2527] มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) **โลกทรรศน์ไทยภาคใต้** (สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา 2527)

วัฒนธรรมหมายถึงประสบการณ์

นอกเหนือไปจากที่กล่าวมาแล้ว ยังมีวิธีการให้คำนิยามอีกแบบหนึ่ง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากสำนักคิดด้านจิตสำนึกของสังคมวิทยากลุ่มหนึ่งที่มองรอยต่อระหว่าง "การดำรงอยู่ของมนุษย์" (social being) คือสภาพเงื่อนไขที่เป็นจริงแวดล้อมมนุษย์ทั้งด้านกายภาพ (อยู่ริมทะเล อยู่ชายป่า อยู่ชายทะเลทราย และด้านสังคม (เช่น เจ้านาย เป็นบ่าว เป็นทาส) กับ "จิตสำนึกทางสังคมของมนุษย์" (social consciousness) เช่น เมื่อทาสมีการดำรงชีพอยู่เยี่ยงทาส (social being) ทาสจะมีความสำนึกต่อความเป็นทาสของเขาอย่างไร (เช่น มี

สำนึกว่าเป็นเพราะเวรกรรม/การใช้กำลังของนายทาส) สิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรม" ก็คือ ช่างว่างระหว่างทั้งสองนี้ ดังนั้น

(1) วัฒนธรรมจึงเป็นทั้ง**ความหมาย**และ**ระบบคุณค่า**ของคนกลุ่มต่างๆ ชนชั้นต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ ในประวัติศาสตร์ที่คนกลุ่มนั้นมีปฏิกิริยาต่อสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น ตัวอย่างเช่น ในช่วงหนึ่งของประวัติศาสตร์ที่ชาวนาไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีการดำรงอยู่ภายใต้อิทธิพลของธรรมชาติ จิตสำนึกทางสังคมของชาวนาไทยกลุ่มนั้นเป็นอย่างไร เราอาจทราบได้จากรูปแบบพิธีกรรมการแฮกนา ที่มีการทำรูปจำลองเล็ก ๆ ในที่นาเล็ก ๆ แห่งหนึ่งให้ได้ดี โดยที่คาดหวังว่าผลจากการกระทำในที่เล็ก ๆ ดังกล่าวนี้จะส่งผลให้ของใหญ่ ๆ ดีขึ้นไปด้วย จิตสำนึกทางสังคมของชาวนาไทยกลุ่มนั้นจึงมิได้อยู่ใต้ธรรมชาติอย่างยอมจำนน อย่างทำอะไรไม่ได้ แต่มีส่วนที่มนุษย์สามารถดำเนินการได้ ควบคุมได้ (ในปริมณฑลเล็ก ๆ ในการทำพิธี) และอำนาจเหนือธรรมชาติก็ควรจะเล่นตามกฎเกณฑ์ตามกติกาด้วย (ถ้าทำพิธีกรรมดี ก็ควรจะมีฟ้าฝนอุดมสมบูรณ์)

(2) วัฒนธรรมเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่มีการปฏิบัติจริงอยู่ในขณะนั้น (เป็น lived tradition & practice) อันได้รับการถ่ายทอดสืบเนื่องกันมาโดยมีระบบคิดแฝงอยู่ภายในนั้น ที่ Thompson เรียกทั้งจิตสำนึกและเงื่อนไขความเป็นจริงนี้ว่า "ประสบการณ์" ดังตัวอย่างการแฮกนาที่ได้กล่าวไปแล้ว

สำหรับสำนักนี้ เวลาที่อ่านโครงสร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคมก็จำเป็นจะต้องลงไปเก็บข้อมูลสนามว่า ประชาชนในแถบนั้นได้ดำเนินชีวิตและมีประสบการณ์อย่างไรกับบรรดาธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม เช่น เวลาจะดูการเล่นเพลงพิษฐาน ก็ต้องดูว่ามีบริบททางสังคมอะไรบ้าง เช่น เล่นในโอกาสไหน สถานที่ไหน ใครเข้าร่วมได้บ้าง การดำเนินชีวิตของชนกลุ่มนั้นเป็นอย่างไร

กล่าวคือ สำหรับนักคิดกลุ่มนี้ คำถามหลักในการวิเคราะห์วัฒนธรรมพื้นบ้านก็คือ ที่ไหน อย่างไร และทำไม ที่ประชาชนมีประสบการณ์กับเงื่อนไขชีวิตของตนเอง ประชาชนได้ให้คำนิยามและมีปฏิกิริยาตอบโต้ต่อการดำรงอยู่ของตนอย่างไร เช่น ถ้าประชาชนที่ดำรงชีวิตอยู่กับทะเล ทะเลมีความไม่แน่นอน แต่ก็ต้องอาศัยทะเลเป็นแหล่งหากิน ในแง่นี้ นิทานพื้นบ้านจะแสดงความหมาย จะให้คำนิยาม จะให้คุณค่ากับทะเลว่าอย่างไร (ทะเลเป็นแม่....) เวลามีคนมาทำลายทะเลให้เสียไป (ประสบการณ์ใหม่) ชาวบ้านจะสร้างนิทานอะไรขึ้นมา (แม่ตายแล้ว) และจะมีหนทางรื้อฟื้นแม่ได้อย่างไร

สำนักวัฒนธรรมนิยมกับสำนักโครงสร้างนิยม

สำหรับนักคิดที่มีความสนใจในปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางเศรษฐกิจกับวัฒนธรรมนั้น สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองดูเหมือนจะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจหัวข้อนี้เป็นพิเศษ และการอธิบายตามแบบฉบับของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือ วัฒนธรรมอันเป็นมิติที่อยู่ในโครงสร้างส่วนบน (super-structure) จะถูกกำหนดมาจากฐานส่วนล่าง คือ เศรษฐกิจ (base) ความสัมพันธ์ในเชิงกำหนดนี้มีลักษณะทางเดียว ซึ่งหมายความว่า วัฒนธรรมของคนกลุ่มใดจะก่อตัวมาได้อย่างไร และจะแปรเปลี่ยนไปเป็นอย่างไร ก็แล้วแต่การก่อตัวและเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ

การอธิบายตามแบบฉบับนี้ได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน จนกระทั่งราวคริสตศตวรรษ 1950 ก็เริ่มมีการเคลื่อนไหวด้านความคิดเพื่อคัดค้านวิธีการอธิบายความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวอย่างเป็นกลุ่มเป็นก้อน ทั้งนี้เนื่องจากสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมต่าง ๆ โดยเฉพาะในสังคมยุโรป

ตะวันออก ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจการเมืองไปแล้ว แต่ระบบวัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมพื้นบ้านยังคงเป็นปริมณฑลที่มีความเป็นอิสระอยู่มาก ในช่วงนี้ได้มีสำนักคิดเกิดใหม่อีก 2 สำนัก คือ สำนักวัฒนธรรมนิยม (culturalist) และสำนักโครงสร้างนิยม (structuralist) ทั้งสองสำนักมีจุดร่วมกันคือ ต่างปฏิเสธว่าวัฒนธรรมมิได้ถูกกำหนดจากระบบเศรษฐกิจเสมอไปและตลอดเวลา หากแต่เป็นระบบที่มีความเป็นอิสระ แต่ในรายละเอียดแล้ว ทั้งสองสำนักต่างก็อธิบาย "วัฒนธรรม" อย่างแตกต่างกัน

(1) **สำนักวัฒนธรรมนิยม** นอกจากจะทำการปฏิเสธวิธีการอธิบายแบบเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดของเศรษฐกิจการเมืองแล้ว สำนักวัฒนธรรมนิยมยังทำการปฏิเสธการแบ่งวัฒนธรรมออกเป็นระดับสูง-ต่ำ วัฒนธรรมหลวง-ราษฎร์ อีกด้วย เพราะคำนิยาม "วัฒนธรรม" ของสำนักนี้ ตัวอย่างเช่น R. Williams ได้กล่าวว่า สังคมกลุ่มหนึ่งๆ ประกอบด้วยปฏิบัติการทางสังคม* (social practices) จำนวนมากมายที่ก่อตัวเป็นองค์รวมที่เป็นรูปธรรมของสังคม (concrete social whole-totality) และวัฒนธรรมก็คือการสถาปนาของการปฏิบัติทางสังคมเหล่านี้ (Constitution of social praction) เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมในแต่ละสังคมจะเป็นอย่างไร มีลักษณะเฉพาะอย่างไร ก็แล้วแต่ว่าในสังคมนั้นมีปฏิบัติการทางสังคมที่เป็นจริงอย่างไร ตัวอย่างเช่น พิธีกรรมเกี่ยวกับการทำนาของชาวนาแต่ละแห่งจะแสดงออกมาอย่างไร ก็แล้วแต่ว่าการทำนาในแต่ละแห่งนั้นเป็นอย่างไร

---

* ปฏิบัติการทางสังคม หมายถึง การปฏิบัติที่มีมูลเหตุจูงใจเนื่องมาจากสังคม มีเป้าหมายที่จะบรรลุตามที่ได้รับการปลูกฝังมาจากสังคม และวิธีการที่จะใช้บรรลุเป้าหมายนั้นก็เป็นไปตามกรอบที่สังคมกำหนดมาให้

ดังนั้น เนื้อหาวัตถุดิบที่กลุ่มวัฒนธรรมนิยมสนใจศึกษาจึงเป็นพวกวัฒนธรรมแบบธรรมดา ๆ แบบพื้นบ้าน ซึ่งคนส่วนใหญ่ในสังคมปฏิบัติการอยู่ อันมักจะได้แก่ วัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดด้วยปาก (oral tradition of culture) เช่น พวกภาษิตคำคม เพลงกล่อมเด็ก เพลงลูกทุ่ง ลิเก ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงมารุ่นแล้วรุ่นเล่า ในการวิเคราะห์นั้น โดยที่ถือว่าวัฒนธรรมเป็นผลผลิตทางสังคมที่ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็นระบบความหมายอันหนึ่ง การที่จะทราบถึงระบบความหมายนั้น เราจำเป็นต้องพิจารณาที่การปฏิบัติการออกมา การแสดงออกมา นักวิเคราะห์จึงมิได้สนใจแต่ตัวเนื้อหาวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ต้องสนใจว่า วัฒนธรรมนั้นได้รับการปฏิบัติออกมาอย่างไร เริ่มตั้งแต่มีการผลิตอย่างไร มีการปฏิบัติการดำเนินการอย่างไร มีการถ่ายทอดอย่างไร หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ของสำนักนี้จึงประกอบด้วย

(1) การวิเคราะห์สถาบันและการก่อสร้างวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่น วัฒนธรรมนั้นเกิดมาได้อย่างไร สถาบันใดเป็นตัวให้กำเนิด

(2) ด้านวัตถุธรรมในการก่อสร้างวัฒนธรรมนั้น เช่น เครื่องดนตรีที่ใช้ทำด้วยวัสดุอะไร ส่อแสดงระดับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากน้อยเพียงใด

(3) รูปแบบการปฏิบัติวัฒนธรรมที่เป็นจริง เช่น เวลาที่แม่ร้องเพลงกล่อมลูกที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทางการเมืองนั้นเป็นอย่างไร

ในการวิเคราะห์นั้นจะสนใจวิธีการที่การปฏิบัติการย่อย ๆ แต่ละอันมีความสัมพันธ์กัน มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน มีการประสานกัน เช่น ในเวลาปกติผู้หญิงทางภาคเหนือจะต้องมีความรับผิดชอบทุกอย่าง และจะมีกฎมีข้อห้ามต่าง ๆ มากมาย แต่ในเวลาสงกรานต์ก็จะมีกฎเกณฑ์อีกชุดหนึ่งที่ตรงกันข้ามกับเวลาปกติสำหรับผู้หญิงปฏิบัติ เช่น มีเพลงร้องสำหรับผู้หญิงว่าจะต้องวางหม้อวางไหวางมีดทุกอย่าง (ต้องหยุดทำงาน) ต้องกินเหล้า ต้องสนุกสนาน

(ดูตัวอย่างการวิเคราะห์พิธีกรรมที่เป็นขบถ ของปราณี วงษ์เทศ, **ศิลปวัฒนธรรม**, *5:7 พ.ศ.2527)* ปฏิบัติการย่อย ๆ เหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กับการสถาปนาสังคมโดยองค์รวมอย่างไร

ในขณะที่สำนักวัฒนธรรมนิยมนี้จะให้ความสนใจกับการปฏิบัติวัฒนธรรมที่กำลังดำเนินอยู่จริง ๆ (lived culture of particular time and place) ก็เพราะเนื้อหาทฤษฎีพื้นฐานของสำนักวัฒนธรรมนิยมที่เห็นว่า ในสังคมหนึ่ง ๆ ประกอบด้วยคนหลาย ๆ กลุ่ม ซึ่งต่างก็มีวิธีการปฏิบัติวัฒนธรรม (อาจจะเป็นวัฒนธรรมเดียวกัน) แตกต่างกันออกไป มีวิธีก่อสร้าง ดำเนินการและถ่ายทอดการปฏิบัติวัฒนธรรมแตกต่างกัน ดังนั้น ในขณะที่มีปฏิบัติการต่าง ๆ เกิดขึ้นนับไม่ถ้วนในสังคม เราจะเห็นกระบวนการเลือกสรรวัฒนธรรมบางอย่างเอาไว้ปฏิบัติ ในกรณีในประวัติศาสตร์ 2 กรณีคือ ชาวบ้านบางระจันและพระยอดเมืองขวางนั้น มีความหมายเหมือนกัน คือ ความรักชาติ แต่กรณีชาวบ้านบางระจันจะได้รับเลือกมาปฏิบัติการทางวัฒนธรรมอยู่ตลอดเวลา (มีการแสดงละคร เพลง การบวงสรวง การแสดงแสง-เสียง ฯลฯ) ส่วนกรณีของพระยอดเมืองขวางนั้นกลับสูญหายไป และในการวิเคราะห์ เราต้องดูการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมเหล่านี้เพื่อหาระบบความหมายที่อยู่ในนั้น เช่น ชาวบ้านบางระจันพ่ายแพ้เพราะอะไร ความสัมพันธ์ระหว่างการต่อสู้ของชาวบ้านบางระจันกับกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

ในชั้นหลัง R. Williams ได้ทำให้ประเด็นชัดเจนขึ้นด้วยการจำแนกประเภทของการปฏิบัติทางวัฒนธรรมออกเป็น dominant (วัฒนธรรมหลัก) residual (วัฒนธรรมที่ยังเหลือตกค้างออกมาจากอดีตที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมหลัก) emergent (วัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวเกิดขึ้นมาใหม่) ผู้ที่จะทำการศึกษาวิจัยในแนวนี้จะต้องเก็บข้อมูลภาคสนามของการปฏิบัติ

วัฒนธรรมนั้น เช่น จะต้องศึกษาดูวิธีการเล่นลิเกปัจจุบันว่า ในขณะที่ลิเกมีการปรับเปลี่ยนอะไร ๆ ไปหลาย ๆ อย่าง อะไรเป็นวัฒนธรรมหลักที่คงอยู่ อะไรเป็น residual และอะไรเป็น emergent ที่กำลังเกิดขึ้นมาใหม่ ๆ (เช่น พระเอกลิเกอาจจะจบการศึกษาจากระบบสมัยใหม่มากกว่าระบบสมัยเก่า) การไปดูไปฟังคอนเสิร์ตของวัยรุ่นสมัยใหม่ก็อาจจะถือได้ว่าเป็น emergent แบบใหม่ของการเข้าทรงก็ได้ (ลองเปรียบเทียบโดยดูภาพถ่ายก็จะเห็นความคล้ายคลึงกัน)

(2) **สำนักโครงสร้างนิยม** ดังที่ได้กล่าวถึง C.L. Strauss มาบ้างแล้วว่า เป็นผู้ริเริ่มการนำหลักเรื่องโครงสร้างที่เคยมีอยู่ในด้านภาษามาใช้ในการวิเคราะห์วัฒนธรรม *(ดูรายละเอียดใน ปริตตา เฉลิมเผ่า กออนันตกุล, การวิเคราะห์เรื่องเล่าแบบ Myth",* **สังคมศาสตร์**, *6:2 [ตุลาคม-มีนาคม 2527] มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)* จุดร่วมของโครงสร้างนิยมก็เหมือนกับสำนักวัฒนธรรมนิยมที่ไม่เชื่อเรื่องการถูกกำหนดจากเศรษฐกิจ แต่ทว่าโครงสร้างนิยมไม่เห็นด้วยกับสำนักวัฒนธรรมนิยมที่มักจะเน้นความสัมพันธ์ระหว่าง**เนื้อหา**ของการปฏิบัติการแบบต่าง ๆ เพราะโครงสร้างนิยมเห็นว่า สิ่งที่สัมพันธ์กันนั้นไม่ใช่ **เนื้อหา** (content) แต่เป็น**รูปแบบ** (form) หรือ**โครงสร้าง** (structure) ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่จะมองเห็นได้ทันที แต่ต้องทำการวิเคราะห์ลงในอีกชั้นหนึ่งเหมือนกับไวยากรณ์ที่อยู่ในภาษา

สำนักโครงสร้างนิยมได้ให้คำนิยามวัฒนธรรมเอาไว้ว่า

(1)วัฒนธรรมไม่ใช่การปฏิบัติการทางสังคมแบบที่สำนักวัฒนธรรมนิยมมองเห็น แต่วัฒนธรรมเป็นเกณฑ์ (categories) เป็นกรอบความคิดเป็นภาษาที่อยู่ในระบบคิดของมนุษย์ (ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า คำว่า "โครงสร้าง" ตามนัยของสำนักนี้หมายถึง "โครงสร้างทางความคิด" ไม่ใช่ "โครงสร้างทางสังคม") กรอบความคิดดังกล่าวทำให้มนุษย์ในแต่ละสังคมให้คำนิยามความสัมพันธ์

ต่าง ๆ รอบตัวระหว่างตัวเองกับธรรมชาติ ตัวเองกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน และตัวเองกับอำนาจสูงสุดอย่างแตกต่างกัน มนุษย์เราใช้กรอบความคิดนี้ในการจำแนกแยกแยะสภาพเงื่อนไขความเป็นจริงของตัวเอง เช่น เจ้าหญิงจะสูงกว่าหญิงชาวบ้าน เกณฑ์ที่ใช้คือความเป็นเจ้า ถ้าตกจากเจ้าหญิง (มีองค์ประกอบย่อย ๆ แสดงความเป็นเจ้า เช่น ต้องอยู่ในวัง) ไปเป็นหญิงชาวบ้าน ก็เป็นการตกชนชั้น ถ้าได้แต่งงานกับเจ้าชายก็เป็นการเลื่อนชนชั้น เกณฑ์การเลื่อนชนชั้นมาจากผู้อื่น มิใช่มาจากการเพียรพยายามของตนเอง ในการวิเคราะห์นั้น เราจะวิเคราะห์นิทานชาวบ้านหลาย ๆ เรื่อง แล้วตรวจสอบดูว่าเกณฑ์ตามโครงสร้างเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ (สูง-ต่ำ เจ้า-ไพร่ แต่งงาน-ความสามารถ)

(2) สิ่งที่โครงสร้างนิยมสนใจก็คือ เมื่อการปฏิบัติความหมายอันหนึ่ง ๆ ได้เกิดขึ้นมาแล้ว ระบบโครงสร้างนั้นได้ถูกแปรเปลี่ยนไปได้ในเนื้อหาอื่น ๆ โดยที่ยังคงรักษาความหมายเดิมโครงสร้างเดิมเอาไว้ได้อย่างไร ดังเช่นการวิเคราะห์ของ C.L. Strauss จากนิทานปรัมปรา (myth) หลาย ๆ เรื่องที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน แต่มีโครงสร้างอันเดียวกัน คือ การแปรเปลี่ยนจาก "ของดิบ" (ธรรมชาติ) ไปเป็น "ของสุก" (วัฒนธรรม) และโครงสร้างความคิดที่เขาถือว่าเป็นสากลของมนุษยชาติ ก็คือ การคิดแบบเปรียบเทียบ (analogy) ระหว่าง 2 ขั้น เช่น ขาว-ดำ สวย-น่าเกลียด สูง-ต่ำ ข้างนอก-ข้างใน

ในการวิเคราะห์เนื้อหานั้น โครงสร้างนิยมไม่ได้ให้ความสนใจความหมายของเนื้อเรื่องทั้งหมด แต่กลับพยายามค้นหาโครงสร้างหรือรูปแบบที่อยู่ภายใน ตัวอย่างเช่น ถ้าเราใช้เกณฑ์เรื่อง "ความเป็นทางโลก" และ "ความเป็นทางธรรม" มาจับดูนิทานพื้นบ้านเรื่องพญากงพญาพาน กับเรื่องโอดิปุส *(ดูรายละเอียดใน ดร.กิ่งแก้ว อัตถากร,* **คติชนวิทยา**, *หน่วยศึกษานิเทศก์,*

กรมการฝึกหัดครู, 2519, หน้า 121-129) เราจะเห็นรูปแบบการดำเนินเรื่องว่า ในขณะที่มีต้นกำเนิดเหมือนกัน ปัญหาของตัวเอกเหมือนกัน แต่เมื่อถึงขั้นค้นพบจะเริ่มแตกต่างกัน และตอนท้ายในการคลี่คลายปัญหานั้นจะมีโครงสร้างที่แตกต่างกันมาก สำหรับโครงสร้างความคิดตะวันตก เรื่องทางโลกจะแยกขาดจากเรื่องทางธรรม และต้องแก้ปัญหาทางโลกด้วยวิธีการทางโลก ในขณะที่โครงสร้างความคิดตะวันออกนั้น การแยกขาดระหว่างเรื่องทางโลกและทางธรรมนั้นมีสะพานเชื่อมโยงทอดเป็นระยะ ๆ โครงสร้างความคิดเรื่อง "การซ่อนตัว" ที่มีอยู่ในนิทานพื้นบ้านจำนวนมากของไทยก็น่าจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของเกณฑ์ "ภายนอก-ภายใน" ของไทย

ในระยะหลัง ๆ นี้ สำนักโครงสร้างนิยมได้พัฒนาวิธีการวิเคราะห์ "เนื้อหา" ออกมาอย่างมากมาย จนกลายเป็นศาสตร์ใหม่ คือ "Semiology" ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับ "สัญญะ" (sign) โดยเฉพาะ แม้แต่คำว่า "ตัวบท" (text) ก็ได้ขยายความหมายออกไปอย่างกว้างขวาง โดยที่คำว่า "ตัวบท" นั้นมิได้หมายความถึงตัวบทที่เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น แต่ "ตัวบท" หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความหมายและคุณค่าอยู่เบื้องหลังที่จะอ่านได้ เช่น Hoggart เคยสาธิตวิธีการวิเคราะห์ "วัฒนธรรมของชนชั้นกรรมาชีพในอังกฤษ" โดยถือว่าวิถีชีวิตนั้นเป็น "ตัวบท" อันหนึ่ง ในขณะที่ Semiology ให้ได้ความสนใจกับเรื่องสัญญะ (sign) และการใส่รหัส (code) ของสัญญะเหล่านั้น แต่หลักการพื้นฐานของสาขาวิชานี้ก็ยังเป็นอันเดียวกับโครงสร้างนิยม คือ มิได้สนใจเนื้อหา แต่สนใจรูปแบบและโครงสร้างที่อยู่ภายใน *(สนใจดูรายละเอียดใน กาญจนา แก้วเทพ "การนำวิธีวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร",* **นิเทศศาสตร์** *ปีที่ 9 [2530-2531], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)*

เราอาจเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสำนักวัฒนธรรมนิยมและโครงสร้างนิยม โดยดูทัศนะพื้นฐานที่ 2 สำนักมีต่อสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

วัฒนธรรมนิยม	โครงสร้างนิยม
(1) **ทัศนะต่อมนุษย์** ● เน้นมนุษย์เป็นผู้สร้างสรรค์ เป็นผู้กระทำการต่าง ๆ อย่างมีความหมาย และมีจิตสำนึก มนุษย์เป็นผู้ริเริ่ม และเป็นเจ้านายของการกระทำ ดังนั้นเวลาวิเคราะห์วัฒนธรรม เราจึงสนใจกิจกรรมที่วัฒนธรรมนั้นถูกนำมาปฏิบัติ (2) **ทัศนะต่อสังคม** ● สังคมคือผลลัพธ์ของปฏิบัติการต่าง ๆ ที่ตกตะกอนจากประวัติศาสตร์ และคนเราได้เปลี่ยนแปลงสร้างเสริมสังคมอยู่ตลอดเวลา สังคมจึงมีความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ที่เกิดจากบุคคลในแต่ละยุคสมัย (3) **จุดเน้นของการวิเคราะห์** ● เน้นการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ (diachronic) เน้นกระบวนการ ศึกษารายละเอียดของวิถีชีวิตหนึ่ง ๆ ทั้งในแง่ความหมาย คุณค่า ทั้งในกิจกรรม ศิลปสถาบัน พฤติกรรม ที่กำลังดำเนินอยู่ทุกวัน ๆ	(1) **ทัศนะต่อมนุษย์** ● มนุษย์เป็นเพียงผู้แบกรับโครงสร้างต่าง ๆ ทั้งด้านความคิดและด้านสังคม คนเราถูกกำหนดจากโครงสร้าง แม้แต่การให้ความหมาย จิตสำนึกของมนุษย์ก็ถูกกำหนดจากโครงสร้าง (2) **ทัศนะต่อสังคม** ● สังคมก็เหมือนทุกสิ่งทุกอย่างล้วนแล้วแต่มีโครงสร้างที่แน่นอน เหมือนกฎไวยากรณ์ มนุษย์ในแต่ละยุคสมัยจะเกิดขึ้นและตายไป แต่โครงสร้างสังคมจะมีความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ (3) **จุดเน้นของการวิเคราะห์** ● เน้นการวิเคราะห์ภาพรวม (synchronic) เน้นการแสวงหาโครงสร้างที่อยู่เบื้องลึก ซึ่งไม่อาจเห็นได้ โดยไม่ได้สนใจปรากฏการณ์ที่แสดงออกมาภายนอก และไม่ได้ถือว่าภายในแต่ละโครงสร้างจะมีส่วนย่อยส่วนใดเป็นตัวกำหนดหลัก ถือว่าทุกองค์ประกอบต้องขึ้นต่อกันและกัน

การศึกษาความหมายจากสำนักปรากฏการณ์นิยม

สำนักคิดที่ให้ความสนใจกับความหมายของการกระทำมากที่สุดสำนักหนึ่งคือ สำนักปรากฏการณ์นิยม การก่อตัวของสำนักนี้อาจถือได้ว่าเป็นปฏิกิริยาคัดค้านการศึกษาด้านสังคมศาสตร์ที่มุ่งหน้าแต่จะวิเคราะห์สถาบันสังคม วิเคราะห์โครงสร้างสังคม วิเคราะห์ระดับมหภาค (macro) จนหลงลืมตัวมนุษย์ในฐานะปัจเจกบุคคล ลืมว่ามนุษย์แต่ละคนมีวิธีการให้ความหมายแก่ชีวิตและโลกที่แตกต่างกัน

สำนักนี้เริ่มตั้งแต่ Husserl ที่ไม่ได้สนใจว่า ความรู้ที่คนเรามีอยู่นั้นถูกหรือผิดอย่างไร หากแต่สนใจว่าคนเราเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างไร โดยวิธีการอะไร กล่าวคือ เขาสนใจหลักวิธีคิดของคน และ Husserl เชื่อว่า เขาสามารถค้นหาความคิดที่เป็นอกาลิโกได้เช่นเดียวกับหลักของตรรกะ ต่อมา Heidegger ได้ปฏิเสธความคิดของ Husserl ว่า สัจธรรมของวิธีคิดแบบสมบูรณ์เช่นนั้นคงจะหาไม่ได้ คงจะมีแต่วิธีคิดที่เป็นจริงอย่างสัมพัทธ์ เพราะการดำรงอยู่ของมนุษย์มีภาวะชั่วคราวทั้งด้านกาละและเทศะ จุดเน้นหนักของสำนักปรากฏการณ์นิยมสำหรับหน่วยของการวิเคราะห์ก็คือ **การหันมาหาสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน** ซึ่งพวกโครงสร้างนิยมและปฏิฐานนิยมมองข้ามไป และเริ่มให้ความสนใจกับความหมายของการกระทำของบุคคล เช่น เวลาแม่ค้าขายกล้วยจะเริ่มปิ้งกล้วย จะต้องเอากล้วยผลหนึ่งใส่ลงไปในเตาไฟ การกระทำนั้นมีความหมายอะไรต่อแม่ค้าคนนั้น และจากจุดนี้เราสามารถตั้งคำถามต่าง ๆ ได้อีกมากมายเพื่อจะเชื่อมโยงระหว่างภาพมหภาคและจุลภาค

ต่อมา Schutz ได้มาสานต่อว่า การที่คนเราจะเข้าใจความหมายต่าง ๆ ได้นั้น ก็เพราะในคนแต่ละกลุ่มมีการสร้างระบบความหมายร่วมกันขึ้นมา (shared stock of commonsense knowledge) ความหมายไม่ใช่เรื่องที่คน

แต่ละคนคิดขึ้นมาเอง แต่เป็นระบบที่เราสร้างร่วมกันในแต่ละยุค แต่ละสมัย แต่ละท้องถิ่น เช่น ถ้าเราเกิดมาเป็นคนญี่ปุ่น เราต้องการจะแสดงความหมายว่าเราพอใจในรสชาติอันเอร็ดอร่อยของน้ำซุป เราก็ต้องซดซุปด้วยเสียงดัง ๆ และเนื่องจาก Schutz สนใจเรื่องความหมาย เขาจึงสนใจบรรดา sign ต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลผลิตที่มีความหมายมากที่สุดของมนุษย์ และท่ามกลาง sign ทั้งหลายนี้ ภาษาจัดเป็น sign ที่สำคัญที่สุด Schutz จึงสนใจที่จะวิเคราะห์บรรดาเรื่องเล่า นิทาน บทสนทนาในชีวิตประจำวัน ฯลฯ เขาสนใจว่า "โลกทางสังคม" ของคนเราถูกสร้างขึ้นมาด้วยคำพูดได้อย่างไร เช่น คนเราพูดว่า จะทำอะไร ทำไมพูดอย่างนั้น พูดแล้วมีความหมายว่าอะไร เขาเชื่อว่าหากคนเราเริ่มต้นจากการวิเคราะห์การกระทำของปัจเจกบุคคล เช่น หากเราเริ่มวิเคราะห์การร้องเพลง การเสริมบทพูดของแม่เพลงในการเล่นลำดัด (หรือบรรดาเพลงสองแง่สองง่ามของพุ่มพวง ดวงจันทร์) และหาว่า "ทำไม" และ "อย่างไร" ที่คนในกลุ่มผู้ฟังนั้นจึงเข้าใจความหมายร่วมได้ (เราอาจจะเริ่มจากการจัดประเภทของผู้ฟังที่เข้าถึงความหมายร่วมในระยะต่าง ๆ กัน) จากปัจเจกบุคคลเหล่านี้จะช่วยให้เราเข้าใจระบบความหมายร่วมของกลุ่มบุคคลนั้นได้

จากแนวคิดเรื่องโลกแห่งความหมายนี้ สำนักปรากฏการณ์นิยมได้ขยายเนื้อหาของทฤษฎีต่อมาอีกว่า โลกแห่งความเป็นจริงและโลกแห่งความหมายของคนนั้นขัดแย้งกันอยู่เสมอ ในโลกแห่งความคิด คนเราต้องการความมั่นคง ต้องการหลักประกัน ต้องการความสมบูรณ์พูนสุข แต่ทว่าโลกแห่งความเป็นจริงล้วนแล้วแต่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่เราต้องการชีวิตที่มีหลักประกัน แต่ชีวิตจริงล้วนแล้วแต่ต้องเผชิญกับการเกิดแก่เจ็บตาย เพราะฉะนั้น จากเนื้อหาวัฒนธรรมพื้นบ้านบางอย่าง เราจึงสามารถดูความคิดจินตนาการในโลกแห่งความหมายได้ เช่น ถ้าเราวิเคราะห์เนื้อหาของเพลง

พิษฐานในแถบสุโขทัย และตั้งเกณฑ์ที่จะค้นหาว่า อะไรบ้างเป็นปัญหาที่ชาวบ้านในยุคนั้นต้องเป็นกังวล (concern) การวิเคราะห์เพลงจะทำให้เราทราบว่า ปัญหาอะไรบ้างที่เกินความสามารถที่คนสุโขทัยจะแก้ไขได้ และต้องอธิษฐานจากแม่ย่า และเราอาจวิเคราะห์ต่อไปว่า เมื่อวันเวลาผ่านไป คำอธิษฐานอะไรบ้างที่เริ่มหายไป และอะไรที่ยังคงอยู่ วัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นแบบฉบับที่สุดในการดูความกังวลของคนไทยก็คือ หัวข้อ (item) ต่าง ๆ ที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาของแผ่นใบเซียมซีนั่นเอง

ปัจจุบันนี้สำนักปรากฏการณ์นิยมแยกออกเป็น 2 พวกใหญ่ ๆ คือ

(1) Hermeneutic พวกนี้จะสนใจวัฒนธรรมในระดับมหภาค เช่น ภาษาจะสำรวจธรรมชาติและโครงสร้างของการสื่อสาร (ทำไมเพลงพวงมาลัยต้องมีโครงสร้างการร้องเช่นนั้น) ตัวอย่างของกลุ่มนักคิดในสายนี้ก็เช่น Gadamer, Ricoeur

(2) Existential พวกนี้จะสนใจวัฒนธรรมในระดับปัจเจกบุคคล หัวข้อคำถามหลักที่ศึกษาคือ วัฒนธรรมนั้นซึมซาบ (internalized) เข้าไปในตัวบุคคลได้อย่างไร ตัวอย่างกลุ่มนักคิดในสายนี้ก็เช่น Schutz, Berger เป็นต้น

การวิเคราะห์โครงสร้างอำนาจในวัฒนธรรมพื้นบ้าน

สำหรับผู้ที่สนใจลักษณะทางการเมืองของวัฒนธรรมประชาชนในที่นี้นั้น จะนำเสนอ Antonio Gramsci ผู้เป็นทั้งนักปราชญ์ นักคิด และนักปฏิบัติกิจกรรมชาวอิตาเลียน ผู้ได้ผ่านการใช้ชีวิตคลุกคลีกับชาวบ้านทั้งที่เป็นกรรมกรและชาวนา นอกจากนั้น สภาพสังคมอิตาลีที่มีรากฐานประวัติศาสตร์วัฒนธรรมอันหนาแน่นยาวนาน ก็นับว่าเป็นเนื้อนาดินอันอุดมที่ปลูกเพาะเมล็ดพืชแห่งความสนใจของ Gramsci ให้งอกงาม

ความสนใจในมิติทางการเมืองที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมพื้นบ้านของประชาชน จากทัศนะของ Gramsci มีอยู่ 3 นัยด้วยกันคือ

(1) Gramsci มองว่า วัฒนธรรมเป็นการจัดตั้งวินัยภายในตัวของบุคคลเอง ที่เราเรียกว่า บุคลิกภาพ (มีสาขาหนึ่งของวิชามานุษยวิทยาที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการก่อตัวทางบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลกับโครงสร้างทางวัฒนธรรม) ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นวิธีการที่คนเราจะเข้าใจคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของตน (กรณีที่เห็นชัดเจนคือ การที่คนเผ่าอะข่าสามารถท่องชื่อบรรพบุรุษของตนได้นับเป็นสิบ ๆ ชั่วคน) เข้าใจความหมายชีวิต (คำถามหลักของพุทธศาสนาคือ เกิดมาทำไม) รวมทั้งเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตน การจัดตั้งวินัยในตนเองนี้มิได้เกิดตามใจปรารถนาของคนแต่ละคน แต่เกิดมาจากการสั่งสมทางประวัติศาสตร์ ในการวิเคราะห์นั้น Gramsci เสนอให้ดูว่าองค์กรทางวัฒนธรรมรูปแบบไหนทำการจัดตั้งวิจัยของปัจเจกบุคคลในด้านใด (เรื่องเพศ ความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียว การทำมาหากิน) และสำรวจว่าองค์กรเหล่านั้นทำงานในภาคปฏิบัติได้อย่างไร

(2) Gramsci มีทัศนะพื้นฐานต่อสังคมว่า สังคมประกอบด้วยกลุ่มคนที่แยกกันเป็นกลุ่ม เป็นชนชั้น เป็นก๊ก เป็นเหล่า ในแต่ละกลุ่มนี้ต่างก็มีความสัมพันธ์ทางสังคมในเชิงผลประโยชน์ที่จะแสวงหาและรักษาไว้สำหรับกลุ่มตนให้มากที่สุด กลไกที่จะแสวงหาผลประโยชน์นั้น ด้านหนึ่งอาจจะใช้การบังคับ การปราบปราม การใช้ความรุนแรง แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มที่เป็นชนชั้นนำในการปกครองสังคม (dominant class) จะพยายามใช้วิธีทำให้คนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมสมยอมคล้อยตาม ยอมรับเอาความคิดของตน (dominant ideology) ไปตามความคิดของคนทุก ๆ กลุ่ม เช่น ทั้งคนรวย คนฐานะปานกลาง คนยากจน ต่างก็ยอมรับอุดมการหลักร่วมกันว่า "มือใครยาวสาวได้สาว

เอา" ความคิดดังกล่าวเป็นความคิดของคนทุกกลุ่ม ทั้งที่มีมือยาว มือปานกลาง และมือสั้น ทั้งที่ความคิดดังกล่าวให้ประโยชน์แก่กลุ่มคนที่มือยาวเท่านั้น และในปริมณฑลของวัฒนธรรมนี้เอง ที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือถ่ายทอดความคิดและอุดมการณ์หลักเหล่านี้ (เช่น ในกรณีของวัฒนธรรมหลวง) กระบวนการครอบงำความคิดของคนกลุ่มอื่น ๆ ได้นี้ Gramsci บัญญัติศัพท์เรียกว่า "การครอบครองความเป็นเจ้าทางแนวคิด" (hegemony) และกระบวนการนี้จะถูกใช้อยู่ตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันทุกวันมากกว่าการใช้กำลังควบคุม เนื้อหาความคิดหลักนั้นจะมีทั้งด้านภูมิปัญญา (wisdom) (การบอกว่าอะไรจริง ไม่จริง อะไรถูก อะไรผิด) ด้านภูมิธรรม (อะไรดี อะไรชั่ว) และจะบอกทั้งสิ่งที่ควรจะเป็นเป้าหมาย รวมทั้งกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นเอาไว้ด้วย

(3) อย่างไรก็ตาม Gramsci มองว่า เท่าที่ผ่านมาในประวัติศาสตร์ ในทุกสังคมยังไม่เคยปรากฏว่า แนวความคิดหลักจะสามารถทำงานได้ผลอย่างเต็มที่โดยปราศจากความคิดของคนกลุ่มอื่น ๆ จากประสบการณ์ชีวิตของ Gramsci เองที่เข้าร่วมพรรคสังคมนิยมของอิตาลีในการเปลี่ยนแปลงสังคม ระยะเริ่มแรก Gramsci คิดว่า ความคิดและวัฒนธรรมแบบสังคมนิยมของกลุ่มคนงานเท่านั้นที่เป็นความคิดที่คัดค้านแนวคิดที่เอารัดเอาเปรียบ ไม่เคารพศักดิ์ศรีของมนุษย์ในระบบทุนนิยม แต่ต่อมา Gramsci ก็ได้พบว่า ในวัฒนธรรมของชาวนาจะมีสิ่งที่เรียกว่า "สามัญสำนึก" (common sense) ที่เป็นทั้งคติชาวบ้าน (folklore) ภูมิรู้ของประชาชน (popular wisdom) ปรัชญาแบบชาวบ้าน (folkloric philosophy) สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อจิตใจของประชาชนอย่างลึกซึ้ง แม้ว่า "สามัญสำนึก" ดังกล่าวจะมีลักษณะขาดตอนกระท่อนกระแท่น ไม่เป็นระบบ ไม่มีลักษณะทางการเมืองอย่างชัดเจนก็ตาม

แต่ทว่า วัฒนธรรมพื้นบ้านเหล่านี้ก็มีความทนทานเหนียวแน่น ทั้งที่มีความพยายามที่จะใช้การสอนภาษาทางการในโรงเรียน และมีกระบวนการทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะทำลายวัฒนธรรมประชาชนเหล่านี้ แต่ก็ปรากฏว่าล้มเหลว จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ Gramsci เริ่มทำการวิเคราะห์นิทานพื้นบ้านหลายเรื่องอย่างจริงจัง เพื่อมองหาทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน เช่น นิทานพื้นบ้านเรื่อง "สามทหารเสือ" (The Three Musketeers) ที่ในเนื้อหายังแฝงแนวคิดเรื่องการผจญภัยอย่างสุ่มเสี่ยง หรือการหนีอย่างไม่ค่อยจะจำแนกแยกแยะ (indiscriminate escapism) อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ได้ศึกษาอย่างจริงจังแล้ว Gramsci ผู้ที่เคยเชื่อมั่นในวัฒนธรรมแบบสังคมนิยมในอนาคตที่จะมาจากชนชั้นคนงาน และเคยดูแคลนวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มาจากชนชั้นชาวนา ก็จำเป็นต้องสรุปว่า ในการก้าวไปสู่สังคมใหม่ในอนาคตนั้น วัฒนธรรมของชนชั้นชาวนาซึ่งรวมทั้งภูมิรู้และภูมิธรรมนั้น ต้องเป็นจุดเริ่มต้นจุดหนึ่งที่นักเปลี่ยนแปลงสังคมจะมองข้ามไปไม่ได้ แต่เนื่องจากในวัฒนธรรมพื้นบ้านมีหลายสิ่งหลายอย่างที่ปะปนกัน ทั้งอิทธิพลจากอดีตและจากปัจจุบัน เราจึงไม่ต้องมองวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบโรแมนติก ว่ามีความดีงามสมบูรณ์ทุกอย่าง แต่ต้องพิจารณาทั้งจุดอ่อนและจุดแข็งดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ทว่า Gramsci ก็ยืนยันว่า วัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นแหล่งรวมของอุดมการณ์ที่ต่อต้านคัดค้านอุดมการณ์หลักมาตลอดยุคสมัยของประวัติศาสตร์ *(ดูรายละเอียดใน กาญจนา แก้วเทพ "วิเคราะห์วัฒนธรรมพื้นบ้าน", **สังคมพัฒนา** ฉบับที่ 3/2528)*

การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับสังคม

G. Vico นักปรัชญาชาวอิตาเลียนในศตวรรษที่ 18 ดูเหมือนจะเป็นคน

แรกที่เริ่มกล่าวอย่างจริงจังว่า ความคิดและจิตใจของมนุษย์ได้รับการหล่อหลอม ปรับเปลี่ยน (modified) จากพัฒนาการของสังคม เพราะฉะนั้นหากจะทำการศึกษารูปแบบของวัฒนธรรม (ซึ่งเป็นการตกผลึกของความคิดและจิตใจในคนของสังคม) ก็ต้องทำโดยการวิเคราะห์สังคม แนวทางของการศึกษาก็คือ ต้องศึกษา**สถาบันเศรษฐกิจและสังคมของวัฒนธรรม** ต้องศึกษา**เนื้อหา** และท้ายที่สุดต้องศึกษา**ผลที่เกิดขึ้น**จากวัฒนธรรมนั้น ตัวอย่างเช่น การศึกษาศิลปะพื้นบ้าน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการผลิต มีการค้าขาย มีการเมือง มีการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวอยู่ภายในนั้น

ในที่นี้จะลองประมวลความคิดเห็นของนักคิดท่านต่าง ๆ ที่ได้พยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม (ระบบความคิด ระบบการปฏิบัติ) กับสังคม (โครงสร้าง สถาบัน) ดังนี้

(1) **การอธิบายในแง่สาเหตุและผลลัพธ์** (cause-effect relationship) การอธิบายในลักษณะนี้จะมีลักษณะทางประวัติศาสตร์ไปโดยปริยาย เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนจะถูกถือว่าเป็นสาเหตุ ทำให้เกิดผลลัพธ์ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาทีหลัง ปัจจุบันการอธิบายแบบสาเหตุและผลลัพธ์ได้พัฒนาแตกแยกออกมาอีกหลายแบบ เช่น

Monocause: เป็นความเชื่อที่ว่า มีสาเหตุอันหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดหรือก่อให้เกิดเหตุการณ์อันหนึ่ง วิธีคิดเช่นนี้พบได้มากในวิธีคิดแบบโบราณ เช่น เพราะปลาอานนท์พลิกตัวทำให้เกิดแผ่นดินไหว

Multicause: เป็นความเชื่อที่ว่า มีสาเหตุหลายอย่างที่เป็นตัวกำหนดหรือก่อให้เกิดเหตุการณ์อย่างหนึ่ง

Multicause x condition: ในขณะที่สองข้อแรกนั้นอธิบายการเกิดขึ้นของผลลัพธ์โดยไม่ได้ระบุว่า "ผลลัพธ์นั้นจะเกิดขึ้นได้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข

อะไรบ้าง" แต่คำอธิบายที่สามนี้ นอกจากจะเห็นว่าเหตุการณ์หนึ่ง ๆ เกิดมาจากหลายสาเหตุทำงานร่วมกันแล้ว ยังระบุไว้อีกว่า จะต้องมีเงื่อนไขพิเศษเฉพาะอย่างหนึ่งเท่านั้น (เราอาจนำกรอบความคิดทั้งสามแบบนี้ไปเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาของนิทานพื้นบ้านไทยเพื่อสำรวจวิธีการอธิบายสาเหตุและผลลัพธ์ของคนไทยก็ได้)

แม้ว่าจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน แต่จุดร่วมของการอธิบายในแง่สาเหตุและผลลัพธ์ก็คือ ความเชื่อในเรื่องการกำหนด (Determinism) กล่าวคือ สาเหตุเป็นตัวกำหนดให้เกิดผลลัพธ์ จุดร่วมดังกล่าวจะทำให้แตกต่างไปจากวิธีการอธิบายแบบอื่น ๆ

(2) **การอธิบายแบบหน้าที่-โครงสร้างนิยม** สำนักนี้จะไม่สนใจในแง่สาเหตุและผลลัพธ์ กล่าวคือ ไม่สนใจใสแง่มิติของกาลเวลาและประวัติศาสตร์ แต่จะทำการวิเคราะห์แบบภาคตัดขวาง คือดูที่ระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ตัวแปรย่อย ๆ (parts) นั้นต่างทำงานประสานพึ่งพากันเพื่อให้ระบบใหญ่ทั้งระบบ (whole) ดำรงอยู่อย่างสืบต่อเนื่องได้อย่างไร และในกรณีที่เกิดข้อขัดข้องทางเทคนิคขึ้นที่จุดใดจุดหนึ่ง หรือกรณีที่มีสิ่งแปลกปลอมจากนอกระบบเข้ามา ตัวแปรย่อย ๆ ทั้งหมดได้พากันปรับตัวเพื่อธำรงรักษาระบบใหญ่ ๆ ไว้ได้อย่างไร

(3) **การอธิบายแบบโครงสร้างนิยมในความหมาย** C.L. Strauss กลุ่มนี้สนใจที่จะสาธิตว่า สถาบันทางวัฒนธรรมเฉพาะๆ บางอย่างที่ยังหลงเหลือให้เราสังเกตเห็นได้ในปัจจุบันนั้น เป็นเพียงหนึ่งในบรรดาหลาย ๆ อย่าง ซึ่งสถาบันที่หลงเหลืออยู่นี้อาจจะเกิดมาจากการรวมตัวกันใหม่ หรือการดัดแปลงให้ผิดเพี้ยนไป (a set of possible permutations and combinations) เราจะเห็นชัดเจนขึ้นเวลาที่เราศึกษาเปรียบเทียบกับสังคมอื่น ๆ ซึ่งอาจจะเลือกเอาการรวมตัวหรือการผ่าเหล่าในรูปแบบอื่น ๆ ไปใช้

(4) การอธิบายแบบ M. Foucault Foucault สนใจความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับสังคมในลักษณะที่ว่า การก่อตัวของวัฒนธรรมอย่างหนึ่งเช่น ความคิดเกี่ยวกับเรื่อง "ความบ้า" ตั้งแต่เริ่มต้นศตวรรษมาจนถึงศตวรรษที่ 19 ผู้คนในสังคมตะวันตกมีความคิดต่อ "ความบ้า" ในลักษณะหนึ่ง จนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 19 ความคิดเกี่ยวกับ "ความบ้า" ได้ถูกทำให้กลายเป็นเรื่องของโรคจิตชนิดหนึ่งที่สามารถอธิบายได้อย่างมีเหตุมีผล และได้มีการกำหนดพฤติกรรมหลาย ๆ อย่างที่ตีตราไว้ว่า "อย่างนี้เรียกว่าบ้า" "อย่างนี้ไม่ใช่บ้า" Foucault สนใจว่า ความเข้าใจดังกล่าวได้ถูกทำให้ตรงกันทั่วทั้งสังคมได้อย่างไร และได้ทำการแปรรูป (transformation) โดยผ่านการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ในครอบครัว (มีส่วนเกี่ยวข้องกับความบ้าอย่างไร) ที่ทำงาน กลุ่มเฉพาะกิจ ชุมชน ศาสนา โรงพยาบาล นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ นักวิเคราะห์มีหน้าที่ย้อนกลับไปดูแล้วดูอีกตามระดับต่าง ๆ ของวัฒนธรรม ทั้งจุลภาคและมหภาค เพื่อหาว่าอะไรเป็นกฎของการก่อตัวนั้น และได้ผ่านการทำงานของสถาบัน ปฏิบัติการ และวิธีคิดในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ ได้อย่างไร ในรูปแบบไหนบ้าง (ความคิดเกี่ยวกับเรื่อง "ผี" ของคนไทยก็ควรได้รับการศึกษาด้วยวิธีนี้เช่นกัน)

(5) การอธิบายแบบ Structure of Feeling ของ R. Williams และ Genetic Structuralism ของ L. Goldmann แนวคิดของทั้งสองท่านนี้มีส่วนคล้ายคลึงกันในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม (โดยเฉพาะ Goldmann สนในการวิเคราะห์วรรณกรรมเป็นพิเศษ) กับสังคม จุดหลักของการวิเคราะห์ของทั้งสองท่านนี้มีอยู่ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างวรรณกรรมหรือวัฒนธรรมกับสังคมนั้น มิใช่ความสัมพันธ์ใน**ระดับเนื้อหา** กล่าวคือ มิใช่ว่าถ้าความเป็นจริงในสังคมเป็นอย่างไร เนื้อหาในวรรณกรรมจะเป็นอย่างนั้น

ยกตัวอย่างรูปธรรมในปัจจุบัน เช่น ถ้าละครโทรทัศน์แสดงให้เห็นว่า นางเอกในเรื่องได้พยายามรักษาพรหมจารีของเธอ ก็มิได้เป็นเครื่องสะท้อนว่าผู้หญิงไทยปัจจุบันยังคงมีความพยายามเช่นนางเอกในละครนั้น

เนื่องจากทั้ง Williams และ Goldmann สังกัดอยู่ในกลุ่มที่มองว่า สังคมประกอบด้วยปฏิบัติการต่าง ๆ (ปฏิบัติการนี้มิใช่ปฏิบัติการของใครคนใดคนหนึ่ง และมิใช่ปฏิบัติการดำเนินไปได้อย่างโดด ๆ แต่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างปฏิบัติการต่าง ๆ) **เนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์จึงมิใช่ตัวปฏิบัติการทางสังคม หากแต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปฏิบัติการนั้น** ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีลักษณะซับซ้อน ในการวิเคราะห์จึงต้องเริ่มต้นด้วยการหา pattern ของความสัมพันธ์ที่ปรากฏในปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ เช่น ศิลปะ การค้า การเมือง ดนตรี การผลิต จากนั้น จาก pattern ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ ของประวัติศาสตร์ เราก็จะสรุปรวบยอดเพื่อหาโครงสร้างของความสัมพันธ์นั้น

ดังนั้น ย้อนกลับไปที่ตัวอย่างของความสัมพันธ์ระหว่างวรรณกรรมกับสังคม ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เราไม่ได้สนใจว่าเนื้อหาของวรรณกรรมสัมพันธ์กับเนื้อหาของความเป็นไปของสังคมอย่างไร แต่รูปแบบความสัมพันธ์ที่เราสนใจก็คือ **โครงสร้างทางความคิดของสังคม**ในปัจจุบันที่มีต่อเรื่องพรหมจารี คนในสังคมให้คุณค่ากับอะไร ทั้ง ๆ ที่หญิงไทยขาดเงื่อนไขอย่างมากที่จะรักษาพรหมจารี ทำไมความคิดเรื่องพรหมจารียังมีอยู่ ความคิดเรื่องพรหมจารีสัมพันธ์กับการค้าโสเภณี การเปิดบริสุทธิ์อย่างไร ฯลฯ Williams เห็นว่าบรรดาโครงสร้างหลัก ๆ ของความคิดที่มีอยู่ในสังคมโดยส่วนรวม ที่แสดงออกมาเป็นจิตสำนึกของคนกลุ่มหนึ่ง ๆ บวกผสมกับโลกแห่งจินตนาการที่สร้างโดยกลุ่มผู้ประพันธ์นี้ เรียกว่า Structure of Feeling ซึ่งมีลักษณะเป็น

วัฒนธรรมเฉพาะของคนแต่ละกลุ่มในแต่ละกาลเวลา เมื่อคนรุ่นหนึ่งเปลี่ยนไปเป็นคนรุ่นต่อไป ความคิดต่อเรื่องเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย กล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลง Structure of Feeling และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างดังกล่าวไปตามยุคสมัยประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่ Goldmann เรียกว่า genetic Structuralism*

*__ที่มา__: เอกสาร "พื้นบ้านพื้นเมือง, ถิ่นไทยทักษิณ", สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา, 2534.

เอกสารประกอบการค้นคว้า

A. Gramsci, **Selections from Cultural Writings,** London: Lawrence and Wishart, 1985.

T. Bennett, G. Martin, C. Mercer & J. Woolacott (eds.), **Culture, Ideology and Social Process, London: The Open University, 1989.**

R. Wuthnow et al (eds.), **Cultural Analysis,** Boston: Routledge and Kegan Paul, 1984.

การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้าน

ทัศนะเบื้องต้น

ข้อสังเกตเบื้องต้นในการศึกษาเรื่อง "สื่อพื้นบ้าน" ของนักนิเทศศาสตร์

ในบรรยากาศของสังคมไทยนั้น หากมีการเรียนการสอนวิชา "สื่อพื้นบ้าน" อันครอบคลุมถึงเรื่องนิทานพื้นบ้าน คำพังเพย สุภาษิต ปริศนา คำทาย ไปจนกระทั่งเรื่องการแสดงหมอลำ ลิเก โนรา เพลงลูกทุ่ง ฯลฯ แก่นักศึกษาแผนกวิชาภาษาไทย มานุษยวิทยา คติชนวิทยา โบราณคดี ก็อาจจะฟังดูสมน้ำสมเนื้อเข้าเรื่องเข้าราวกันดี แต่ถ้าหากจัดสอนวิชาเหล่านี้แก่นักศึกษาสาขา "นิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน" บรรยากาศของเรื่องก็อาจจะไม่ค่อยคลุกเคล้าเป็นเนื้อเดียวกันเท่าใดนัก

ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากวิธีการให้คำนิยามของคำว่า "สื่อสารมวลชน" ที่มักจะนำเอาลักษณะของ "สื่อสมัยใหม่" เครื่องมือและอุปกรณ์สมัยใหม่ (ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม) มาเป็นเกณฑ์ (category) ที่สำคัญในการนิยามตัวเอง (define, identify) ดังนั้น ทัศนะในการพิจารณา "สื่อพื้นบ้าน" และ "สื่อสารมวลชน" ที่ใช้**เครื่องมือ**เป็นเกณฑ์แบ่ง จึงโน้มนำไปสู่การมองเห็น**ความแตกต่าง** (difference) ระหว่างทั้งสองประเภทเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะมุ่งมองความแตกต่างระหว่างสื่อทั้งสองประเภทเพียงใดก็ตาม เราก็ไม่อาจจะหลีกหนีความจริงได้ว่า สื่อทั้งสองประเภทนั้นมีจุดร่วมกันตรงคำว่า "สื่อ" อยู่ดี ดังนั้น ทิศทาง (orientation) ของข้อเขียนชิ้นนี้จึง

พยายามมองทั้งจุดร่วมและจุดต่างของสื่อทั้งสองประเภทให้สมดุลกัน ทั้งนี้ โดยเฉพาะการพิจารณา "จุดร่วมหรือข้อเหมือน" (similarity) ของสื่อทั้งสองประเภทนั้นจะช่วยอำนวยความสะดวกในขั้นของการวิเคราะห์ว่า อะไรที่ใช้ได้กับสื่อสารมวลชน สิ่งนั้นย่อมสามารถใช้ได้กับสื่อพื้นบ้านด้วย

ในการพิจารณา "ข้อเหมือน" ระหว่างสื่อทั้งสองประเภท มีข้อเตือนใจ 2-3 ข้อที่น่าสังเกตดังนี้

(1) เป็นความคิดที่ถูกต้องหรือไม่ที่ในแวดวงการศึกษาสื่อสารมวลชนจะละเลยหรือไม่ใส่ใจการศึกษาสื่อพื้นบ้าน การตอบคำถามดังกล่าวคงจำเป็นต้องทบทวนข้อเท็จจริงที่ผ่านมาในประวัติศาสตร์ว่า สื่อสารมวลชนนั้นเป็นสถาบันที่เพิ่งเกิดมาใหม่ในชั่วระยะเวลาไม่กี่ศตวรรษมานี้เอง และก่อนหน้าที่จะมีสื่อสารมวลชนนั้น สื่อพื้นบ้านได้ก่อตัวมาก่อนเป็นเวลานานนับหลายศตวรรษแล้ว (ตั้งแต่สื่อสารมวลชนยังเป็นวุ้นอยู่)

เมื่อมีการก่อตัวและขยายตัวของสื่อมวลชนขึ้นมาใหม่บนพื้นที่ "มวลชนเดิม" ย่อมหมายความว่า สื่อมวลชนนั้นได้เบียดแทรกเข้าไปแทนที่ที่ของสื่อพื้นบ้านแบบเดิม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เป็นที่รับรู้กันอย่างง่ายดายและกว้างขวางว่า เมื่อมีโทรทัศน์เข้ามา ผู้คนก็ไม่สนใจจะไปฟังค่าวซอกันอีกแล้ว นี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างค่อนข้างเป็นธรรมชาติ

หากว่าปรากฏการณ์ของการเบียดตัวเข้าแทรก (substitution) ของสื่อมวลชนเพื่อแทนที่สื่อพื้นบ้านนั้นเป็นไปอย่างสมบูรณ์ จะเกิดปัญหาอะไรบ้างกับสถาบันการสื่อสารของสังคม หรือจะเกิดอะไรกับสังคมโดยส่วนรวม ยังเป็นคำถามที่เปิดทิ้งไว้ให้อภิปรายถกเถียงกัน คำถามดังกล่าวจะนำไปสู่คำถามใหม่ ๆ ต่อไป เช่น มีความจำเป็นอย่างไรที่จะต้องรักษา "ที่ทาง" เอาไว้ให้กับสื่อพื้นบ้าน และหากมีความต้องการที่จะทำนั้น จะทำได้อย่างไร

(2) ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนนั้น ถ้าเราแยกกันโดย**รูปแบบ**แล้ว อาจจะเห็นว่าสามารถแยกกันได้โดยชัดเจน แต่ถ้าเราจะแยกจากกันโดย **เนื้อหา** อาจจะเริ่มพบว่าแยกจากกันไม่ได้ง่ายนัก และหากแยกกันโดย **"กระแสสำนึก"** (stream of consciousness) อาจจะพบว่า เกือบจะแยกกันไม่ได้เลย ทั้งนี้เพราะกระแสสำนึกที่มีอยู่ในสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนนั้นต่างเป็นสายธารกระแสเดียวกัน

ผู้ที่ศึกษาสื่อพื้นบ้านและสื่อสารมวลชนหลายท่านได้ยกตัวอย่างประกอบคำกล่าวข้างต้น เช่น นักวิชาการบางท่านกล่าวว่า คนไทยดูหนังไทยหรือดูละครโทรทัศน์ในแบบเดียวกับที่ดูลิเก กล่าวคือ อยากเห็นความสวยงามของเครื่องแต่งกาย อยากเอาใจช่วยนางเอกที่ถูกกลั่นแกล้ง อยากให้ความอดทนและการทดสอบความดีเป็นวิธีการได้มาซึ่งชัยชนะ ผู้เขียนเองก็เคยได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับสำนึกที่แสดงออกในเค้าโครงเรื่องอันคล้ายคลึงกันระหว่างนิทานพื้นบ้านกับนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ เช่น ตัวนาง 2 ตัวในเรื่องปลาบู่ทองกับจำเลยรัก เป็นต้น

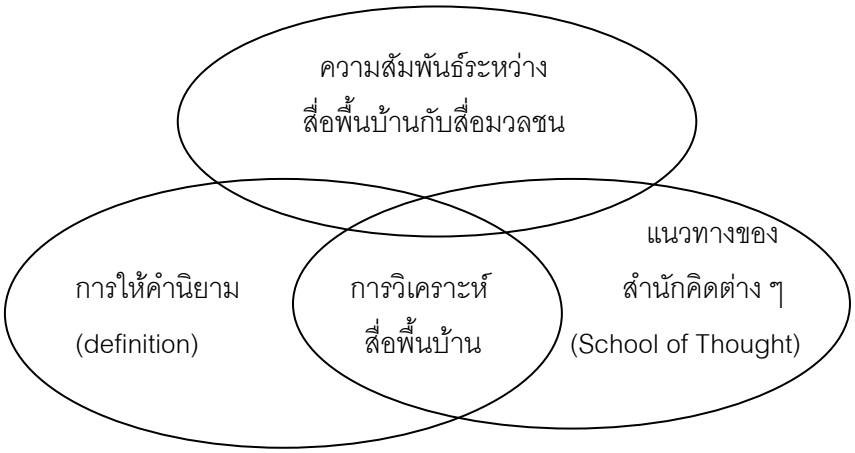
(3) สำหรับการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านหรือสื่อพื้นบ้านในแวดวงวิชาการนั้น ในโลกวิชาการตะวันตก Hidetoshi Kato[1] ตั้งข้อสังเกตว่า นักวิชาการจากแต่ละสาขา ไม่ว่าจะเป็นนักสังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ ยังไม่ค่อยสนใจศึกษาสื่อพื้นบ้านเท่าใดนัก และ Kato ได้เสนอแนวทางว่า ในการศึกษาสื่อพื้นบ้านนั้น ควรจะใช้แนวทางแบบสหวิทยาการ (interdisciplinary)

ในแวดวงของสังคมไทย ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา[2] ตั้งข้อสังเกตว่า การศึกษาเรื่องวัฒนธรรมพื้นบ้านและสื่อพื้นบ้านยังอยู่ในแวดวงของนักภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย) นักวรรณกรรมท้องถิ่น นักคติชนวิทยา และนัก

มนุษยวิทยาเป็นส่วนใหญ่ สถานภาพของการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้านจึงยังคงอยู่ในระดับการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเอาไว้ อาจจะมีการวิเคราะห์บ้างเล็กน้อย แต่ยังไม่สามารถเชื่อมโยงกับโครงสร้างของสังคมได้

จากบรรยากาศของวงการนิเทศศาสตร์ในโลกตะวันตก Kato[3] ตั้งข้อสังเกตว่า นักนิเทศศาสตร์รุ่นปี 1960 เริ่มมีความสนใจเรื่องวัฒนธรรมพื้นบ้าน สื่อพื้นบ้าน หรือที่เรียกว่า "วัฒนธรรมประชาชน" (popular culture) อยู่ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากการระบุบทบาทหน้าที่สำคัญส่วนหนึ่งของสื่อมวลชน ก็คือ การถ่ายทอดวัฒนธรรมของประชาชน ซึ่งย่อมหมายความว่าจะต้องผนวกเอาวัฒนธรรมที่เคยมีอยู่ของประชาชนเข้ามาไว้ในสื่อมวลชนด้วย Kato ได้ยกตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการฟังวิทยุของ P. Lazarsfeld ว่า ในขณะที่มีความคาดหวังจากฝ่ายผู้ส่งว่า จะใช้รายการวิทยุเพื่อเป้าหมายด้านการให้การศึกษาแก่ประชาชน แต่กลับปรากฏว่าประชาชนกลับให้ความสนใจที่จะใช้วิทยุเพื่อสร้างความบันเทิงมากกว่า นี้อาจจะเป็นเพราะการรับรู้ในการใช้สื่อเสียงเพลงตามแบบพื้นบ้านนั้นย่อมเป็นไปเพื่อความบันเทิง ไม่ใช่การศึกษาเรียนรู้ เป็นเช่นนี้หรือไม่

(4) สำหรับคำถามหลักที่จะใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านนั้น จะเกี่ยวโยงอยู่กับแนวคิดหลัก 3 แนวคิดคือ แนวคิดแรก ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนว่าเป็นไปในลักษณะใด แนวคิดที่สองว่าด้วยปัญหาและความสำคัญของการให้คำนิยาม (definition) ที่จะเป็นตัวกำหนดวัตถุดิบ (material) ที่จะใช้ศึกษา และแนวคิดสุดท้าย คือ สำนักคิดที่อยู่เบื้องหลังการวิเคราะห์ และทำหน้าที่เป็นแผนที่กำหนดเส้นทางของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวคิดทั้งสาม สามารถแสดงได้ดังภาพดังนี้



ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน

มีวิธีคิดอยู่ 3 แบบ ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน วิธีแรกคือ สื่อทั้งสองประเภทไม่มีความเกี่ยวข้องกัน วิธีที่สอง ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองต้องขัดแย้งกัน (contradictory) และวิธีที่สาม สื่อทั้งสองประเภทสามารถจะส่งเสริมกันและกันได้ (complementary)

(ก) วิธีคิดแรก คือ แนวความคิดที่ว่า สื่อทั้งสองประเภทนั้นต่างพัฒนา (หรือสูญสลาย) ไปตามเส้นทางของตัวเองแบบ "ทางใครทางมัน" และแน่นอนว่า หากใช้วิธีคิดเช่นนี้ ผลลัพธ์ย่อมปรากฏว่า ฝ่ายที่จะพัฒนาขยายตัวมากยิ่งขึ้นคือสื่อมวลชน และฝ่ายที่จะล้มหายตายจากไปก็คือ ฝ่ายสื่อพื้นบ้านอย่างไม่ต้องสงสัย เพราะปรากฏการณ์ในความเป็นจริงที่ผ่านมาได้บ่งบอกเช่นนั้น (เช่น เพลงสงข้าว การเล่านิทาน เหล่านี้คนรุ่นใหม่ไม่รู้จักเพราะไม่มีการแสดงแล้ว) หรืออาจจะมีสื่อพื้นบ้านหลายชนิดที่อยู่ในอาการ "ถึงไม่ตาย แต่ก็เลี้ยงไม่

โต" เช่น การแสดงค่าวซอ เป็นต้น

วิธีคิดวิธีแรกนี้เป็นแนวคิดที่ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เพราะอันที่จริงเราไม่สามารถจะแยกสื่อทั้งสองประเภทออกจากกันได้โดยเด็ดขาด ดังเหตุผลบางประการที่ได้กล่าวมาข้างต้นในเรื่อง "กระแสสำนึก" นอกจากนั้นเนื่องจากสื่อทั้งสองต่างก็มีกลุ่มเป้าหมายที่เหลื่อมล้ำกันอยู่ ผู้คนที่หลุดออกจากการเสพย์สื่อพื้นบ้าน ก็จะหันเข้ามาหาสื่อมวลชน (เช่น เด็ก ๆ ที่เลิกเล่นรีรีข้าวสาร ก็หันมาเล่นเกมกด เป็นต้น)

หลายกรณีเราจะเห็นว่า สื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชนได้มีความสัมพันธ์กันโดยธรรมชาติ เช่น เนื้อหาเรื่องราวของสื่อพื้นบ้านได้มาปรากฏเป็นเนื้อหาข่าวสื่อมวลชน เช่น การถ่ายทอดการแข่งขันประกวดร้องเพลงกล่อมลูก หรือรายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย ในส่วนของสื่อพื้นบ้านนั้นสื่อบางประเภท เช่น หมอลำ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการปรับเปลี่ยน เมื่อต้องการธำรงรักษาตัวเองให้คงอยู่ต่อไป ก็ได้หันมาหยิบยืมรูปแบบของสื่อมวลชนไปรับใช้ เช่น การจับหมอลำมาใส่ตลับเทปเพลง ทำให้สื่อพื้นบ้านประเภทนี้สามารถคงอยู่และเผยแพร่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

(ข) วิธีคิดแบบที่สองนั้นวางอยู่บนหลักการที่เรียกว่า "Zero sum game" กล่าวคือ ถ้ามีฝ่ายใดได้มากขึ้น อีกฝ่ายหนึ่งก็ต้องได้น้อยลง ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนจึงขัดแย้งกัน แบบชนิด "ใครใหญ่ใครอยู่" "ไม่ใครก็ใครต้องตายกันไปข้างหนึ่ง" และมีรายงานการวิจัยจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า ข้างของใครที่ต้องตาย เช่น งานของจิตตนา หนูณะ[4] ที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อสื่อมวลชนสมัยใหม่ก้าวเข้าไปถึงท้องถิ่นที่เคยมีการเล่นรองเง็งอยู่ การละเล่นพื้นบ้านนี้ก็ต้องค่อย ๆ ถอยหลีกทางให้คลื่นลูกใหม่เข้ามาแทนที่ ปรากฏการณ์จำนวนมากที่เกิดขึ้นในสังคมมีแนวโน้มจะ

ชักชวนให้เราเชื่อวิธีคิดเช่นนี้เป็นหลัก

(ค) วิธีคิดแบบที่สาม มีลักษณะปฏิเสธหลักการของแบบที่สอง และเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองประเภทนั้น นอกจากไม่จำเป็นจะต้องขัดแย้งกันแล้ว ยังสามารถจะส่งเสริมซึ่งกันและกันได้อีก ทั้งนี้ โดยที่นักคิดในสายนี้ (เช่น คุณสุจิตต์ วงษ์เทศ คุณเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ อาจารย์สุกรี เจริญสุข ฯลฯ) ได้เห็นตัวอย่างจากประสบการณ์จริงว่า สื่อพื้นบ้านชนิดใดที่สามารถจะปรับตัวและสามารถมาประสานใช้สื่อมวลชนได้ ก็สามารถจะมีอนาคตต่อไป ในทำนองเดียวกัน จากจุดยืนของสื่อมวลชน ก็ได้มีความพยายามที่จะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ให้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ การขอให้หมอลำช่วยเผยแพร่บทเรียนด้านสาธารณสุขเรื่องอันตรายของพยาธิใบไม้ในตับของภาคอีสาน หรือการใช้หนังตะลุงเพื่อชักชวนคนมาเลือกตั้ง เป็นต้น

เนื่องจากผู้เขียนซึ่งยืนอยู่ในข้างของสื่อมวลชน และมีทัศนะส่วนตัวที่ค่อนข้างจะเห็นด้วยกับวิธีคิดแบบที่สาม โดยเชื่อว่าหากเราปล่อยให้มีการพัฒนาสื่อทั้งสองประเภทไปตามธรรมชาติหรือตามยถากรรม ก็อาจจะเกิดผลลัพธ์ได้ตามแบบวิธีคิดทั้งสองแบบแรกที่กล่าวมาแล้ว แต่หากเรามีความตั้งใจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อทั้งสองประเภทอย่างดี (โดยเฉพาะสื่อพื้นบ้าน) เราก็สามารถจะจัดความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองประเภทให้เป็นไปในลักษณะสร้างสรรค์และสร้างเสริมกันและกัน

อนึ่ง แม้ว่าผู้เขียนจะเห็นด้วยที่ฝ่ายสื่อมวลชนจะมีเจตนาดีในการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์อยู่ก็ตาม แต่เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นรูปแบบวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งย่อมประกอบไปด้วยเนื้อหา รูปแบบ ความหมาย บริบท และประวัติความเป็นมา ดังนั้น หากเราเลือกหยิบมาใช้เพียง "ส่วนเสี้ยวเดียว"

(part) โดยไม่สนใจ "ส่วนรวมทั้งหมด" (whole) ในขณะที่การนำมาใช้นั้นอาจก่อประโยชน์แก่ด้านสื่อมวลชน แต่อาจจะก่อให้เกิดผลเสียแก่สื่อพื้นบ้านได้ และกลายเป็นการ "make use" สื่อพื้นบ้านไปโดยไม่ได้ตั้งใจ

ในส่วนที่เกี่ยวกับคำถามซึ่งได้ตั้งมาตั้งแต่ตอนต้นว่า เราควรจะมีการจัด "ที่ทาง" ให้สื่อพื้นบ้านได้ยืนอยู่ใน "สถาบันการสื่อสารของสังคม" ด้วยหรือไม่นั้น ผู้เขียนมีทัศนะส่วนตัวว่า "มีความจำเป็นอย่างยิ่ง" ทั้งนี้เพราะผู้เขียนมีความเห็นว่า **สื่อพื้นบ้านมีหน้าที่และคุณูปการบางอย่างแก่สื่อมวลชน** กล่าวคือ สื่อพื้นบ้านจะเป็นกระจกเงาส่องให้สื่อมวลชนได้มองเห็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของตัวเอง และนอกจากนั้น ในสื่อพื้นบ้านเองยังมีร่อยรอยของคำตอบบางประการแก่ปัญหาของสื่อมวลชนอีกด้วย (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

ผู้เขียนคาดการณ์ว่า หากปล่อยให้สื่อพื้นบ้านสูญสิ้นล่มสลายหมดสิ้นไปก็ไม่เพียงแต่สื่อพื้นบ้านเท่านั้นที่จะสูญสิ้นไป หากแต่สื่อมวลชนเองจะถูกฉุดรั้งให้ตกต่ำลงอย่างไม่มีทางแก้ไข และ "สถาบันการสื่อสารของสังคมทั้งสถาบัน" ก็ไม่อาจจะทำหน้าที่ของตนให้ดีตามการคาดหวังของสังคมได้ ด้วยเหตุผลของการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้และเพื่อการพัฒนาสื่อพื้นบ้านให้ดำรงอยู่ต่อไป เราจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านให้ถูกต้องตรงกับธรรมชาติที่เป็นจริงของสื่อพื้นบ้านนั้น

คำนิยาม: ปัญหาที่มองไม่เห็น

ในทางวิชาการ เรามักเคยชินกับการทำความเข้าใจด้วยการให้คำนิยามว่า สิ่งนั้นคืออะไร สิ่งนี้คืออะไร และทั้ง ๆ ที่ในหลายกรณี หลังจากอ่านรายละเอียดของคำนิยามจบแล้วอาจจะไม่ช่วยให้เข้าใจอะไรมากขึ้นก็ตาม แต่

อย่างน้อยเราก็จะสบายใจ ถ้าเห็นมีการให้คำนิยามสิ่งต่าง ๆ เอาไว้

ปัญหาเรื่องการให้คำนิยามแล้วไม่ช่วยให้คนอ่านเข้าใจอะไรนั้น เป็นปัญหาที่มองเห็นได้ง่าย แต่ทว่าปัญหานี้อาจจะไม่ใช่ปัญหาใหญ่ เพราะเรามักจะถือว่า "มีนิยามเลว ๆ ดีกว่าไม่มีนิยามเลย" แต่สำหรับปัญหาที่มองไม่เห็นเกี่ยวกับคำนิยามนั้นมีหลายประการ ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะปัญหาที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้าน ดังนี้

(ก) ปัญหาที่ว่า "ใคร" เป็นคนให้คำนิยามนั้น ปัญหานี้มักจะไม่ค่อยมีใครตั้งคำถาม เพราะเรามักมีภาพลักษณ์ว่า "คำนิยามคือความจริง" (แบบทั่วไป) แต่ความจริงแล้ว คำนิยามคือความจริงตาม **ทัศนะของผู้นิยาม** ลองดูตัวอย่างสุดโต่งนี้ จะเห็นความสำคัญของผู้ให้นิยามอย่างชัดเจน

เมื่อถามว่า "โอเปร่าคืออะไร" ได้มีผู้ให้นิยามว่า โอเปร่าก็คือ เวลาที่เราถูกแทงข้างหลัง แทนที่เราจะร้องว่า "โอ๊ย" ออกมา เรากลับร้องออกมาเป็นตัวโน้ตด้วยเสียงโซปราโนในบันไดเสียง "A minor" คนที่จะนิยามได้เช่นนี้ควรจะเป็นใครกันเล่า

(ข) ปัญหาเรื่อง "ใครเป็นผู้นิยาม" นั้น อาจจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นก็ต่อเมื่อคนกลุ่มหนึ่งเกิดความไม่พอใจในคำนิยามเดิมขึ้นมา ดังที่จะยกตัวอย่างใกล้กับเรื่องที่กำลังพูดนี้อยู่ 2 คำ คือ คำว่า "วัฒนธรรม" และคำว่า "สื่อมวลชน"

สำหรับคำว่า "วัฒนธรรม" นั้น[5] ยุคแรกในประวัติศาสตร์ตะวันตกนักวิชาการของกลุ่มชนชั้นนำเป็นผู้เริ่มให้ความหมายของคำๆนี้ โดยให้ความหมายถึงลักษณะอันสูงส่งของจิตวิญญาณที่ผ่านการบ่มเพาะมาอย่างดีแล้ว (informing Spirit) ฉะนั้น วัฒนธรรมจึงหมายถึงผลงานทางศิลปะ เช่น ภาพวาด งานแกะสลัก เพลงร้องที่ผ่านการกลั่นกรองมาดีแล้วเท่านั้น ในขั้น

ต่อมา นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งก็มาให้ความหมายใหม่ว่า วัฒนธรรมหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ประดิษฐ์/ผลิตขึ้นมา (man-made) ไม่ว่าจะเป็นงานเล็กๆน้อยๆ เช่น การทำลูกปัด การปั้นหม้อ เพื่อใช้ในการดำรงชีวิต ก็ถือเป็นวัฒนธรรมทั้งสิ้น

อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ "สื่อ" (Media) ในบรรยากาศของทวีปอเมริกา การศึกษาเรื่องการสื่อสารนั้น มักจะมุ่งไปที่การศึกษา "ตัวสื่อ" (ที่เรียกว่า Media Studies) และ "สื่อ" ในที่นี้มักจะจำกัดอยู่แต่เฉพาะบรรดาสื่อสมัยใหม่เท่านั้น ในขณะที่บรรยากาศของทวีปยุโรป เช่น อังกฤษ มักจะศึกษาการสื่อสารในขอบเขตของ "การสื่อสาร" (Communication) หรืออาจจะขยายกว้างออกไปว่าเป็นการศึกษา "วัฒนธรรม" ด้วยซ้ำไป โดยถือว่า **บรรดาสื่อสมัยใหม่นั้นเป็นเพียงรูปแบบหนึ่ง แต่มิใช่รูปแบบเดียวเท่านั้นของการสื่อสาร** (ได้มีข้อเสนอรุนแรงถึงขนาดขอให้เปลี่ยนชื่อภาควิชาที่เกี่ยวกับ "การสื่อสาร" [Communication Study] เป็น "การศึกษาวัฒนธรรม" [Cultural Study] เสียเลย)

(ค) สืบเนื่องจากปัญหาที่ว่าคำนิยามแต่ละนิยามนั้นย่อมขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้นิยามนี้ จึงก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่การนิยามคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันเกิดเป็นปัญหาอย่างมาก ตัวอย่างเช่นคำว่า "วัฒนธรรม" และ "การสื่อสาร" Gregory Bateson และ Jurgen Ruesch[6] ให้คำนิยามว่า "วัฒนธรรมเป็นชุดของกระบวนการสื่อสาร" (Set of communication process) ซึ่งหมายความว่าคำทั้งสองนั้นมีความหมายเท่ากันเลย แต่ A.L. Kroeber และ Clyde Kluckhohn[7] กลับแยกแยะว่า วัฒนธรรมและการสื่อสารเป็นคนละอย่าง แต่ก็เป็นสองสิ่งที่ไม่อาจจะแยกกันได้อย่างแน่นอน

เนื่องจากในปัจจุบันนี้ มีผู้ขนานนามว่าเป็นยุคแห่ง "อุตสาหกรรมการ

สร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry) อันมีสื่อมวลชนสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรทัศน์ เป็นตัวจักรสำคัญในการกล่อมวัฒนธรรมให้แก่สังคม ดังนั้น ในข้อเขียนชิ้นนี้ ผู้เขียนจะใช้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" และ "สื่อพื้นบ้าน" ในลักษณะที่เน้นข้อเหมือนมากกว่าข้อต่าง และถือว่าสามารถใช้ทดแทนกันได้

(ง) มีคำศัพท์เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เรากำลังจะวิเคราะห์อยู่ 3 คำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน และอาจใช้สลับกันได้ในบางโอกาส คือคำว่า "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" (Folk Culture) "วัฒนธรรมประชาชน" (Popular Culture) และ "วัฒนธรรมมวลชน" (Mass Culture) ในที่นี้ผู้เขียนจะใช้แนวคิดของ M. Real[8] ซึ่งใช้สมมติฐานว่า คำทั้งสามคำนี้มิใช่คำที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง หากแต่เป็นคำที่วางอยู่บนเส้นระนาบเดียวกัน ดังภาพ

Folk Culture | Popular Culture | Mass Culture

เริ่มต้นจาก**วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือสื่อพื้นบ้าน** ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหรือสื่อที่ใช้กันภายในคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เช่น เพลงเกี้ยวสาวของชาวเขมรใต้ในแถบบางหมู่บ้านในจังหวัดสุรินทร์ ต่อมาเพลงดังกล่าวได้ขยายเผยแพร่ออกไปมากขึ้น โดยอาจจะผ่านการเล่นหมอลำหรือการเล่นลิเก แต่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้แสดงกับผู้ชมยังมีอยู่มาก การสื่อสารดังกล่าวก็จะยกระดับขึ้นมาเป็น**วัฒนธรรมประชาชน** และในท้ายที่สุด หากมีการนำเพลงดังกล่าวมาอัดแผ่นเสียงและทำมิวสิควิดิโอ โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่จนสามารถเผยแพร่ต่อมวลชนทั่วไปโดยไม่จำกัดพื้นที่ และการผลิตมีเป้าหมาย

ทางธุรกิจอย่างเต็มที่ การสื่อสารรูปแบบสุดท้ายนี้ก็จะกลายเป็น**วัฒนธรรมมวลชน**ไป

(จ) ในการแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านว่าจะครอบคลุมอะไรบ้างนั้น อาจจะมีวิธีแบ่งโดยใช้ 2 แกนตัดกัน แกนแรก เราอาจจะแบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็นสื่อประเภทภาษา (Verbal) และอวัจนภาษา (Non-verbal) หรืออาจจะใช้อีกแกนหนึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ discursive (กิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา) และ presentation symbols (กิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้สัญลักษณ์เป็นเครื่องแสดงออก) เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ดังกล่าวนี้ การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านสามารถครอบคลุมได้ตั้งแต่นิทานสื่อพื้นบ้าน ตำนานหมู่บ้าน ปริศนาคำทาย คำพังเพยสุภาษิต การละเล่นของเด็ก พิธีกรรมและความเชื่อต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งในแต่ละหน่วยของการวิเคราะห์จะครอบคลุมเกณฑ์ทั้งสี่ที่กล่าวมาแล้ว

สำนักคิดต่าง ๆ ในการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้าน

สำหรับ "การวิเคราะห์" ซึ่งมีความหมายว่า เราจะแยกแยะปรากฏการณ์ที่เราเห็นออกเป็นส่วนย่อย ๆ จากรูปแบบความสัมพันธ์เดิม แล้วนำมารวมกันใหม่ในรูปแบบความสัมพันธ์ใหม่ กระบวนการแยกแล้วมารวมนี้จะออกมาเป็นอย่างไรนั้น ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับกรอบแนวคิดที่เราใช้ ซึ่งทำหน้าที่เสมือนเป็น "แว่นตา" ให้เรามองเห็นภาพต่าง ๆ ไปตามลักษณะของแว่นนั้น

ตามลักษณะการแบ่งงานกันทำทางวิชาการในปัจจุบันนี้ เราอาจจะตั้งคำถามว่า นักวิชาการที่เข้ามาวิเคราะห์ "สื่อพื้นบ้าน" ในฐานะที่เป็นวัตถุดิบในการศึกษา (object of study) เป็นนักวิชาการในสาขาวิชาใด เช่น นักรัฐศาสตร์ก็อาจจะศึกษาว่า มีแนวคิดทางการเมืองอะไรบ้างที่ปรากฏอยู่ในเพลงกล่อมเด็ก นักเศรษฐศาสตร์ก็อาจจะมองหาแนวคิดเรื่อง "ความสุขในชีวิต" ที่ปรากฏ

อยู่ในคำผญาของชาวบ้านอีสาน นักจิตวิทยาอาจจะวิเคราะห์ดูโครงสร้างครอบครัวที่ปรากฏในตำนานพื้นบ้านเรื่อง "ตาม่องล่าย" เป็นต้น

นอกเหนือจากการแบ่งแยกนักวิชาการตามสาขาวิชาแล้ว ยังมีวิธีการแบ่งแยกนักวิชาการได้อีกแบบหนึ่ง คือ แบ่งตามสำนักคิด (School of Thought) ความคิดเรื่อง "สำนักคิด" ที่เราคุ้นเคยกันก็คือ วรรณกรรมนิยายจีนกำลังภายใน เพียงแต่จอมยุทธ์ท่านใดออกท่ากระบี่แบบไหนก็สามารถจะดูรู้เลยว่าเป็นเพลงดาบปู๊ติ้ง เส้าหลิน หรือง้อไป๊ ในที่นี้อาจจะให้ข้อสรุปเบื้องต้นคร่าว ๆ ไว้ก่อนว่า ในขณะที่สาขาวิชานั้นจะกำหนดขอบเขต (area of study) หรือประเด็นที่จะศึกษา (topic/issue) ว่าจะเป็น**เรื่องอะไร** (what) สำนักคิดจะเป็นกรอบกำหนดทิศทางว่าจะศึกษาประเด็นนั้นเรื่องนั้นได้**อย่างไร** (how)

ในแต่ละสำนักคิดจะมีส่วนประกอบเริ่มตั้งแต่การให้**คำนิยาม**สิ่งที่จะศึกษาว่าเป็นอะไร มี**ทฤษฎี**ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดย่อยต่าง ๆ (construct) และการระบุวิธี**การศึกษา**ที่จะช่วยให้เข้าใจประเด็นที่จะศึกษาได้อย่างมากที่สุด

สำหรับในการศึกษาเรื่องสื่อพื้นบ้านในที่นี้ จะยกตัวอย่างสำนักคิดต่างๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านสัก 4-5 สำนักคิด ดังนี้คือ

1. สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)
2. สำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism)
3. สำนักวัฒนธรรมนิยม (Culturalism)
4. สำนักปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)
5. การวิเคราะห์ประเภทและวิเคราะห์องค์ประกอบของละคร

1. **สำนักหน้าที่นิยม** (Functionalism)

(1.1) การให้คำนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" สำหรับคำว่า "วัฒนธรรมหรือการสื่อสาร" นั้น สำนักหน้าที่นิยมจะถือว่าเป็นสถาบันย่อยอันหนึ่งของสังคม (สำนักนี้เปรียบเทียบสถาบันต่าง ๆ ของสังคมว่าเป็นประดุจอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ที่ต่างทำหน้าที่ของตนเองเพื่อความคงอยู่ของอินทรีย์โดยรวม) สถาบันนี้จะทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องระบบค่านิยม (Value System) โดยเฉพาะ[10] เช่น ในฮีตบ้านคองเมือง ฮีตผัวคองเมีย พญาคำกองสอนไพร่ หลานสอนปู่ ย่าสอนหลาน ที่เป็นสื่อพื้นบ้านของคนอีสานนั้น จะมีการระบุหน้าที่ของคนแต่ละกลุ่มเอาไว้อย่างชัดเจน

(1.2) จากรากฐานของทฤษฎีหน้าที่นิยมที่เน้นว่า ส่วนประกอบย่อยทุกส่วนจะต้องทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด เพื่อความมีเสถียรภาพของสังคมส่วนรวม (Stability) ดังนั้น ในการวิเคราะห์การทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน นักวิเคราะห์ในสำนักนี้จึงจะค้นหาวิธีการทำหน้าที่ดังกล่าวที่เรียกว่า Integrative Function เช่น ในคนแต่ละชนชาติมักจะมี "ตำนาน" อธิบายต้นกำเนิดความเป็นมาของมนุษยชาติหรือของชนชาติตน เช่น ชาวกะเหรี่ยงมีคำอธิบายว่า มนุษย์ล้วนเกิดมาจากน่องของ "สิ่งสูงสุด" เดียวกัน หรือชาวเหนือเชื่อว่าชนชาติตนมีบรรพบุรุษร่วมกัน คือ ปู่แสะย่าแสะ หรือการรดน้ำดำหัวขอขมากัน คืนดีกัน (reconcile) ในเวลาสงกรานต์ เป็นต้น

(1.3) นอกเหนือจากหน้าที่สำคัญคือ การรักษาเสถียรภาพให้สังคมโดยรวมแล้ว หากสังคมนั้นต้องการสืบทอดชีวิตให้ยืนยาวต่อไป บรรดาสถาบันย่อยของสังคม รวมทั้งสื่อพื้นบ้านก็มีหน้าที่อบรม (Socialization) การทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อพื้นบ้านจะมองเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในการละเล่นพื้นบ้านของเด็ก เช่น รีรีข้าวสาร หมากเก็บ มอญซ่อนผ้า เสือตกถัง หรือเนื้อหาในเพลง

กล่อมเด็ก หรือเพลงร้องเล่นของเด็ก ๆ เช่น จันทร์เจ้าขาขอข้าวขอแกง เป็นต้น บางครั้งเราเรียกการทำหน้าที่นี้ว่า "การถ่ายทอดทางวัฒนธรรม" (Cultural Transmission)

(1.4) เนื่องจากในสังคมประกอบด้วยคนจำนวนไม่น้อย ดังนั้น แม้การอบรมบ่มเพาะก็ไม่อาจให้หลักประกันได้ว่า สมาชิกในสังคมจะเชื่อฟังและปฏิบัติตามเสมอไป ดังนั้น สื่อพื้นบ้านจึงต้องทำหน้าที่อีกแบบหนึ่ง คือ การควบคุมทางสังคม (Social Control) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ บรรดาความเชื่อที่เป็นข้อห้ามต่าง ๆ เช่น ถ้าจิ้งจกทัก ไม่ควรออกจากบ้าน ถ้าเขาแห่ศพผ่านหน้าบ้าน ให้รีบเก็บเสื้อผ้า หรือการสร้างศาลปู่ตาเอาไว้ตามบ่อเกลือและมีข้อห้ามว่า จะเอาเกลือไปต้มใช้ได้เท่าที่ต้องการเท่านั้น ห้ามโลภห้ามสะสม นิทานเรื่องถอนขนห่านทองคำไปขายก็มีหลักการควบคุมความโลภแอบแฝงอยู่ในเนื้อหาเช่นกัน

(1.5) นักวิชาการเยอรมันในสำนักแฟรงค์เฟิร์ตได้กล่าวเปรียบเทียบหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านเพื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนว่า สื่อพื้นบ้านมีหน้าที่มากมายกว่า เช่น

(ก) ทำหน้าที่ปลดปล่อยแรงผลักดันทางเพศ ตัวอย่างเช่น การเล่นเพลงลำตัด ประเพณีดึงครกดึงสากในภาคอีสาน

(ข) สร้างความสามัคคีระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ เช่น ประเพณีการแข่งขันหรือแข่งตีกลองระหว่างหมู่บ้าน

(ค) ช่วยให้คนพัฒนาด้านภูมิปัญญา เช่น การเล่นปริศนาคำทาย การดูภาพวาดตามฝาผนังโบสถ์

(ง) ทำการวิพากษ์วิจารณ์สังคมที่เป็นอยู่ในสังคมไทย มีกรณีตัวอย่างในประวัติศาสตร์เมื่อมีการเก็บภาษีอย่างรุนแรง เช่น ภาษีผักบุ้ง คณะ

ลิเกที่เข้าไปเล่นให้พระมหากษัตริย์ทอดพระเนตรก็ได้สอดใส่คำร้องเรียนลงไปด้วย ทุกวันนี้การวิพากษ์วิจารณ์สังคมยังปรากฏในเพลงลูกทุ่งอยู่บ่อยครั้ง

(จ) ทำหน้าที่ให้การศึกษาและสร้างความสำนึกทางการเมือง เช่น ในเพลงกล่อมเด็ก จะมีเนื้อหาด้านการเมืองบรรจุอยู่ หรือในการเล่นหนังตะลุงก็เช่นกัน

(ฉ) มีลักษณะสัมพันธ์กับชีวิต ก่อให้เกิดการทบทวนชีวิต เช่น พวกตัวตลกในลิเกหรือหนังตะลุง มักจะเล่นเป็นชื่อคนในท้องถิ่นนั้น และแสดงทัศนะต่อความเป็นไปของชุมชน พิธีแห่นางแมวหรือการทำบุญประทายข้าวก็แสดงความสัมพันธ์กับชีวิตของชาวนาเช่นกัน

(ช) มีหน้าที่ให้ความบันเทิง เหมือนหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป

(1.6) G.C. Chu และ Ai-li Chu[11] ได้นำเอาลักษณะสามมิติของเรื่องทัศนคติมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์การทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน คือ

(ก) Cognitive Dimension สื่อพื้นบ้านจะทำหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับสารว่า อะไรเป็นอะไร อะไรผิดอะไรถูก ตัวอย่างเช่น นิทานเก่าเรื่องกุก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ของจังหวัดยโสธร ได้ตอกย้ำให้เห็นข้อเท็จจริงว่า "ความหิวนั้นมีอานุภาพรุนแรงเพียงใด" แต่ก็จะได้ชี้ให้เห็นว่า "การทำมาตุฆาตนั้นเป็นบาปกรรมอันยิ่งใหญ่" และจะไถ่บาปได้บ้างด้วย "การสร้างกุศลอันยิ่งใหญ่" (คือการสร้างพระธาตุ)

(ข) Affective Dimension คือหน้าที่สร้างอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ตัวอย่างเช่น ในการเทศน์มหาชาติกัณฑ์ต่าง ๆ นั้น พระภิกษุที่มีความสามารถจะเทศกัณฑ์ชูชก กัณหาชาลี ให้สะเทือนใจผู้ฟังได้อย่างมาก

(ค) Conative Dimension คือหน้าที่ชี้แนวทางปฏิบัติแก่ผู้คนในสังคม ลิเกเรื่องจันทโครพนั้นให้ข้อคิดในการปฏิบัติตัวว่า การไม่เชื่อฟังคำสั่ง

ของผู้ใหญ่ ครูบาอาจารย์ จะให้ผลที่เดือดร้อนต่อตนเองอย่างไรบ้าง และยังเป็นข้อแนะนำต่อมาอีกว่า ช้างสาร งูเห่า ข้าเก่า เมียรัก นั้น อย่าได้ไว้วางใจเป็นอันขาด

(1.7) ในการวิเคราะห์หน้าที่ที่สื่อพื้นบ้านมีต่อชุมชนหรือสังคมนั้น มีข้อเตือนใจอยู่หลายประการ เช่น ในขณะที่เนื้อหาในสื่อพื้นบ้านอย่างหนึ่งเขียนเรื่องการทำหน้าที่แบบหนึ่งเอาไว้ ในสื่ออีกอย่างหนึ่งอาจจะเขียนอีกแบบหนึ่งก็ได้ ตัวอย่างเช่น มักมีการอบรมสั่งสอนให้หนุ่มสาวยึดถือประเพณีที่เหมาะสมในเรื่องเพศสัมพันธ์ เช่น ไม่ควรมีความสัมพันธ์ทางเพศก่อนแต่งงาน (ความคิดเรื่องการผิดผี) แต่มีนิทานพื้นบ้านจำนวนไม่น้อยที่พระเอกนางเอกมักจะลักลอบได้เสียกัน ที่เรียกว่า "เทพอุ้มสม" บ้าง "วิวาห์คนธรรพ์" บ้าง ซึ่งหมายความว่า ในสื่อพื้นบ้านนั้นก็มีลักษณะไม่เป็นเนื้อเดียวกันทั้งหมด (heterogeneous)

อีกประการหนึ่ง ในการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านนั้นก็ต้องระวังระหว่าง**สิ่งที่เขียนหรือพูดเอาไว้**ซึ่งเป็นแบบหนึ่ง กับสิ่งที่**กำลังประพฤติปฏิบัติ**อยู่จริง ซึ่งก็เป็นอีกอย่างหนึ่ง หรือในขณะที่ manifest meaning เป็นอย่างหนึ่งนั้น latent meaning อาจจะเป็นอีกอย่างหนึ่งก็ได้ ตัวอย่างเช่น เรื่องนางสิบสองในพระรถเมรี ในขณะที่ต้องการแสดงให้เห็นความรักของแม่ที่มีต่อลูก (แม่ของพระรถ) แต่ในเวลาเดียวกันก็มีเนื้อหาที่แสดงว่า มีแม่ถึง 11 คน ที่เมื่อหิวขึ้นมาก็สามารถจะกินลูกได้เหมือนกัน

การวิเคราะห์หน้าที่ของสถาบันต่าง ๆ ในระยะหลัง ๆ นี้ เริ่มจะสอดแทรกบริบททางสังคม โดยเฉพาะเรื่อง**ช่วงระยะเวลา**เข้าไปเป็นเกณฑ์ดูด้วย เช่น การแยกเป็นสองระยะง่าย ๆ ว่า ใน**ภาวะปกติ** (Normal period) สื่อพื้นบ้านจะทำหน้าที่อะไร และใน**ภาวะวิกฤติ** (Crisis period) สื่อจะทำหน้าที่

อะไร ตัวอย่างเช่น ในหมู่บ้านหนึ่งทางภาคเหนือ ในภาวะปกติ ลูกผู้หญิงจะรับการอบรมสั่งสอนให้ดูแลรับผิดชอบครอบครัวอย่างมาก แต่ในช่วงเวลาสงกรานต์ หมู่บ้านจะมีเพลงร้องของหญิงสาวและแม่บ้าน ที่พูดถึงการวางกระทะวางหม้อไหทุกอย่าง แล้วหันไปกินเหล้า ร้องเพลงสนุกสนานเพียงอย่างเดียว ปรานี วงษ์เทศ ก็ได้วิเคราะห์พิธีกรรมบางอย่างที่ทำหน้าที่พิเศษเฉพาะในบางช่วงระยะเวลาเอาไว้เช่นกัน[12]

2. **สำนักโครงสร้างนิยม**[13] (Structuralism)

(2.1) สำนักโครงสร้างนิยมนั้นยังประกอบด้วยกลุ่มย่อย ๆ อยู่ข้างในและยังมีการแตกลูกแตกหลานออกไปอีกมากมาย สำหรับการนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นสื่อพื้นบ้าน เช่น myth เรื่องเล่า วิธีการหุงต้มอาหารนั้น สำนักนี้จะถือว่า ภายในสื่อเหล่านี้จะมีโครงสร้างย่อยที่มีรูปแบบเดียวกับโครงสร้างใหญ่ของสังคม อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก "โครงสร้าง" ไม่ใช่สิ่งที่มองเห็นได้จากภายนอก หากแต่ต้องวิเคราะห์ดู เช่นเวลาเรามองเห็นตัวบ้าน จะยังไม่เห็นโครงสร้างทั้งหมด ดังนั้นจึงมิใช่**เนื้อหา**ของนิทานหรือเรื่องเล่าที่บ่งบอกโครงสร้างสังคมโดยตรง หากแต่เป็น**โครงสร้างภายใน**ของเรื่องเล่านั้นต่างหาก

(2.2) เมื่อวิเคราะห์ดู myth ตำนาน นิทาน หรือเรื่องเล่าพื้นบ้าน จะพบว่ามีส่วนประกอบย่อย ๆ อยู่ชุดหนึ่ง ส่วนประกอบย่อยนี้มาเรียงต่อกันด้วยลำดับขั้นตอนที่มีไวยากรณ์ (grammar) ควบคุมเอาไว้อย่างชัดเจน เราอาจคิดเปรียบเทียบการวิเคราะห์ดังกล่าวได้กับการวิเคราะห์ประโยคในภาษาที่จะประกอบด้วยหน่วยย่อย คือ ประธาน กรรม กริยา และมีส่วนขยายเช่น คุณศัพท์ สันธาน กริยาวิเศษณ์ หน่วยย่อยเหล่านี้จะมาเรียงตัวกันว่า ส่วนใดจะ

อยู่หน้า ส่วนใดจะอยู่หลัง อะไรต้องอยู่ติดกับอะไร ซึ่งก็เป็นไปตามหลักไวยากรณ์ของแต่ละภาษา ตัวอย่างเช่น ถ้าเราวิเคราะห์นิทานพื้นบ้านหลาย ๆ เรื่อง เช่น สังข์ทอง เราก็จะพบว่าองค์ประกอบย่อย ๆ ที่จะต้องเรียงตัวไปตามลำดับทั้งหมดต้องเป็นไปตามนี้ คือ

(2.3) ในกลุ่มโครงสร้างนิยมจะแยกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกมองเห็นว่า โครงสร้างย่อยที่ปรากฏอยู่ในสื่อพื้นบ้านนั้นจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็น**โครงสร้างใหญ่ของสังคม** เช่น งานของศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง[14] ที่วิเคราะห์วรรณกรรมพื้นบ้านเรื่องต่าง ๆ ของไทย และเห็นว่าโครงสร้างความขัดแย้งในนิทานเหล่านั้นจะอยู่ระหว่างลูกเขยกับพ่อตา (มีเค้าโครงเรื่องแบบ "รักลูกสาวยักษาพากันจร แล้วย้อนกลับมาฆ่าพ่อตาตาย") โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นสภาพความเป็นจริงของครอบครัวไทยโบราณ ที่มีการแต่งผู้ชายเข้ามาอยู่บ้านผู้หญิง ทำให้ลูกเขยต้องมีความขัดแย้งกับพ่อตาอยู่ตลอดเวลา

นักวิชาการสายโครงสร้างนิยมอีกกลุ่มหนึ่งไม่สนใจเรื่องโครงสร้างสังคมเท่าใดนัก แต่สนใจว่าโครงสร้างย่อย ๆ ในสื่อพื้นบ้านเหล่านี้สะท้อนให้เห็น**โครงสร้างความคิดของบุคคล**อย่างไร ยกตัวอย่างเช่น โครงสร้างการจัดการกับความผิดปกติที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ผู้หญิงออกลูกมาเป็นหอยสังข์ ยอพระ

กลิ่นกินแมว โครงสร้างวิธีคิดของชาวชนบทไทย คือ จะ "ขับไล่" (eliminate) ความผิดปกตินั้นออกไปจากสังคม เช่น การเนรเทศ การลอยแพปล่อยเกาะ เป็นต้น ในขณะที่โครงสร้างความคิดสมัยใหม่กลับมีวิธีการจัดการด้วยการผนวกเข้าไว้และจำกัดบริเวณ (Integrate + Confine) เช่น การสร้างโรงพยาบาลขังคนบ้า การสร้างคุกกักขังผู้กระทำผิด เป็นต้น

(2.4) C.L. Strauss ได้พัฒนาวิธีวิเคราะห์โครงสร้างอย่างเป็นระบบขึ้นมาจากการศึกษากิจกรรมมากมายจากหลายสภาพการณ์ C.L. Strauss ได้ข้อสรุปว่า โครงสร้างความคิดของมนุษย์ทั้งหมดล้วนมีลักษณะเป็นสากล คือ มีลักษณะเป็นคู่ที่ตรงกันข้ามกัน (binary) เช่น ดี-ชั่ว สวย-น่าเกลียด ดำ-ขาว พระอาทิตย์-พระจันทร์ กลางวัน-กลางคืน ใหญ่-เล็ก ผู้ชาย-ผู้หญิง ข้างนอก-ข้างใน

ดังนั้น ในสื่อพื้นบ้านทุกชนิด เราจะพบโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคู่ที่ตรงกันข้ามนี้อยู่เสมอ เช่น โครงสร้างความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งระหว่างนางเอก-นางผู้ร้าย ซึ่งเป็นตัวแทนของความดี-ความชั่ว เช่น นางเอื้อย-นางอี่ ในเรื่องปลาบู่ทอง สโนว์ไวท์กับแม่มด ซินเดอเรลลากับพี่สาวใจร้าย หรือโครงสร้างที่แสดงการแปรผันกลับไปกลับมาระหว่างความสวย-ความน่าเกลียด ข้างนอก-ข้างใน เช่น เรื่องเจ้าเงาะถอดรูป ท้าวแสนปม หรือนางแก้วหน้าม้า เป็นต้น

(2.5) จากวัตถุดิบที่ศึกษาซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรมนั้น ผู้วิเคราะห์จะต้องค้นคิดเกณฑ์ (Categories) ซึ่งมีลักษณะเป็นแนวคิดนามธรรม (อาจจะเทียบได้กับดัชนี - index หรือตัวบ่งชี้ - indicator ในการวิจัยเชิงปริมาณ) ที่จะแสดงให้เห็นการจัดวางโครงสร้างของเนื้อหา ตัวอย่างเช่น หากใช้เกณฑ์เรื่อง "ความเป็นทางโลก" (Secular) และ "ความเป็นธรรม" (Sacred)[15] มาจับดู

นิทานพื้นบ้านเรื่องพญากงพญาพานกับโอดิปุส ที่มีเค้าโครงคล้าย ๆ กัน จะพบทั้งข้อเหมือนและข้อต่าง สำหรับรูปแบบการดำเนินเรื่อง ในขณะที่ทั้งสองเรื่องมีต้นกำเนิดเหมือนกัน ปัญหาของตัวเอกเหมือนกัน แต่ทว่าขั้นตอนสุดท้ายในการคลี่คลายปัญหาจะแตกต่างกันมากสำหรับโครงสร้างความคิดตะวันตก เรื่องทางโลกและทางธรรมจะแยกจากกันอย่างเด็ดขาด ปัญหาทางโลกต้องแก้ด้วยวิธีการทางโลก ในขณะที่ความคิดทางตะวันออกจะไม่แยกจากกัน แต่กลับจะแปรผันไปมาได้ ปัญหาทางโลกสามารถจะแก้ไขได้ด้วยวิธีทางธรรม ดังที่พญากงนั้นใช้วิธีสร้างพระเจดีย์ชดเชยความผิดที่ฆ่าพ่อ (มีข้อน่าสังเกตว่า ในละครโทรทัศน์ปัจจุบันก็ยังยืมเอาวิธีการทางธรรมมาแก้ปัญหาทางโลกอยู่เสมอ เช่น พระเอกที่หลอกลวงนางเอกและผู้หญิงในเรื่องหลายคนจนเสียผู้เสียคนไป ลงท้ายพระเอกก็ไถ่บาปด้วยการไปบวช เป็นต้น) ทั้งน่าสังเกตว่า ในความเป็นจริง การบวชเป็นพระในระบบพุทธศาสนาและแบบคริสต์ศาสนาก็แตกต่างกัน พระภิกษุพุทธสามารถแปรสภาพไปมาระหว่างสภาวะฆราวาสกับนักบวชได้ง่ายกว่าในคริสต์ศาสนา

(2.6) ปัจจุบันนี้ได้มีสาขาสำนักโครงสร้างนิยมแตกลูกหลานออกมาเป็นสาขาใหม่ คือ สัญญวิทยา (Semiology) ความหมายของสาขานี้คือ ศาสตร์แห่งสัญญะ (Science of Sign) ซึ่งหมายถึงการให้ความสนใจกับ "สัญญะ" และค้นหาว่าความหมายระดับต่าง ๆ ในสัญญะก่อตัวมาได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น เวลาเราอ่านนิทานพื้นบ้านเรื่อง "โสนน้อยเรือนงาม" เราอาจจะต้องค้นหาความหมายในระดับ Connotative Meaning ว่า "เรือนงาม" นั้น มีความหมายอะไรในบริบทสังคมไทย และวิธีการที่โสนน้อยจะต้องพิสูจน์ตัวเองว่าเป็น "ตัวจริง" จึงจะเข้าไปอยู่ในเรือนงานได้ต้องเป็น "การทอผ้า" เท่านั้น ความหมายของสัญญะ "การทอผ้า" นั้นสัมพันธ์กับ "ผู้หญิง" อย่างไรบ้าง

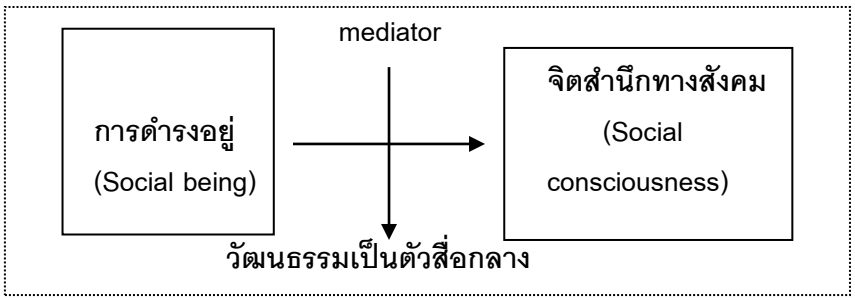
3. สำนักวัฒนธรรมนิยม

(3.1) สำนักวัฒนธรรมนิยมมีต้นกำเนิดความเป็นมาจากนักเศรษฐศาสตร์การเมืองในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 นี้ ซึ่งแม้จะยอมรับแนวคิดและการวิเคราะห์หลายประการจากกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง แต่ก็ได้ปฏิเสธหลักการสำคัญ ๆ หลายข้อ

A. Gramsci ผู้นำด้านแนวคิดของพรรคสังคมนิยมอิตาลี เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดใหม่เกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมและการสื่อสาร ซึ่งมักจะใช้คำศัพท์รวม ๆ ว่า การวิเคราะห์จิตสำนึกและอุดมการณ์ เนื่องจากในประเทศอิตาลีเป็นประเทศที่มีความแข็งแกร่งและมีความมั่นคงทางด้านวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมพื้นบ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ Gramsci จึงตระหนักถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมและจิตสำนึกในการเปลี่ยนแปลงสังคมและปฏิเสธหลักการเดิมของเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มองว่า วัฒนธรรมเป็นเพียงภาพสะท้อนของโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองเท่านั้น

สำหรับผู้ที่สานแนวคิดของสำนักนี้ต่อมาคือ R. Williams นักวิชาการชาวอังกฤษ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มนักวิชาการที่เป็นหัวหอกของสำนักวัฒนธรรมนิยมจะมีศูนย์กลางอยู่ที่เมืองเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ

(3.2) คำนิยามหนึ่งของคำว่า "วัฒนธรรม" (ซึ่งกลุ่มนี้ใช้ในความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า "การสื่อสาร") นั้น กลุ่มวัฒนธรรมนิยมให้นิยามดังแสดงในภาพนี้



กล่าวคือ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง (mediator) ในการพัฒนา "การดำรงอยู่" (Social being) ของคนคนหนึ่งให้กลายเป็นมนุษย์ที่มี "จิตสำนึกทางสังคม" (Social consciousness) ด้วยเหตุนี้ลักษณะวัฒนธรรมของแต่ละสังคมจึงขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น ยกตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมของชาวเอสกิโมก็ก่อตัวมาจากสภาพความเป็นจริงทั้งหมดของชาวเอสกิโม เช่น ในภาษาของเอสกิโมจะมีคำที่ใช้เรียก "หิมะ" ในลักษณะต่าง ๆ อยู่เกือบ 50 คำ (เหมือนประเทศไทยที่เป็นประเทศ "เขียวอยู่ตลอดปี" [everygreen-tree] เราก็จะมีคำขยายบอกลักษณะความเขียวแบบต่าง ๆ กันหลายสิบคำ) การรับรู้และสำนึกของชาวเอสกิโมก็จะเกี่ยวข้องกับความหนาวเย็น การผันแปรของอากาศ การหาอาหาร ฯลฯ เด็ก ๆ ที่เกิดมาในสังคมนี้ก็จะผ่านตัวกลางวัฒนธรรมดังกล่าว และสร้างให้เป็นชาวเอสกิโมที่มีสำนึกทางสังคมในลักษณะดังกล่าวเช่นเดียวกัน

(3.3) สำหรับคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" สำนักวัฒนธรรมนิยมได้ปฏิเสธความหมายแบบชนชั้นสูงที่ถือว่า "วัฒนธรรมจะต้องเป็นศิลปะวรรณกรรมชิ้นสุดยอดเท่านั้น" หากแต่ใช้ในความหมายที่ผนวกรวมเอา "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" เข้าไปด้วย โดยถือว่าวัฒนธรรมเป็น "ปฏิบัติการทางสังคม" ทุกอย่าง (Social practice) โดยที่ปฏิบัติการนั้นจะก่อตัวมาจากสภาพ

ความจริงของสังคมแต่ละแห่ง ดังนั้น สำหรับชนชาติที่ทำนาแล้วจะมีสำนึกและมีปฏิบัติการทางสังคมรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรม เพลงพื้นบ้าน นิทาน ภาษิตพังเพยที่เกี่ยวกับ "ข้าว" ทั้งนั้น และสำหรับกลุ่มที่ทำนาแต่ละแบบ เช่น นาไร่ นาหว่าน นาดำ ก็อาจจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันออกไป

นอกจากนั้น คำว่า "ปฏิบัติการทางสังคม" นั้น สำนักนี้ยังเน้นหนักว่าจะต้องเป็นปฏิบัติการที่ประชาชนกำลังใช้ชีวิตอยู่ในปัจจุบัน (lived experience) เพราะฉะนั้น "วัฒนธรรม" จึงไม่ใช่สิ่งที่ตายไปแล้ว (dead experience) แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมกำลังปฏิบัติอยู่ ด้วยเหตุนี้ วิธีการศึกษาของสำนักนี้จึงไม่ใช่เพียงวิธีการ "วิเคราะห์ตัวบท" (text analysis) เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาในเพลงกล่อมเด็กว่าประกอบด้วยความหมายอะไรบ้าง แต่ต้องลงไปดูในสภาพความเป็นจริงว่า ประชาชนมีวิธีการ "กล่อมเด็ก" ด้วยเพลงกล่อมเด็กอย่างไรบ้าง

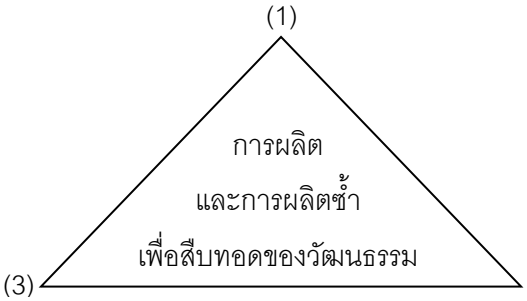
ทั้งนี้เพราะผลจากการวิเคราะห์ text เปล่า ๆ กับการวิเคราะห์ text ที่อยู่ใน context อาจจะให้ผลที่แตกต่างกันก็ได้ ผู้เขียนก็เคยมีประสบการณ์ว่า ในภาคเหนือมีการละเล่นเพลงชนิดหนึ่งที่เรียกว่า "เพลงซอเก็บนก" เนื้อหาของเพลงดังกล่าวจะเป็นเรื่องราวของสามีภรรยาคู่หนึ่ง ที่เดินพูดคุยกันถึงธรรมชาติในป่า แต่ในการละเล่นจริง ๆ เราจะพบว่า ผู้ขับร้องได้สอดแทรกเอาประเด็นปัญหาปัจจุบันเข้าไปใส่ไว้ในเนื้อเพลงเดิม เช่น การคอร์รัปชั่นหรือการเก็บเงินของเจ้าหน้าที่ป่าไม้จากชาวบ้านที่จะเข้าไปเก็บของในป่า เป็นต้น

(3.4) จากคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ก่อให้เกิดคำนิยามของวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่ง คือ **วัฒนธรรมจะเป็นทั้งความหมาย (Meaning) และระบบคุณค่า** (Value System) ที่ตกผลึกมาจากประสบการณ์ที่แวดล้อมอยู่รอบตัวบุคคล ตัวอย่างเช่น กลุ่มชนที่อาศัยอยู่ริม

ทะเลและดำรงชีพอยู่ด้วยทะเล กลุ่มชนนี้จะสร้างบทสรุปประสบการณ์ชีวิตเป็นคำพังเพยว่า "คืบก็ทะเล ศอกก็ทะเล" หรือตัวอย่างของชาวกะเหรี่ยงที่ไม่มีวัฒนธรรมการเขียน ภูมิความรู้และความจัดเจนในการเอาชีวิตรอดทั้งหมดจึงสะสมอยู่ในกลุ่มผู้อาวุโส และมีวิธีเดียวที่คนรุ่นหลังจะต้องเรียนรู้จากคนรุ่นอาวุโสด้วยการทำตาม จึงมีคำกล่าวเป็นบทสรุปกฎเกณฑ์ของสังคมที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นว่า "หัวหงอกเดินนำ หัวดำเดินตาม" เป็นต้น

(3.5) จากอิทธิพลด้านแนวคิดที่ได้จากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง ทำให้ R. Williams[16] เน้นว่า แนวทางในการศึกษาวัฒนธรรมนั้นจะต้องพิจารณาอย่างเป็นรูปธรรม คือ ต้องศึกษากระบวนการผลิตวัฒนธรรม (Production) และการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมนั้น (Reproduction) ต้องศึกษาว่าวัฒนธรรมนั้นผลิตขึ้นมาได้อย่างไร ใครผลิต ดำเนินการอย่างไร ซึ่งอาจจะเขียนเป็นผังได้ ดังนี้

สถาบันที่ผลิตก่อตัวมาได้อย่างไร

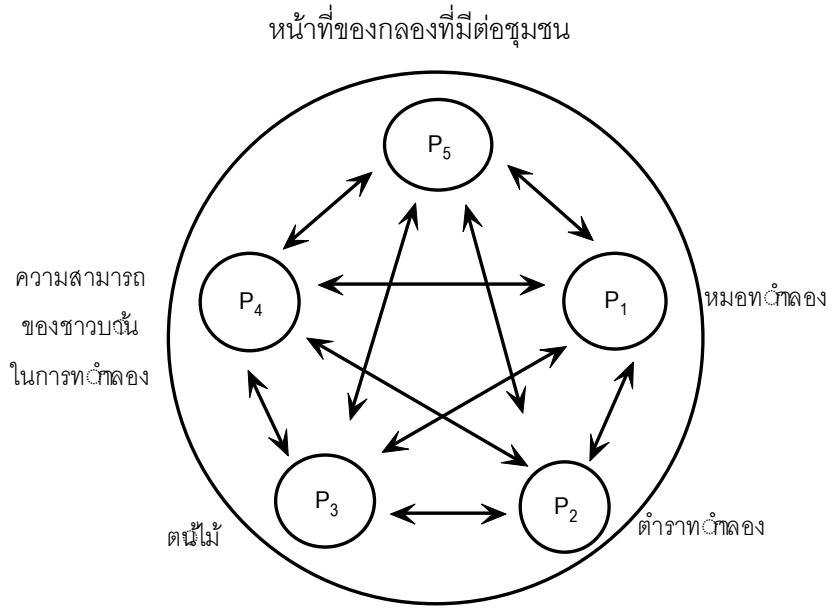


รูปแบบการปฏิบัติที่เป็นจริง วัตถุธรรมที่ใช้ในการสร้างวัฒนธรรม

ตัวอย่างเช่น ในชนบทภาคเหนือ "กลอง" นับเป็นวัตถุธรรมที่มี

ความสำคัญต่อชุมชนมาก เมื่อมีการก่อสร้างวัด ชาวบ้านจะต้องพยายามทำกลองขึ้นมาไว้ที่วัด เพราะกลองนั้นจะมีหน้าที่ต่อความเป็นปึกแผ่นของชุมชน เช่น ในเวลาปกติชาวบ้านจะรู้จังหวะเวลาที่จะทำกิจกรรมในชีวิตโดยอาศัยเสียงกลองจากวัด เวลาจะมีประชุมหมู่บ้านก็ใช้ตีกลองประชุม เวลามีขโมยขโจรเข้ามาในหมู่บ้านมีการตีกลองระดมพล ดังนั้นจึงมีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่รู้วิธีการทำกลอง ซึ่งมีขั้นตอนมากมายและเป็นพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ เช่น หนังที่จะใช้หุ้มกลองจะต้องเป็นวัวที่ไม่เคยถูกโบยตี การตัดต้นไม้ที่จะเอามาทำก็ต้องมีพิธีเชิญเทพารักษ์ประจำต้นไม้นั้นออกไปก่อน

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์นั้น สำนักวัฒนธรรมนิยมเสนอว่า เราไม่สามารถจะแยกดูกิจกรรมย่อยๆ อันใดเพียงอันเดียวได้ ทั้งนี้เพราะสังคมเราประกอบขึ้นด้วยตาข่ายแห่งความสัมพันธ์ของปฏิบัติการทางสังคมย่อย ๆ ที่มีผลกระทบถึงกันอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น เราจึงต้องวิเคราะห์เพื่อค้นหา "ความสัมพันธ์" (Relationship) ดังกล่าว



จากตัวอย่างข้างต้น เราจะอธิบายการสูญสลายของวัฒนธรรมพื้นบ้านได้ว่า อาจจะเริ่มต้นด้วยการสูญสลายของตัว P ตัวใดตัวหนึ่ง หรืออาจจะยังมีอยู่ แต่ทำหน้าที่ไม่ได้ดังเดิมแล้ว ตัวอย่างเช่น หมอทำกลองที่ร้างราการทำไปหลายสิบปี เมื่อมีกลุ่มไปรื้อฟื้นการทำกลองขึ้นมาใหม่ ครั้งแรกก็ยังขาดความมั่นใจอยู่มาก และเนื่องจากปฏิบัติการย่อยนั้นต่างโยงใยถึงกันหมด ฉะนั้นจึงส่งผลสะเทือนถึงกันทั่วทั้งระบบ

ในทำนองเดียวกัน เมื่อมีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือการเลือกเอาสื่อพื้นบ้านบางอย่างขึ้นมาใช้ประโยชน์ เราก็ควรที่จะศึกษาว่า ตาข่ายแห่งความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้านนั้นมีองค์ประกอบย่อยอะไรบ้าง และมีรูปแบบความสัมพันธ์กันอย่างไร เพราะหากเราผลิตซ้ำ (reproduce) แต่เฉพาะปฏิบัติการย่อยอันเดียวโดยไม่ได้พิจารณาการปฏิบัติการย่อยอื่น ๆ ที่อยู่ในตา

ข่ายนี้ ความหมายและคุณค่าของสื่อพื้นบ้านนั้นก็จะมีไม่เหมือนเดิม กรณีตัวอย่างในบ้านเราก็เช่น การรื้อฟื้นการผูกเสี่ยว หรือการลงแขก ซึ่งขาดองค์ประกอบย่อยตัวอื่น ๆ ในตาข่าย เมื่อ "ไม่ครบองค์ประชุม" ก็ย่อมไม่ได้ความหมายและคุณค่าเหมือนเดิม

(3.6) สืบเนื่องจากแนวคิดของ Gramsci[17] สำนักวัฒนธรรมนิยมจึงมีทัศนะว่า ในปริมณฑลของวัฒนธรรมนั้น ย่อมมีการต่อสู้ด้านอุดมการณ์อยู่ตลอดเวลา และในขณะที่วัฒนธรรมจากส่วนกลางพยายามจะเข้าครอบครองพื้นที่ความเป็นเจ้าด้านวัฒนธรรม (hegemony) วัฒนธรรมพื้นบ้านนั้นก็จะพยายามสร้างสรรค์อุดมการณ์ต่อต้านเพื่อรักษาความเป็นอิสระและเอกลักษณ์ของตนเองอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น การต่อสู้ทางอุดมการณ์ระหว่างอุดมการณ์ทางพุทธศาสนา ที่เผยแผ่จากส่วนกลางเข้าไปในท้องถิ่นภาคเหนือที่เคยมีการนับถือผีต่าง ๆ อยู่ ในการต่อสู้นี้ ท้ายที่สุดแล้วอุดมการณ์พุทธศาสนาก็ได้ชัยชนะ และสามารถปราบผีทุกตัวของท้องถิ่นได้ โดยเฉพาะผีปู่แสะผีย่าแสะซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษ ปัจจุบันนี้เรายังเห็นการประกอบพิธีกรรม "แห่พระบท" ที่เล่าเรื่องการต่อสู้ดังกล่าวตั้งแต่ต้นจนจบ

อย่างไรก็ตาม ในพิธีเรียกขวัญข้าว ซึ่งเป็นพิธีของชุมชนที่ปลูกข้าวก็มีการเล่าเรื่องราวการต่อสู้ระหว่างพระพุทธเจ้ากับผีย่าขวัญข้าวเช่นเดียวกัน และย่าขวัญข้าวได้กล่าวว่า "ไม่ว่าจะเป็นพระพุทธเจ้าองค์ไหนก็จำเป็นต้องกินข้าวทั้งนั้น" ดังนั้น พระพุทธเจ้าจึงได้อนุญาตให้มีการทำพิธีเรียกขวัญข้าวได้ และชาวบ้านก็ได้ผลสรุปการต่อสู้ครั้งนั้นเอาไว้ว่า "คุณขวัญข้าวมี 65 คุณ พระพุทธเจ้ามี 56"

(3.7) จากแนวคิดเรื่อง Production และ Reproduction จากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองซึ่งได้กล่าวเอาไว้ว่า เมื่อมีการผลิตสิ่งใดขึ้นมาแล้ว

จำเป็นต้องมีการผลิตซ้ำสืบทอดอยู่เสมอ จึงจะเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของสิ่งนั้น ในเรื่องสื่อพื้นบ้านก็เช่นเดียวกัน หากขาดการผลิตซ้ำ สื่อนั้นก็จะสูญสลายได้

จากหลักการดังกล่าว Williams ได้นำมาประยุกต์อธิบายว่า ในขณะที่ทุกวันปฏิบัติการทางสังคมจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ในระยะยาวแล้ว จะมีเพียงบาง**วัฒนธรรม**เท่านั้นที่จะคงมีชีวิตยืนยาว เพราะได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ประวัติศาสตร์ตอนชาวบ้านบางระจันและพระยอดเมืองขวางจะได้รับการผลิตซ้ำแตกต่างกัน ทำให้คนไทยรุ่นหลังรู้จักเรื่องราวของชาวบ้านบางระจันมากกว่าพระยอดเมืองขวาง และหากเราอธิบายด้วยสามเหลี่ยมของการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม เราก็จะพบคำตอบว่า สถาบันหรือบุคคลที่มีอำนาจในการผลิตสื่อจะเป็นปัจจัยชี้ขาดความยืนยงของวัฒนธรรมนั้น

และในแต่ละกลุ่มชน แต่ละสังคม ก็จะมีวัฒนธรรมในการเลือกสรรสื่อบางชนิดเอาไว้ หรือตัดทิ้งสื่อบางชนิดทิ้งออกไป ที่เราเรียกว่า มี "วัฒนธรรมในการเลือกสรร" (Tradition of Selection) เช่น สังคมไทยจะใช้วิธีการจัดการความขัดแย้งด้วยการอโหสิ ประนีประนอม ให้อภัย เลิกแล้วต่อกัน ไม่ใช่ต้องแก้แค้นอย่างถึงที่สุด เพราะฉะนั้น เรื่องราวต่าง ๆ ในสื่อของไทยจึงผลิตซ้ำโครงสร้างของเรื่องในทำนองนี้ หรือโครงสร้างของนิทานพื้นบ้าน เพลงกล่อมเด็ก มักจะไม่ส่งเสริมให้มีการท้าทายอำนาจของผู้หลักผู้ใหญ่ โครงเรื่องทำนองนี้จะถูกตัดทิ้งไป ไม่ปรากฏ เป็นต้น ดังนั้น หากเราวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านหลาย ๆ ชนิดจนได้ภาพรวม เราก็อาจจะทราบได้ว่า ชุมชนนั้นมีวัฒนธรรมในการเลือกสรรสื่ออย่างไรบ้าง

(3.8) R. Williams ได้ทำให้ประเด็นการวิเคราะห์ชัดเจนขึ้นด้วยการ

จำแนกประเภทของการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ dominant (วัฒนธรรมหลัก) residual (วัฒนธรรมที่ตกค้างมาจากอดีต ที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมหลัก) emergent (วัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวขึ้นมาใหม่ โดยเป็นผลรวมระหว่างสองประเภทแรก) ดังนั้น ผู้ที่จะศึกษาวิจัยในแนวนี้จึงต้องเก็บข้อมูลภาคสนามของการปฏิบัติวัฒนธรรมนั้นเพื่อค้นหาว่าอะไรเป็นวัฒนธรรมประเภทไหน ผู้เขียนเคยมีประสบการณ์เรื่องการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ของชาวบ้านในอำเภอจอมทอง แต่เดิมนั้นชาวบ้านมีวัฒนธรรมแบบ residual อยู่ 2 อย่างในการจัดพิธีนี้ คือ ความหวังที่จะค้ำจุนพุทธศาสนาเพื่อความสุขในชีวิตภายหน้า และแสดงเอกลักษณ์ของหมู่บ้านตน ดังนั้นในรถแห่ขบวนจึงจะตกแต่งด้วยลักษณะเด่น ๆ ของหมู่บ้าน พร้อมกับมีเพลงประจำหมู่บ้าน (หมู่บ้านนี้เด่นเรื่องจับปลา บ้านนี้เลี้ยงวัว บ้านนี้เกี่ยวข้าวเร็วไม่มีใครสู้ได้) ต่อมา เมื่อทางราชการต้องการจะส่งเสริมวัฒนธรรมดังกล่าวเพื่อการท่องเที่ยว ก็ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบขบวนด้วยการให้ตกแต่งรถขบวนด้วยสาวงามจากแต่ละหมู่บ้าน (dominant) ชาวบ้านพยายามต่อรอง และในท้ายที่สุดผลก็ออกมาว่าเป็นการจัด 2 วัน วันแรกเป็นแบบทางการ วันที่สองเป็นแบบชาวบ้าน นี่คือ emergent ที่เกิดขึ้น

ฉะนั้น ปัจจุบันนี้ถ้าเราทำการศึกษาสื่อพื้นบ้าน สิ่งที่เราจะได้พบก็คือวัฒนธรรมแบบ emergent ที่ถูกเลือกสรรมาผลิตซ้ำ และในฐานะนักวิเคราะห์เราก็คงมีหน้าที่ค้นหาว่า การผลิตซ้ำใหม่นั้นเป็นแบบใด เช่น เป็นแบบ "เหล้าเก่าในขวดใหม่" "เหล้าใหม่ในขวดเก่า" หรือ "ใหม่ทั้งเหล้าทั้งขวด" เป็นต้น

4. **สำนักปรากฏการณ์นิยม** (Phenomenology)

(4.1) เมื่อเปรียบเทียบกับสำนักอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว เอกลักษณ์เด่นของ

สำนักปรากฏการณ์นิยมคือ การยกเลิกความสนใจที่จะวิเคราะห์บรรดาโครงสร้างสังคมหรือสถาบันสังคม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ระดับมหภาค (Macro) และถอยย้อนกลับมาตั้งหลักใหม่ที่**ตัวมนุษย์แต่ละคน** โดยสนใจว่า คนแต่ละคนมีวิธีการมองโลกและมองชีวิต ให้ความหมายแก่โลกและแก่ชีวิตอย่างไรบ้าง เช่นในสมัยพุทธกาล เมื่อพระภิกษุมาพบกันนั้น แทนที่ท่านจะทักทายกันว่า "สบายดีหรือ" เช่นปัจจุบัน ท่านกลับทักทายกันว่า "เป็นไง วันนี้ยังทนต่อชีวิตได้อยู่หรือเปล่า" ประโยคในชีวิตประจำวันเช่นนี้ล่อแสดงทัศนะต่อชีวิตว่าเป็นอย่างไร (เช่น การปรากฏตัวของคำว่า "เซ็ง เลี่ยน จริงๆแล้ว" นั้นบ่งบอกทัศนะของคนไทยปัจจุบันอย่างไรบ้าง)

(4.2) สำนักปรากฏการณ์นิยมนี้ให้ความสนใจศึกษาความรู้และความคิดของมนุษย์ว่าเป็นอะไร แต่ไม่ได้สนใจว่าความรู้นั้นผิดหรือถูก หากแต่สนใจว่าคนเราเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างไร โดยวิธีการอะไร และสำนักนี้เชื่อว่า เราจะเข้าใจความคิดดังกล่าวได้ก็ต่อเมื่อหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ**สิ่งที่ประชาชนปฏิบัติอยู่ในชีวิตประจำวัน** เช่น การสนทนา การทักทาย การหยอกล้อ สิ่งง่าย ๆ ที่ประชาชนปฏิบัติอยู่ (เช่น เมื่อคนขับรถแท็กซี่ซื้อพวงมาลัยห้อยรถ แม่ค้ากล้วยปิ้งต้องเอากล้วยผลหนึ่งใส่เตาไฟก่อนจะเริ่มขาย) หรือข้อความในสติ๊กเกอร์ติดหลังรถว่า "ดีใจจัง คนข้างหลังก็เป็นลาว" สื่อดังกล่าวนี้แสดงทัศนะอะไรบ้าง

(4.3) สำนักนี้อธิบายว่า วิธีการที่คนเราจะเข้าใจความหมายต่าง ๆ ได้นั้น จะเป็นไปไม่ได้เลยหากคนแต่ละคนสร้างชุดรหัสความหมายส่วนตัวขึ้นมาเอง แต่เท่าที่ทุกวันนี้เราต่างเข้าใจกันได้ ก็เพราะในแต่ละคนแต่ละกลุ่มจะมีการสร้างระบบความหมายร่วมกันขึ้นมา (Shared Stock of Communication Knowledge) เช่น ถ้าเราเป็นคนญี่ปุ่นที่ต้องการแสดงว่าน้ำซุปอร่อยมาก เราก็

ต้องซดด้วยการทำเสียงดัง ๆ และมีแต่คนญี่ปุ่น (หรือคนที่เข้าใจธรรมเนียมญี่ปุ่น ซึ่งหมายความว่ารู้รหัสของความหมายร่วม) จึงจะอ่านการกระทำนั้นได้

(4.4) เนื่องจากสนใจเรื่อง**ความหมาย** ในบรรดาวัตถุดิบที่สำนักนี้สนใจศึกษาจึงเป็นเรื่อง sign ต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลผลิตที่มีความหมายมากที่สุดของมนุษย์ และในท่ามกลาง sign ทั้งหลายนี้ ภาษาจัดเป็น sign ที่สำคัญที่สุด ดังนั้น สำนักนี้จึงสนใจที่จะวิเคราะห์บรรดาเรื่องเล่า นิทาน บทสนทนา ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ

คำถามหลักที่เป็นเข็มทิศชี้นำการวิเคราะห์ คือ "โลกทางสังคม" ของคนเราถูกสร้างขึ้นมาด้วยคำพูดได้อย่างไร เช่น ทำไมผญาของอีสาน หนุ่มอีสานจึงเรียกผู้หญิงว่า "เจ้าผู้มีฟืมซาวห้า" (ฟืมเป็นอุปกรณ์การทอผ้า) ทำไมผู้หญิงจึงถูกให้คุณค่าตามความสามารถของการทอผ้า หรือทำไมทุกครั้งที่ผู้ชายจะคิดถึงผู้หญิง จึงเป็นบรรยากาศของการทำนา (ช่วยกันเกี่ยวข้าวปักดำ) ทุกครั้งไป นักวิเคราะห์จะสนใจว่าคนเราพูดอะไร ทำไมจึงพูดอย่างนั้น พูดแล้วมีความหมายอะไร ความหมายนั้นมาประกอบขึ้นเป็น "โลกทัศน์ทางสังคม" ของผู้คนได้อย่างไร (ผู้ชายที่เติบโตมาในระบบความหมายแบบนี้ ทัศนะในการมองผู้หญิงจะเป็นเรื่องการทอผ้าและความสามารถในการทำงาน)

(4.5) นักวิชาการในสำนักนี้ได้อธิบายถึงหน้าที่และความจำเป็นของโลกแห่งความหมายโดยขยายเนื้อหาของทฤษฎีต่อมาว่า โลกแห่งความเป็นจริงและโลกแห่งความหมายของคนเรานั้นขัดแย้งกันอยู่เสมอ ในโลกแห่งความคิดคนเราต้องการชีวิตอันเป็นอมตะ หรือเรื่องชีวิตอันเป็นอมตะของพวกแวมไพร์ทั้ง ๆ ที่ในโลกแห่งความเป็นจริง คนเราล้วนต้องตายทุกคน ในโลกแห่งความคิด เราต้องการวีรบุรุษที่เก่งกาจแบบเหาะเหินเดินอากาศได้ มีความสามารถเหนือมนุษย์แบบ superman ทั้ง ๆ ที่ในโลกแห่งความเป็นจริง

มนุษย์ล้วนมีความสามารถอันจำกัด ดังนั้น ในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อพื้นบ้าน เราจึงสามารถจะเข้าใจความคิดและจินตนาการในโลกแห่งความหมายได้ เช่น ถ้าวิเคราะห์เพลงพิษฐานในแถบจังหวัดสุโขทัย ก็จะทราบว่าคนแถบนั้นมีปัญหาอะไรบ้างที่เกินกำลังความสามารถมนุษย์จะแก้ไข การวิเคราะห์เพลง "จันทร์เจ้าขา ขอข้าวขอแกง" หรือการวิเคราะห์เนื้อหาในใบเซียมซีก็จะช่วยให้ทราบว่า คนไทยอยากได้อะไร และคนไทยกังวลใจ อยากรู้เรื่องอะไรบ้าง (สิ่งที่ concern)

(4.6) ปัจจุบันนี้ สำนักปรากฏการณ์นิยมสนใจที่จะศึกษาเรื่อง "ความต่อเนื่องและความขาดตอน" (Continuity + Discontinuity) ของสื่อพื้นบ้านที่เกิดมาตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หลักธรรมะเรื่อง "ธรรมะย่อมชนะอธรรม" ที่เคยปรากฏในนิทานพื้นบ้านนั้น ยังมาปรากฏในหนังไทยหรือไม่ หรือภาพของสตรีในนิทานพื้นบ้าน มีความต่อเนื่องหรือขาดตอนกับนางเอกละครโทรทัศน์อย่างไรบ้าง การปลอมตัวเป็นพราหมณ์ของยอพระกลิ่นได้แปรรูปมาเป็นนางเอกที่มีอาชีพเป็นวิศวกร เช่น บัวขาว (ในละครโทรทัศน์เรื่อง "จะไม่มีช่องว่างระหว่างเรา") ใช่หรือไม่ ความต่อเนื่องและความขาดตอนนั้นเป็นเครื่องหมายส่อแสดงว่า สังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงความหมายต่อ "ผู้หญิงไทย" ไปหรือไม่ อย่างไร

5. การวิเคราะห์ในแบบอื่น ๆ

(5.1) นอกเหนือจากการวิเคราะห์ตามสำนักคิดทั้งสี่ที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีวิธีการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์โดยการจำแนกประเภท ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันในการแยกประเภทของนิทานพื้นบ้านหรือเพลงพื้นบ้าน เป็นต้น

G.C. Chu[18] ได้เสนอวิธีการแยกประเภทของสื่อพื้นบ้าน โดยดูระดับและชนิดของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้รับ ซึ่งอาจจะแยกได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. Spectator Media เป็นสื่อที่ผู้ชมมีหน้าที่ดูชมอย่างเดียวโดยไม่มีส่วนร่วม เช่น การแสดงลิเก การฟังเทศน์ในงานบุญพระเวส เทศน์พระมาลัยในงานศพ

2. Participating Media เป็นสื่อที่ผู้ชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น การรำวง เล่นรองเง็ง เพลงเกี่ยวข้าว

3. Expressive Media เป็นสื่อที่ผู้สร้างสื่อต้องการจะแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของตน เช่น ข้อความที่เขียนตามท้ายรถสิบล้อ การปั้นหม้อข้าวหม้อแกง ลวดลายการปั้นโอ่ง เป็นต้น

(5.2) เนื่องจากสื่อพื้นบ้านหลายชนิดมีลักษณะเป็นเรื่องเล่า (Narrative Style) ดังนั้น เราจึงนำเอาหลักการวิเคราะห์ละคร (Drama Critic) ที่แยกแยะดูองค์ประกอบย่อย ๆ ของละคร เช่น ตัวละคร การดำเนินเรื่อง ฉาก บทสนทนา การแต่งกายหรือตอนจบมาวิเคราะห์ได้ ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์วีรบุรุษ (พระเอก) วีรสตรี (นางเอก) เช่น พระอภัยมณี สังข์ทอง ไกรทอง หรือการวิเคราะห์ตัวร้ายในสื่อพื้นบ้านเหล่านี้ว่า อะไรเป็นคุณลักษณะที่ทำให้เป็นผู้ร้าย (รูปร่างหน้าตา จิตใจ วาจา การกระทำ ฯลฯ)*

*__ที่มา__: เอกสารประกอบการสอน "สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา" คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เชิงอรรถ

1. Hidetoshi Kato, "Popular Culture" in **Communication Research: a Half-Century Appraisal**, D. Lemer and L.M. Nelson (eds.), East-West Center Book, 1977.
2. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, **วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม**, สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

3. H. Kato, **เล่มเดิม**, เรื่องเดิม.
4. จิตตนา หนูณะ, **บทบาทและการเสื่อมสลายของรองเง็งตันหยง**, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2533.
5. ดู กาญจนา แก้วเทพ, "นานาความหมายของคำว่า วัฒนธรรม", **ศิลปวัฒนธรรม** ปีที่ 8:3 (มกราคม 2530), หน้า 16-19.
7. อ้างจาก Godwin C. Chu. (ed) **Popular Media in China,** East-West Center, 1978, p.1.
8. M. Real, "Popular Music and Cultural Change", **Media Development**, 29. (1982)
9. สนใจรายละเอียดคำว่า "การวิเคราะห์" ดู กาญจนา แก้วเทพ **การเข้าใจสังคม**: **คู่มือสำหรับผู้ปฏิบัติงานและนักพัฒนา**, สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, 2532.
10. ดูตัวอย่างงานศึกษาของปรีชา อุยตระกูล และสุวัฒน์ ช่างเหล็ก, **สังคมพัฒนา**, ฉบับที่ 3: 2538. หน้า 60-70.

11. G.C. Chu and Ai-li Chu. “Cultural Process in China: Continuity and Change” in G.C. Chu, **เล่มเดิม**, บทที่ 8.
12. ปรานี วงษ์เทศ, "การละเล่นและพิธีกรรมในสังคมไทย", **วัฒนธรรมพื้นบ้าน**: **คติความเชื่อ**, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
13. สนใจดูรายละเอียดใน กาญจนา แก้วเทพ, "การนำวิธีวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร", **วารสารนิเทศศาสตร์**, (จุฬา) 9:2531 ภาคต้น.

14. ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง, **ในท้องถิ่นมีนิทานและการละเล่น: การศึกษาคติชนวิทยาในบริบททางสังคมไทย**, สำนักพิมพ์มติชน, 2537.
15. ดูตัวอย่าง กิ่งแก้ว อัตถากร, **คติชนวิทยา**, หน่วยศึกษานิเทศก์, กรมการฝึกหัดครู, 2519, หน้า 121-129.
16. ดู กาญจนา แก้วเทพ, "สหวิทยาการ การศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน" ใน **พื้นบ้านพื้นเมือง : ถิ่นไทยทักษิณ**, พรศักดิ์ พรหมแก้ว (บ.ก.), สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สงขลา, 2534, หน้า 43-60.
17. ดู กาญจนา แก้วเทพ, "วิเคราะห์วัฒนธรรมพื้นบ้าน" **สังคมพัฒนา** (สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา), ฉบับที่ 3: 2528, หน้า 48-59.
18. G.C. Chu, **เล่มเดิม**.

การวิเคราะห์ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารของท้องถิ่น

ทำไมต้องเป็น “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

ก่อนที่จะกล่าวถึงเรื่องการวิเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการสื่อสาร ผู้เขียนอยากจะทดสอบความมั่นใจเสียก่อนว่า ความสนใจในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของพวกเรานั้นมีความหนักแน่นมากน้อยเพียงใด มีที่มาที่ไปอย่างไร

วรพล พรหมิกบุตร (**กรุงเทพธุรกิจ**, 2 ม.ค.2545) ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อสิบกว่าปีที่แล้ว แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียง เหล่านี้ยังคงเป็นเพียง “โรแมนติกทางวิชาการ” เท่านั้น แต่ทว่าหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตั้งแต่ทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา แนวคิดดังกล่าวก็กลายเป็นเรื่องจริงเรื่องจัง เรื่องที่คนไทยจำนวนไม่น้อยยึดถือปฏิบัติกัน กล่าวในแง่นี้ เหตุผลแรกของการที่ต้องย้อนกลับหาแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น อาจจะมีเหตุผลแบบหลังชนฝา พูดง่าย ๆ ก็คือ ไม่มีภูมิปัญญาจากแหล่งอื่น ไม่ว่าจะเป็นตะวันตกหรือชนชั้นสูง / ชั้นกลาง ให้สังคมไทยเกาะยึดอีกต่อไปแล้ว จึงต้องหันมาหาภูมิปัญญาชาวบ้าน

เหตุผลแบบหลังชนฝาอาจจะใช้เป็นจุดตั้งต้น (Entry point) ในการหวนกลับมาหาภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ แต่ทว่ายังมีความหนักแน่นไม่เพียงพอ จนอาจทำให้สังคมไทยมีอาการลอกแล่ก เปลี่ยนใจไปมาได้ง่าย จึงควรมีเสารองรับเส้นทางที่จะเดินไปสู่การศึกษาค้นคว้าเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากกว่านี้

มีเหตุผลอยู่ 2-3 ประการที่จะสนับสนุนทิศทางการย้อนกลับไปหามรดกตกทอดในสังคมไทย เหตุผลแรกเป็นเรื่องของ**ความหลากหลายทางวัฒนธรรม / ภูมิปัญญา** เนื่องจากภูมิปัญญาตะวันตก / สมัยใหม่ / วิทยาศาสตร์ / ทุนนิยม นั้นมีลักษณะ “เป็นแบบเดียวหมด” (standardized / homogeneity) **แต่ทว่าปัญหาต่าง ๆ** ที่เกิดขึ้นกลับมีความหลากหลาย หลายแง่หลายมุม จึงจำเป็นต้องมีภูมิปัญญาหลาย ๆ แบบมา**แก้ปัญหา** ในแง่นี้ เป็นจุดเด่นเฉพาะตัวของภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากมีแหล่งกำเนิดมาจากหลายต้นตอ มีลักษณะเฉพาะถิ่น (localized) บ้านใครบ้านมัน ตัวอย่างด้านการสื่อสารจะแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ในสมัยก่อน เพลงพื้นบ้านจากแต่ละบ้านล้วนมีเอกลักษณ์แตกต่างกัน แต่ปัจจุบันค่ายเทปเพลงไทยสากลมีอยู่เพียง 3-4 ค่าย ผลิตเพลงออกมาก็จะฟังคล้าย ๆ กันหมด

เหตุผลประการที่สองก็คือ ลักษณะความเป็นอิสระและสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น C.Rawlence (1979) เคยตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อนำเอาเกณฑ์เรื่อง “การควบคุมสื่อ” มาใช้พิจารณาสื่อพื้นบ้าน จะพบว่า ตำแหน่งแห่งที่ของกระบวนการผลิต การเผยแพร่และการบริโภคนั้นจะดำเนินการอยู่ใน**ปริมณฑลที่ไม่เป็นทางการ** (Informal institution) เช่น เล่นอยู่ตามหมู่บ้าน ในบ้านเจ้าภาพที่จัดงาน ฯลฯ ดังนั้นจึงปลอดจากการควบคุมของสถาบันกฎหมาย – การเมือง (อำนาจรัฐ) และเศรษฐกิจ การแสดงลิเกหรือจำอวดจึงสามารถจะเล่นเรื่องเพศ ใช้คำสบถสาบาน หยาบคาย แม้แต่ล้อเลียนอำนาจรัฐได้ การอยู่ในเขตปลอดการควบคุม ทำให้สื่อพื้นบ้านมีลักษณะสร้างสรรค์อย่างสูงมาก ดังเช่น งานวิจัยงาน D.Lancaster (1977) ที่ศึกษาศิลปินพื้นบ้านทางภาคเหนือของไทยที่แสดงมาแล้ว 12 ปี โดยยังไม่เคยเล่นแบบเก่าเลย

อีกเหตุผลหนึ่งก็คือ ในขณะที่สื่อมวลชนสมัยใหม่มักจะมีวิธีคิดแบบแบ่งแยก (Compartmentalism) เป็นกรอบเบื้องหลังการผลิตผลงาน เช่น ต้องมีการแยกประเภทรายการแบบ “สาระ” และ “บันเทิง” ออกจากกัน แยกเรื่อง “ทางโลก” (Secular) และเรื่อง “ทางธรรม” (Sacred) ไม่ให้ปะปนกัน ฯลฯ ในสื่อพื้นบ้านกลับมีวิธีคิดแบบองค์รวม (Holistic) เช่น การเล่นหมอลำนั้นต้องเป็นระบบ “two in one” คือมีทั้งสาระและบันเทิงควบคู่กันไป หรือในกรณีของการประสานเรื่องทางโลก / ทางธรรมนั้น ในเค้าโครงเรื่องของนิทานพื้นบ้าน เช่น พญากงพญาพานนั้น ในขณะที่มีการสร้างปัญหาด้วยวิธีการ**แบบทางโลก** เช่น การทำปิตุฆาต และวิธีแก้ปัญหานั้น จะนำเอาวิธีการ**แบบทางธรรม**มาใช้ เช่น การสร้างเจดีย์ (ดู กิ่งแก้ว, 2519)

จากเหตุผล 2-3 ประการที่กล่าวมานี้ น่าจะเป็นตอม่อที่เข้มแข็งพอที่จะรองรับการสร้างสะพานที่จะข้ามไปสู่การแสวงหาวิธีการวิเคราะห์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ซึ่งถูกนิยามว่า เป็นข้อค้นพบเป็นประสบการณ์ เป็นบทเรียนที่ทำให้ท้องถิ่นสามารถดำรงอยู่มาได้อย่างยาวนานจนกระทั่งทุกวันนี้ โดยที่ข้อค้นพบดังกล่าวอาจจะเป็นภูมิรู้เกี่ยวกับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ / วัตถุ (เป็นภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี) หรือความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนด้วยกัน (เป็นภูมิปัญญาด้านสังคม / เศรษฐกิจ / การเมือง (วัฒนธรรม) และเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับบรรดาสิ่งเหนือธรรมชาติต่าง ๆ (เป็นภูมิปัญญาด้านศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม ฯลฯ) ในท่ามกลางภูมิปัญญาท้องถิ่นอันหลากหลายนี้ มีภูมิรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการสื่อสารเป็นองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่งที่เราจะให้ความสนใจวิเคราะห์ในบทความนี้

ขอบเขตของการสื่อสารพื้นบ้าน

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า วัฒนธรรม/ภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้นมีลักษณะหลากหลายอย่างยิ่ง ในเรื่องของการสื่อสารพื้นบ้านก็เช่นเดียวกัน และการจัดประเภทการสื่อสารพื้นบ้านนั้น ก็แล้วแต่ว่า เราจะยึดถืออะไรเป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารพื้นบ้านนั้นครอบคลุมทั้งส่วนที่เป็น “ศิลปวัฒนธรรม” และส่วนที่เป็น “ชีวิตวัฒนธรรม”

กล่าวเฉพาะในด้านการสื่อสาร หากเราใช้ “ประเภทของสื่อ” เป็นเกณฑ์ ก็จะพบว่า การสื่อสารพื้นบ้านนั้นมีวิธีการจัดแบ่งประเภทโดยใช้เกณฑ์ได้หลายแบบ ดังตัวอย่างนี้

G.Seal (1989) ได้แบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านในความหมายที่กว้างขวางแนวสัญญะวิทยา (Semiology) ที่ถือว่า “ทุกอย่างสามารถเป็นสัญญะได้ทั้งสิ้น หากว่าสิ่งนั้นมีความหมายอยู่เบื้องหลัง” Seal แบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. **รูปแบบสื่อที่เป็นวจนภาษา** (Verbal Form) มีขอบเขตกว้างขวาง ตั้งแต่ คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า ตำนาน ปริศนาคำทาย ฯลฯ

2. **รูปแบบสื่อที่เป็นพฤติกรรม** (Behavior Form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกมและการละเล่นต่าง ๆ เป็นต้น

3. **รูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ** (Material Form) เช่น งานฝีมือ การผลิตข้าวของเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งร่างกาย เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร ฯลฯ

4. **รูปแบบที่เป็นอวจนภาษา** (Non-verbal Form) เช่น การแสดงอากัปกิริยา การเต้นรำ การวาดภาพหรือเขียนอักษรบนฝาผนัง ฯลฯ

นอกจากวิธีจัดแบ่งดังกล่าวแล้ว ยังอาจมีการจัดแบ่งโดยใช้แกน 2 แกนตัดกัน แกนแรก เราอาจแบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็นสื่อประเภทภาษา (Verbal) และอวจนภาษา (Non-verbal) อีกแกนหนึ่งก็เป็น 2 ข้าง เช่นกัน คือ discursive (กิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา) และ presentational symbols (กิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้สัญลักษณ์อื่น ๆ เป็นเครื่องแสดงออก) จากแกนทั้งสองที่ตัดกันนี้ ก็จะได้กลุ่มประเภทเป็น 4 ประเภท ที่เราอาจจะนำเอาสื่อพื้นบ้านแบบต่าง ๆ มาจัดวางไว้ ไม่ว่าจะเป็นนิทาน เพลงพื้นบ้าน ตำนานหมู่บ้าน ปริศนาคำทาย การละเล่นของเด็ก พิธีกรรม เป็นต้น

Approach ในการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน

ในการไขประตูไปสู่ความรู้เรื่องภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้น มีกุญแจอยู่หลายดอกให้เราเลือกใช้ กุญแจแต่ละดอกก็จะเปิดประตูที่แตกต่างกันออกไป อุปมาอุปมัยกุญแจดังกล่าวนี้ในทางวิชาการก็คือ Approaches ในการศึกษา ในที่นี้จะยกตัวอย่าง approaches ในการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านดังนี้

(ก) การวิเคราะห์ภูมิปัญญาในฐานะ “เครื่องมือ” v.s “โครงสร้าง

(ข) การวิเคราะห์ภูมิปัญญาแบบ “Product” v.s “Process”

(ค) การศึกษาภูมิปัญญาแนวหน้าที่นิยม (Functionalism)

(ง) การศึกษาอุดมการณ์และการต่อสู้เชิงอุดมการณ์ในภูมิปัญญาพื้นบ้าน

(จ) การวิเคราะห์ “ส่วนที่มองเห็น” v.s “ส่วนที่มองไม่เห็น”

(ก) ภูมิปัญญาเป็น "เครื่องมือ" หรือเป็น "โครงสร้าง"

(1) **การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบเป็นเครื่องมือ** เรียกว่า "Instrumental approach" ซึ่งหมายความว่า เป้าหมายของการศึกษานั้นก็เพื่อจะนำเอาภูมิปัญญามาปรับใช้ในบริบทใหม่ ตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ กรณีของสมุนไพร ซึ่งในส่วนองค์ประกอบทั้งหมดของสมุนไพร (ตัวยา) ป่า (แหล่งกำเนิดสมุนไพร) องค์ความรู้เรื่องการรักษา (Information-knowledge) ตัวหมอ (ที่ประกอบทั้งด้านภูมิรู้และภูมิธรรม) คนไข้ (ที่ประกอบด้วยการรับรู้ / ทัศนคติ) กฎเกณฑ์ / บรรทัดฐานเกี่ยวกับการเยียวยา (เช่น หลักที่ว่า "ยาขอหมอวาน") ฯลฯ ปัญหาส่วนใหญ่ของการพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบที่เป็นเครื่องมือนี้ก็คือ เมื่อมีการหยิบยืมมาใช้ มักจะนำมาใช้ไม่ครบชุด โดยเลือกมาใช้เป็นบางส่วนเสี้ยว เช่น เอาแต่ตัว "สมุนไพร" มาอย่างเดียว ไม่เอา "จิตวิญญาณ / หลักการยาขอ-หมอวาน" มาใช้ด้วย หรือทัศนคติของคนใช้ต่อยาสมุนไพรก็คือ ต้องการรักษาโรคให้หายอย่างรวดเร็วทันใจ ซึ่งเป็นทัศนคติที่ไม่เข้าชุดกับสมุนไพร เป็นต้น แบบแผนหลักของการหยิบเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านมาใช้ก็คือ มักหยิบยืมแต่ "รูปแบบ" แต่ขาด "เนื้อหา / ความหมาย / จิตวิญญาณ" เช่น การหยิบเอารูปแบบ "การผูกเสี่ยว" มาใช้ แต่ไม่มี "จิตวิญญาณ" ของความเป็นเพื่อนตายกันติดมาด้วย หรือหยิบมาแต่ "ตัวบท" (text) หากทว่าปราศจาก "บริบท" (context) รองรับ เช่น การหยิบเอาเพลงเด็กเล่นมาร้องใหม่ แต่เนื้อหาที่ร้องอยู่นั้น เด็ก ๆ ไม่รู้จักแล้ว เป็นต้น

(2) **การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบโครงสร้าง** เรียกว่า "Structural Approach" การพิจารณาว่า ตัวภูมิปัญญา / การสื่อสารนั้นจะต้องมีโครงสร้างสังคมเป็นตัวรองรับ เปรียบเสมือนเชื้อกล้วยไม้ที่ต้องมีวุ้นอาหารรองรับ ดังนั้น หากตัวภูมิปัญญาหรือตำรายาสมุนไพรมาเกิดใน

โครงสร้างสังคมแบบทุนนิยม ก็จะแปรเปลี่ยนโฉมหน้าไปเป็นเรื่องของการลงทุนและแสวงหากำไร การพิจารณาภูมิปัญญา / การสื่อสารในแง่โครงสร้างนี้จะสนใจเรื่องการสร้างเงื่อนไข / โครงสร้าง / บริบท ที่เอื้อต่อกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา (Production / Reproduction)

(ข) การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural product V.S. Cultural process

(1) **การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ** Cultural product ได้แก่ การให้ความสนใจ**กับตัวภูมิปัญญา** (text) เช่น การเก็บรวบรวมบทเพลงกล่อมเด็ก ตำนาน ประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ หนังสือพื้นบ้าน ฯลฯ การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural product นี้ ยังอาจมีระดับของเป้าหมายที่ลดหลั่นกันเป็นลำดับชั้นดังนี้

- Description + Classification ได้แก่ วิธีการศึกษาที่มุ่งเก็บรวบรวมประเภท และมุ่งพรรณนารายละเอียดของภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยอาจจะมีการจัดแบ่งประเภท ตัวอย่างเช่น การเก็บนิทานพื้นบ้านในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

- การศึกษาว่า “ตัวภูมิปัญญาพื้นบ้าน” ดังกล่าว “ส่องสะท้อน” (Reflection) ให้เห็นสภาพสังคมได้อย่างไร โดยที่วิธีการศึกษาดังกล่าวจะวางอยู่บน Reflection Theory ที่เชื่อว่า “ภูมิปัญญา / การสื่อสาร เป็นภาพสะท้อนของสภาพสังคมในขณะนั้น ๆ” ตัวอย่าง เช่น งานศึกษาโลกทัศน์ของชาวนาไทยภาคเหนือผ่านบทเพลงค่าวซอ เป็นต้น

- การศึกษา “ตัวภูมิปัญญา หรือ การสื่อสารพื้นบ้าน“ เป็นตัวแทนของระบบสัญลักษณ์ของสังคม (Symbol) ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์นิทาน

พื้นบ้านเรื่อง โสนน้อยเรือนงาม มีการใช้สัญญะต่าง ๆ มากมาย เช่น “เรือนงาม” เป็นสัญญะแทนความหมายอะไร การพิสูจน์ตัวจริงของโสนน้อยด้วย “การทอผ้า” นั้นเป็นสัญญะแทนความหมายอะไร

- การศึกษาว่า “ตัวภูมิปัญญาพื้นบ้าน” ที่เป็นสัญญะนั้น มีความเกี่ยวพันกับบริบททางสังคมอย่างไร ทำไมจึงเกิดนิทานพื้นบ้านที่ใช้สัญญะเกี่ยวกับเรื่องความโลภในการกินมากมายหลายเรื่องในภาคอีสาน เช่น ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ตำนานหนองหาร ฯลฯ สัญญะดังกล่าวเกี่ยวข้องกับความอดอยากของบริบทสังคมอีสานอย่างไร (สนใจโปรดดู Thompson, 1995)

(2) **การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ** Cultural Process/ Practice / Production การศึกษาภูมิปัญญาเป็นแบบ Cultural process นั้นได้รับอิทธิพลมาจากสำนัก Marxism ที่สนใจกระบวนการผลิตสินค้า นักวิชาการสำคัญในกลุ่มนี้ เช่น R.Williams กล่าวว่า ไม่เพียงแต่ “สินค้า” เท่านั้น ที่ต้องมีกระบวนการผลิต เพราะ “วัฒนธรรม” ก็ต้องมีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกัน

หลักการสำคัญของแนวทาง Cultural Production / process / practice ที่มักเรียกว่ากลุ่ม Culturalist มีดังนี้

- เมื่อ “วัฒนธรรม” จำเป็นต้องมีกระบวนการผลิต กระบวนการนี้ก็จะคล้ายคลึงกับการผลิตสินค้า กล่าวคือ ต้องมีองค์ประกอบการผลิต (elements of production) วัตถุดิบ มีตัวผู้ผลิต มีเครื่องมือการผลิต มีองค์ความรู้ในการผลิต มีสถานที่ มีกาลเวลา มีการแพร่กระจาย กระบวนการใช้การบริโภคผลผลิต รวมทั้งมีกลุ่มคนที่ใช้วัฒนธรรมนั้น

- ดังที่ Marx ได้กล่าวไว้ว่า สำหรับเจ้าของทุนที่ทำการผลิตสินค้านั้น หากต้องการให้ทุนนั้นมีชีวิตที่ยั่งยืนยาวนาน จะผลิตเพียงครั้งเดียวแล้วก็

เลิกกันไม่ได้ แต่จะต้องมีกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (Reproduction) ในกรณีของการผลิตวัฒนธรรมก็เช่นเดียวกัน ในแต่ละวัน มีวัฒนธรรมมากมายถูกผลิตขึ้นมา แต่หากวัฒนธรรมนั้นไม่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด วัฒนธรรมนั้นก็จะอายุสั้น หรือล้มหายตายจากไป (ในความเข้าใจของประชาชนทั่วไป มักเรียก "วัฒนธรรม" ดังกล่าวว่า "แฟชั่น / วูบวาบ / ประเดี๋ยวประด๋าว") "วัฒนธรรม" ที่ไม่ได้รับการสืบทอดนี้อาจมีตั้งแต่สิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ถ้วยโถโอชาม เครื่องแต่งกาย บ้านเรือน ฯลฯ ไปจนกระทั่งถึงวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม เช่น ความหมายของภาษา (คนไทยยุคปัจจุบันไม่รู้จักความหมายของคำว่า "ชิ้น" ที่แปลว่าเป็น "คนรัก" แล้ว) หรือวิธีคิด เช่น ความคิดเรื่อง "ไม่เป็นไร อโหสิกรรม" อาจจะหายไปแล้วในปัจจุบัน

- เนื่องจากสำนัก Culturalism เชื่อว่า ในคนแต่ละกลุ่มต่างมีวัฒนธรรมของตัวเอง ดังนั้นเมื่อมาอยู่รวมกันเป็นหมู่บ้าน อำเภอ จังหวัด ภาค ชาติ โลก ฯลฯ วัฒนธรรมย่อย ๆ เหล่านี้ก็อาจจะต้องขัดแย้ง ต้องปะทะ ต้องต่อสู้ต้องต่อรองกัน (Cultural hegemony) เช่น แต่เดิมคนภาคเหนือจะมีภูมิปัญญาในการจัดความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นเอาไว้ว่า "หัวหงอกเดินนำ หัวดำเดินตาม" แต่ปัจจุบัน ภูมิปัญญาของเด็กรุ่นใหม่อาจจะระบุว่า "เห็นคนแก่ว่าเสือเฒ่า เห็นตุ๊เจ้าว่าเสือเหลือง" หรือ "เชื่อโบราณจะบานบุรี" เป็นต้น

สำหรับการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านตามแนวทาง Culturalism นี้อาจจะแบ่งระดับการวิเคราะห์ออกไปเป็น 2 ระดับ คือ

(1) **การวิเคราะห์กระบวนการภายในของตัวการผลิตเอง** อันได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย ๆ ของการผลิตดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างเอาไว้ในเรื่องของการสื่อสารโดยตรง คือ การผลิตภูมิปัญญาเกี่ยวกับ "กลอง" ของทางภาคเหนือ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบมากมาย

เริ่มตั้งแต่ต้องมีหมอทำกลอง(ผู้ผลิต) มีตำราทำกลอง (องค์ความรู้) ต้นไม้ / หนังวัว (วัตถุดิบ) มีความต้องการที่จะใช้กลอง มีสถานที่ตั้ง มีช่วงเวลากระทำ มีขั้นตอนการทำ มีการระบุหน้าที่ของกลองต่อชุมชน ฯลฯ การวิเคราะห์องค์ประกอบภายในของกระบวนการผลิตนี้ช่วยอธิบายทั้งความอยู่ยงคงกระพันของภูมิปัญญาหนึ่งๆหรืออาจสูญสลาย หรือมิฉะนั้นก็ช่วยอธิบายการดัดแปลง คลี่คลายกลายรูปของภูมิปัญญาแต่ละอย่าง อันเนื่องมาจากการขาดหายหรือการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบย่อย ๆ เหล่านั้นนั้นเอง (โปรดดู กาญจนา, 2539)

(2) **การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง "ภูมิปัญญา" กับ "บริบท / โครงสร้างของชุมชน / สังคม"**_ จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นว่าภูมิปัญญาแต่ละอย่างเป็นปฏิกริยา / ความพยายามที่มนุษย์จะจัดการกับบริบทสภาพแวดล้อมของเขา ดังนั้นบริบทแวดล้อมจึงเป็นเสมือน "บ่อเกิด" ของภูมิปัญญา และหากบ่อเกิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป ตัวภูมิปัญญาเองก็ย่อมผันแปรตามไปด้วย ตัวอย่างเช่น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำ / การใช้ / การมอบหมายหน้าที่ของกลอง ที่กล่าวมาข้างต้น ภูมิปัญญาดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายใต้บริบทที่ชุมชนมีความต้องการรูปแบบการสื่อสารเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ภายในชุมชน (เมื่อผู้ใหญ่ตีกลองเรียกประชุม) การสื่อสารเพื่อบอกจังหวะชีวิตการทำกิจกรรมของชุมชน (พระตีกลองเพล) การสื่อสารเพื่อการปกป้องระวังภัยของชุมชน (เวลาเกิดอันตรายแก่ชุมชน) ฯลฯ แต่ทว่าเมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงไป เช่น หมู่บ้านเปิดออกสู่โลกภายนอก ชาวบ้านทุกบ้านมีวิทยุ หมู่บ้านมีหอกระจายข่าว มีโทรศัพท์หมู่บ้านไปจนกระทั่งถึงมีอินเตอร์เน็ต ฯลฯ ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับการทำ / การใช้ / หน้าที่ของกลองก็ต้องแปรเปลี่ยน / ปรับรูป / หรือแม้กระทั่งสูญหายไป

สำหรับกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (Reproduction) ซึ่งเป็นหลักประกันการอยู่ยงคงกระพันของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้น มีข้อสังเกตว่าการสืบทอดนั้นจะมีได้ในหลายลักษณะ เริ่มตั้งแต่สืบทอดแบบ**ลอกเลียนมาจากต้นฉบับ**อย่างครบถ้วน (ตัวอย่างเช่น การเล่นดนตรีคลาสสิก) ไปจนกระทั่งถึงการ**สืบทอด**พร้อมทั้ง**ดัดแปลง**ไปด้วย ซึ่งในกรณีหลังมีจะเป็นรูปแบบส่วนใหญ่ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าผู้สืบทอดจำเป็นต้องดัดแปลง (adaptation) ของเก่าให้เข้าชุดกับบริบทสังคมใหม่ ตัวอย่างศิราพร (2537) ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อโทรทัศน์นำเอานิทานพื้นบ้านไทยมานำเสนอในจอแก้ว หากช่วงเวลาแพร่ภาพเป็นตอนเช้าวันเสาร์ – อาทิตย์ ที่เด็ก ๆ ดู ก็จำเป็นต้องเพิ่มตัวละครแบบกุมารทอง ลงไปในเรื่อง “ยอพระกลิ่น” เพื่อให้ดึงดูดใจผู้ชมเด็ก ๆ หรือมิฉะนั้นก็จะมีการแต่งนิทานเรื่องใหม่ ๆ ที่แม้จะ “ดูโบราณ” แบบจักร ๆ วงศ์ ๆ แต่ก็มักจะไม่ใช่เนื้อเรื่องแบบเดิมที่ให้เจ้าชายออกหาคู่ แต่กลับมีแก่นเรื่องเป็น “การปราบมาร” คล้าย ๆ หนังจีน และมักมีนางเอกที่เป็นผู้หญิงเก่ง มีวิทยายุทธ ป้องกันตัวเองได้ ผิดกับนางเอกในนิทานเก่า ๆ ของไทย การดัดแปลงดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมไทยปัจจุบันที่มีกระแสสิทธิสตรีเพิ่มสูงขึ้น และเนื่องจากมีการดัดแปลงดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาที่เริ่มเก็บสะสมภูมิปัญญาพื้นบ้านอาจจะคาดหวังไม่ได้ว่า จะได้พบกับภูมิปัญญาแบบบริสุทธิ์ของแท้และดั้งเดิมจริง ๆ

(ค) การศึกษาภูมิปัญญาแนวหน้าที่นิยม (Functionalism)

การศึกษาแนวหน้าที่นิยม อันได้แก่ การศึกษาว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้านมีหน้าที่อะไรต่อทั้งปัจเจก สถาบัน และสังคมโดยรวมนั้น เป็นแนวทางที่นิยมกันมากที่สุดในการศึกษาสื่อพื้นบ้าน เนื่องจากสำนักคิด Functionalism นั้น เป็น

สำนักคิดกระแสหลักของวงวิชาการ ในแวดวงวิชาการด้านคติชนวิทยาของไทย มีตัวอย่างงานที่ใช้แนวทางการศึกษาเช่นนี้มากมายเช่น

- ปรานี วงษ์เทศ (2525) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของเพลงพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ทั้งเพลงกล่อมเด็ก เพลงที่ใช้ในการละเล่น เพลงในพิธีกรรม ฯลฯ ที่ทำหน้าที่มากมายหลายประการต่อสังคม

- ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง (2537) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของนิทานพื้นบ้านที่มีต่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การเป็นทางออกสำหรับความขัดแย้งในชุมชน หรือมุขตลกที่ช่วยเป็นทางหนีหน้าชั่วคราวจากกฎเกณฑ์ทางสังคม บทบาทของนิทานที่ให้การศึกษาทั้งทางโลกและทางธรรม และอบรมระเบียบสังคมให้แก่สมาชิก บทบาทของนิทานเช่น ตำนานข้าวที่ถ่ายทอดความเชื่อด้านศีลธรรมของชุมชนเกษตรกรรม รวมทั้งบรรดาตำนานของแต่ละท้องถิ่น (เช่น นครสวรรค์เป็นเมืองตีพระสังข์ตีคลีกับพระอินทร์) ที่ทำหน้าที่สร้างอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชน เป็นต้น

- ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล (2527) ศึกษาหน้าที่เฉพาะพิเศษของวรรณกรรมลานนาประเภทหนึ่ง ที่ระบุเอาไว้อย่างเจาะจงเลยว่าเป็น “วรรณกรรมคำสอน” ซึ่งเป็นวรรณกรรมที่ผลิตขึ้นมาเพื่อควบคุมจริยธรรมในสังคมด้วยวิธีการหล่อหลอมจิตใจ ความเชื่อ และแนวทางในการดำเนินชีวิตของประชาชน เช่น คำสอนพระยามังราย พระยาคำกองสอนไพร่ ย่าสอนหลาน เป็นต้น

(ง) การศึกษาอุดมการณ์และการต่อสู้ทางอุดมการณ์ในภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำหรับนักวิชาการสายวิพากษ์ (Critical Tradition) กลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่า เนื่องจากในแต่ละสังคมมีกลุ่มคนอยู่หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มต่างมี

วัฒนธรรมของตนเอง และเนื่องจากผลประโยชน์ของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ขัดแย้งกัน จึงมีการสร้างกลไก/กลยุทธต่าง ๆ มาต่อสู้กัน รวมทั้งกลไกด้านวัฒนธรรมด้วย ในเนื้อหาสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดจึงไม่มีเลยที่จะเป็น "เขตปลอดอุดมการณ์" ของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไปได้ (ดูรายละเอียดใน กาญจนา, 2539)

ตัวอย่างเช่น ในอดีตเมื่อวัฒนธรรมพุทธศาสนาจากส่วนกลางแผ่ขยายออกไป ครอบงำวัฒนธรรมของภาคเหนือเพื่อครอบครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์ (Hegemony) วัฒนธรรมพื้นบ้านก็จะพยายามต่อสู้เพื่อรักษาความเป็นอิสระและเอกลักษณ์ของตนอยู่ตลอดเวลา กระแสการต่อสู้ด้านการครอบงำและการต่อต้านอุดมการณ์แสดงออกมาในนิทาน เรื่องเล่า การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในขณะที่ภาคเหนือในอดีตมีการนับถือผีชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่ผีบรรพบุรุษของมนุษย์ (ปู่แสะย่าแสะ) ผีปู่ย่า (ผีบรรพบุรุษ) จนกระทั่งย่าขวัญข้าว (หรือแม่โพสพในภาคกลาง) จะมีนิทานมากมายที่บอกเล่าชัยชนะที่พระพุทธเจ้ามีต่อผีท้องถิ่นแต่ละตัว โดยเฉพาะผีปู่แสะย่าแสะ ซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษของคนเหนือ อาการพ่ายแพ้ของผีบรรพบุรุษคู่นี้ก็คือ ต้องยกเลิกนิสัยการเป็นยักษ์กินคนเสีย ปัจจุบันนี้เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมที่เรียกว่า "แห่พระบท" จึงเป็นการ "ฉายหนังซ้ำ" ประวัติศาสตร์การต่อสู้ระหว่างพระพุทธเจ้ากับปู่แสะย่าแสะนั่นเอง

แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ในพิธีเรียกขวัญข้าว ซึ่งเป็นพิธีของชุมชนที่ปลูกข้าว ก็มีเรื่องเล่าว่า หลังจากที่พระพุทธเจ้าปราบผีได้ทุกตัวแล้ว ก็ถึงคราวที่จะต้องปราบ "ย่าขวัญข้าว" ที่เป็นผีประจำเมล็ดข้าว ย่าขวัญข้าวได้ชัยชนะเหนือพระพุทธเจ้า เนื่องจากเมื่อหนีออกไปจากเมืองเพราะชาวบ้านไม่ทำพิธีเคารพบูชา ก็ปรากฏภาวะข้าวยากหมากแพง และย่าขวัญข้าวได้สำทับว่า "ไม่ว่าจะเป็นพระพุทธเจ้าองค์ไหนก็ต้องกินข้าวทั้งนั้น" ดังนั้นพระพุทธเจ้าจึงได้อนุญาตให้มีการทำพิธีเรียกขวัญข้าวได้

และชาวบ้านก็สรุปผลในการต่อสู้ครั้งนั้นเอาไว้ว่า "คุณขวัญข้าวมี 65 คุณ พระพุทธเจ้ามี 56"

การวิเคราะห์อุดมการณ์ที่อยู่ใน "ตัวบท" (text) ของสื่อพื้นบ้านนั้น จำเป็นต้องพิจารณาควบคู่ไปกับบริบทความเป็นจริงในสังคมขณะนั้น ๆ ด้วย

(จ) การวิเคราะห์ "ส่วนที่มองเห็น" (Visible) กับ "ส่วนที่มองไม่เห็น (Invisible)

ในการศึกษาวัฒนธรรม / ภูมิปัญญานั้น ยังมีอีกแนวทางหนึ่งซึ่งพิจารณาวัฒนธรรมว่าจะต้องมีองค์ประกอบ 2 ส่วน ซึ่งแยกกันไม่ออก ส่วนหนึ่งเป็นส่วนที่มองเห็นได้ (visible part) หากเปรียบเทียบกับต้นไม้ ส่วนนี้คือส่วนที่เป็นลำต้น ดอกไม้ ส่วนที่มองเห็นนี้อาจจะเป็นวัตถุ คำพูด แบบแผนการทำกิจกรรม / พิธีกรรม การหุงหาอาหาร ฯลฯ ตัวอย่างเช่น ประโยคพรรณนาคุณลักษณะของช่างภาคเหนือ "ไม่เก่งแต่ชำนาญ ไม่เชี่ยวชาญแต่เคยมือ"

อีกส่วนหนึ่งจะเป็นส่วนที่มองไม่เห็น ซึ่งอาจจะเทียบได้กับส่วนที่เป็นรากของต้นไม้ที่อยู่ใต้ดิน เนื่องจากเป็นส่วนที่มองไม่เห็น จึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ / ตีความ (ในกรณีของภาษา) จึงจะเข้าใจในส่วนนี้ อาจจะได้แก่ คุณค่า ค่านิยม ความหมาย (ดูรายละเอียดใน กาญจนา, 2538)

ในกรณีของวัฒนธรรมที่เป็นด้านการสื่อสารนั้น ส่วนที่มองเห็นได้น่าจะเทียบได้กับ**ตัวรูปแบบ** ส่วนที่มองไม่เห็นนั้น น่าจะได้แก่ตัว**เนื้อหา / ความหมาย** ในปัจจุบันนี้ มีสำนักวิชาการกลุ่มสัญญะวิทยา (Semiology) ได้พัฒนาแนวคิดการวิเคราะห์ "สัญญะ" ซึ่งหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความหมาย ไม่ว่าจะเป็นนิทาน เรื่องเล่า ตำนาน สิ่งก่อสร้าง อาหาร รูปเคารพ ฯลฯ ในส่วนที่เป็น**รูปธรรม**ที่มองเห็นได้นั้น สัญญะวิทยาเรียกว่า "ตัวหมาย

หรือรูปสัญญะ" (Signifier) ส่วนเนื้อหาหรือความหมายนั้นเรียกว่า "ตัวหมายถึง / ความหมายสัญญะ" (Signified) อันเป็นส่วนที่มองไม่เห็น เช่น เมื่อเห็นประโยคที่เรียกสาวอีสานในสมัยโบราณว่า "เจ้าผู้มี**ฟืม**ซาวห้า" (กี่ทอผ้า) ภายใต้ประโยคนี้นั้น มีความหมายว่าอย่างไร เป็นต้น (สนใจโปรดดู กาญจนา และคณะ, 2543)

การวิเคราะห์เพื่อแยกแยะระหว่างรูปแบบที่มองเห็นได้กับเนื้อหาความหมายที่มองไม่เห็นนั้น จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม / ภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยที่ตามหลักการแล้ว รูปแบบนั้นน่าจะเป็นสิ่งที่ปรับเปลี่ยนได้ แต่ทว่า**เนื้อหา / ความหมาย**นั้น ควรรักษาเอาไว้ให้เหมือนเดิม ตัวอย่างเช่น เรื่องการใช้ยาสมุนไพร ซึ่งมีรูปธรรมคือตัวยาและวิธีการปรุงยา ส่วน**ความหมาย**ที่อยู่เบื้องหลังการใช้สมุนไพรก็คือ "ยาขอ-หมอวาน" ในส่วนของวิชาการปรุงยานั้นน่าจะปรับเปลี่ยนได้ เช่น จากยาหม้อที่ต้องต้มมาเป็นการบรรจุแคบซูล แต่ความหมายว่า "ยาขอ-หมอวาน" นั้น น่าจะรักษาความหมายเดิมนี้เอาไว้ เช่นเดียวกับ**ความหมาย**ของการร่วมแรงร่วมใจกัน ซึ่งในอดีตนั้นเคยแสดงออกใน**รูปแบบ**ของ "การลงแขกเกี่ยวข้าว" แต่ปัจจุบัน รูปแบบดังกล่าวอาจจะมีเงื่อนไขทำให้น้อยลง แต่คุณค่าของการร่วมแรงร่วมใจน่าจะมาแสดงออกในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น กิจกรรมกลุ่มออมข้าว ออมทรัพย์ กองทุนยา กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น

การไขว้วิธีการศึกษา "สื่อมวลชน" กับ "สื่อพื้นบ้าน"

นอกเหนือจากแนวทางการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านในด้านการสื่อสารที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น หากเราพิจารณาถึงภูมิปัญญาสมัยใหม่ด้านการ

สื่อสาร ซึ่งได้แก่ การศึกษาสื่อสารมวลชน เราก็จะพบว่าในวงวิชาการดังกล่าวมีการพัฒนาองค์ความรู้แบบใหม่ ๆ ในการศึกษาสื่อมวลชน ดังนั้น ผู้เขียนจึงใคร่ขอเสนอตัวอย่างแนวทางการไขว้การศึกษาสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านเพื่อจุดประกายให้มีการพัฒนาวิธีการศึกษาสื่อทั้งสองประเภทต่อไป

เนื่องจากวิธีการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน ในส่วนที่เป็นการสื่อสารพื้นบ้านนั้นจะมีวิธีการศึกษาแบบเฉพาะตัวแบบหนึ่ง (โดยส่วนใหญ่แล้ว เป็นการเก็บประมวลรวบรวม และจำแนกประเภท) ส่วนในการศึกษาภูมิปัญญาที่เกิดจากระบบการสื่อสารแบบใหม่ คือ การสื่อสารมวลชนนั้น ก็มีวิธีการเฉพาะตัวเช่นเดียวกัน เช่น การศึกษาผลกระทบอันเกิดจากการสื่อสาร (Impact Study) ในที่นี้ผู้เขียนจะลองพยายามไขว้วัฒนธรรมการศึกษาสื่อทั้ง 2 ประเภทเข้าด้วยกัน ด้วยความหวังว่า การสลับไขว้ดังกล่าวจะทำให้วัฒนธรรมการศึกษาสื่อทั้ง ๒ ประเภทมีการพัฒนางอกงามขึ้นทั้งสองฝ่าย

(1) เริ่มต้นจากนิยามของ “การสื่อสาร” จาก 2 แบบจำลอง

สำหรับศาสตร์สมัยใหม่ เช่น นิเทศศาสตร์ที่สนใจศึกษาการสื่อสารมวลชนเป็นหลัก จะแยกแยะแบบจำลองที่อยู่เบื้องหลังการให้คำนิยามของคำว่า “การสื่อสาร” ออกเป็น 2 แบบจำลองหลัก ๆ คือ

(ก) Transmission Model แบบจำลองนี้จะกล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารจะมีอยู่ 4 องค์ประกอบ คือ Sender – Message – Channel – Receiver (ตัวย่อ S-M-C-R) เป้าหมายของการสื่อสารแบบนี้ก็คือ การถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) เพื่อให้ผู้รับสารได้รับรู้ข่าวสารในเบื้องต้น และที่ยิ่งไปกว่านั้นก็คือเพื่อโน้มน้าวชักชวน (persuasive communication) ให้ผู้รับสารเห็นคล้อย เห็นดีเห็นงามไปตามผู้ส่ง (จึงเรียกว่า

เป็นแบบจำลองที่ถือเอาผู้ส่งเป็นตัวตั้ง – sender – centered) โดยส่วนใหญ่แล้ว Transmission Model มักเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication)

ตัวอย่างภาษิต / คำคมในสังคมไทยที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาในการใช้การสื่อสารแบบ Transmission Model ก็เช่น ปากเป็นเอก เลขเป็นโท จะพลิกพริ้วชิวหาเป็นอาวุธ หรือหากเป็นการสื่อสารที่ตั้งเป้าหมายถึงขั้นให้การศึกษาแก่ผู้รับฟัง ก็เช่น ปู่สอนหลาน ธรรมดาสอนโลก อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบ Transmission Model ของไทยนั้นมีความหลากหลายจากแบบจำลองที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งมักจะมุ่งเน้นเพียงเรื่อง “ประสิทธิภาพของการสื่อสาร” ว่า หลังจากที่ส่งสารไปแล้ว จะได้ผลหรือไม่เท่านั้น หากทว่าในวัฒนธรรมไทยนั้น มีข้อคิดหลายแง่หลายมุมเกี่ยวกับการสื่อสารแบบนี้ไว้ เช่น

- “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” ซึ่งมีความหมายว่าในบางกรณี การไม่สื่อสารนั้นจะมีคุณค่ามากกว่าการสื่อสาร
- “ปลาหมอตายเพราะปาก” มีความหมายว่า การสื่อสารนั้นให้โทษอย่างยิ่งต่อผู้ส่งสาร
- “ปากปราศรัย น้ำใจเชือดคอ” เป็นประโยคที่ติดตั้งระบบเตือนภัยแก่ผู้รับสารว่าให้ระมัดระวังเจตนารมย์ของผู้สื่อสาร

นอกจากนั้นในขณะที่ต้นฉบับแบบจำลอง Transmission Model นั้นจะถือเอาผู้ส่งสารเป็นตัวตั้งอยู่ฝ่ายเดียว (เช่น ส่วนใหญ่ สื่อมวลชนจะส่งสารถึงผู้รับสาร แต่มักจะไม่ต้องมีการสื่อสารย้อนกลับมา) แต่ในการสื่อสารพื้นบ้านนั้น มักมีการเป็นผู้ส่งสารย้อนกลับไปกลับมา ตัวอย่างเช่น นิทานประเภทสอนใจ / อบรมสั่งสอน ประเภทเรื่องแบบ “ปู่สอนหลาน” ก็จะมีเรื่อง

แบบ “หลานสอนปู่” “ธรรมดาสอนโลก” ย้อนกลับมาซึ่งมีลักษณะ “ทีใครทีมัน” พอสมควร

(ข) Ritualistic Model แบบจำลองนี้มีต้นกำเนิดจากการประกอบพิธีกรรม ซึ่งก่อนจะเข้าพิธีนั้น ผู้เข้าร่วมอันมากมายอาจจะมีความเข้าใจที่แตกต่างกัน แต่หลังจากสื่อสารผ่านพิธีกรรมแล้ว ความหลากหลายแตกต่างจะถูกหล่อหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน จากต้นกำเนิดดังกล่าว ความหมายของการสื่อสารในแบบจำลองที่สองนี้ จึงมิใช่มุ่งไปที่การโน้มน้าวชักชวน มิได้ถือเอาฝ่ายผู้รับส่งสารเป็นตัวตั้ง หากทว่ามีการผลัดเปลี่ยนกันเป็นผู้ส่ง – ผู้รับ (กล่าวคือผลัดกันพูดผลัดกันฟัง) และผลลัพธ์สุดท้ายก็คือการเกิด**ความเข้าใจร่วมกัน** (Shared meaning) ความหมายของการสื่อสารดังกล่าวนี้มีบรรจุอยู่ในคำกล่าวหลาย ๆ คำของไทย เช่น จับเข่าคุยกัน หันหน้ามาเจรจาพาทีกัน พูดปรับความเข้าใจกัน ฯลฯ

จากนิยามการสื่อสารทั้ง 2 แบบดังกล่าวนั้น น่าที่จะนำมาตรวจสอบว่าในภูมิปัญญาด้านการสื่อสารแบบพื้นบ้านนั้น มีการให้คำนิยามการสื่อสารแต่ละรูปแบบอย่างไรบ้าง มีการเน้นหนักการให้คำนิยามแบบใดมากกว่ากัน หรือแม้แต่ในนิยามแรกที่เป็นการโน้มน้าว ก็ยังอาจต้องเจาะลงไปดูในรายละเอียดว่า การโน้มน้าวนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของฝ่ายผู้ส่งหรือฝ่ายผู้รับ เป็นต้น

(2) ภาพรวมของการศึกษาสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้าน

สำหรับแนวทางการศึกษาสื่อมวลชนที่มีที่มาในประเทศไทยนั้น บุญเลิศ (ดู Boolert 1982.) ได้ประมวลแนวทางใหญ่ ๆ เอาไว้ดังนี้คือ

(1) Media Effect Tradition คือการศึกษาผลกระทบอันเกิดจากการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น อิทธิพลของการ์ตูนที่มีต่อเด็ก

(2) Innovation Diffusion คือการศึกษาการแพร่กระจายของนวัตกรรม ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของใหม่ ๆ (เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง วิทยุทรานซิสเตอร์ ฯลฯ) หรือแนวความคิดใหม่ ๆ (เช่นการทำนาสองครั้ง การฉีดวัคซีนป้องกันโรค ฯลฯ) โดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

(3) Technology Transfer บุญเลิศได้ชี้แจงข้อแตกต่างระหว่างการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับการแพร่กระจายนวัตกรรมว่า ในขณะที่การแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น สิ่งที่นำเข้ามานั้นจะต้องใหม่ทั้งหมด แต่การถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้นอาจจะมีลักษณะผสมผสาน

(4) Information flow เป็นการศึกษาที่เจาะลงมาดูที่ตัวข่าวสาร (Information) ในแง่ของการไหลเวียน โดยพิจารณาทิศทางและบริบทของการไหลเวียนของข่าวสารเป็นหลัก เช่น ในชุมชนแห่งหนึ่งมีข่าวสารจากภายนอกไหลเวียนเข้ามามากน้อยเพียงใด มีข่าวสารภายในชุมชนเองไหลเวียนมากน้อยเพียงใด เช่น การศึกษาปริมาณเนื้อหารายการที่มีอยู่ในหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน เป็นต้น

(5) System Approach การศึกษาในแนวนี้จะพิจารณาว่า การสื่อสารเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของชุมชน / สังคม ดังนั้น ระบบการสื่อสารจึงต้องมีความสัมพันธ์กับสถาบันอื่น ๆ ของชุมชน เช่น การสื่อสารกับสถาบันครอบครัว สถาบันการปกครอง ฯลฯ แนวทางการศึกษาจึงเป็นการศึกษารูปแบบและเนื้อหาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันดังกล่าวกับการสื่อสาร เช่น การสื่อสารมีบทบาทต่อการธำรงรักษาความสัมพันธ์ในครอบครัวอย่างไร การสื่อสารช่วยจัดการความขัดแย้งในระบบการปกครองอย่างไร เป็นต้น

(6) **แนวทางการศึกษาแบบใหม่** ที่เริ่มให้ความสนใจกับ

- **กระบวนการสื่อสาร** (Communication Process) เช่น กระบวนการตั้งแต่การผลิต การกระจายไปจนกระทั่งถึงการบริโภคข่าวสาร หรือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง S-M-C-R อย่างครบวงจร หรือกลยุทธในการสื่อสาร
- **เนื้อหาข่าวสาร** (Communication Message) อันได้แก่การวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งมีทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- **นโยบายการสื่อสาร** (Communication Policy)

จากภาพรวมทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่า แนวทางหลักในการศึกษาของสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นจะให้ความสนใจกับการศึกษา “ตัวสื่อ” มากกว่า “ตัวสาร” และสนใจศึกษา “ผู้รับสาร” มากกว่า “ผู้ส่งสาร” ส่วนการศึกษาการสื่อสารแบบพื้นบ้านนั้น มักจะสนใจศึกษา “ตัวสาร” มากกว่า แต่ทว่าแทบจะไม่ได้ให้ความสนใจกับการศึกษา “ตัวผู้ส่งสาร” หรือ “ผู้รับสาร” เลย ดังที่ศิราพร (2537) ตั้งข้อสังเกตว่า ในอดีตที่ผ่านมา การศึกษานิทานมักเน้นหนักไปที่การวิเคราะห์ “ตัวนิทาน” (ตัวสาร) หรืออย่างมากก็วิเคราะห์สถานการณ์การเล่านิทาน (story-telling events หรือ performance) เพื่อดูว่าปัจจัยอะไรกำหนดให้นิทานแต่ละสำนวนต่างกัน แต่การวิเคราะห์วิจารณ์นิทานจากปากคำของชาวบ้านผู้ใช้นิทานยังกระทำกันอยู่น้อยมาก การศึกษาผู้ใช้นิทานน่าจะตอบปัญหาเรื่องหน้าที่และบทบาทของนิทานต่อผู้ใช้นิทานและต่อสังคมได้

(3) ข้อเสนอเรื่อง "การศึกษาผู้รับสาร" (Audience Study)

ดังนั้นข้อเสนอสำหรับแนวทางใหม่ในการศึกษาสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้าน ก็คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ 2 ตัวของการสื่อสาร คือ เนื้อหา (Message) และผู้รับสาร (Audience / Receiver)

สำหรับแนวทางการศึกษา "ผู้รับสาร" นั้น ในด้านสื่อมวลชนมีวิธีการศึกษาได้หลายแบบ ซึ่งอาจจะนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการวิเคราะห์การสื่อสารพื้นบ้านได้ดังนี้

(i) **การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร** เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา ฯลฯ การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสารจะสามารถบ่งบอกถึงสถานภาพของการสื่อสารหรือภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้นว่ามีขอบเขตกว้างขวาง เป็นที่นิยมมากน้อยเพียงใด หรือเป็นเพียงการสื่อสารเฉพาะคนกลุ่มเล็ก ๆ ตัวอย่างเช่น จันทร์เพ็ญ (2530) ศึกษากลุ่มผู้เปิดฟังเพลงซอในเขตสันกำแพงโดยระบุคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างว่า ต้องเคยฟังมาอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 10 ครั้ง และฟังครั้งสุดท้ายไม่เกิน 1 เดือน ผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ฟังจะมีอายุอยู่ในช่วง 36-55 ปี ซึ่งหมายความว่า เพลงซอเริ่มเป็นเพลงเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่มากกว่าเด็กหรือวัยรุ่น ข้อค้นพบนี้สามารถใช้สรุปทั่วไปได้กับศิลปะการแสดงพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่

(ii) **การวิเคราะห์มูลเหตุจูงใจ/แบบแผนการตีความหรือการได้รับข่าวสารของกลุ่มผู้รับ** ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่องเพลงซอของจันทร์เพ็ญ (2530) ที่ได้กล่าวถึงแล้ว ผู้วิจัยพบว่ามีมูลเหตุจูงใจ 3 ประการในการฟังเพลงซอ กลุ่มแรกคือ บรรดากลุ่ม "แฟนพันธุ์แท้" ของเพลงซอ ที่ฟังเพราะมีความสนใจ บางคนมีใจรักที่จะศึกษาเพลงซอเป็นพิเศษ เช่น มีการเขียนจดหมายขอใบสมัครเป็นช่างซอ กระบวนการดังกล่าวนี้เป็นกระบวนการตามธรรมชาติของ

การสืบทอดศิลปินพื้นบ้านที่เป็นช่องทางเสริมเพิ่มเติมจากการฝึกหัดกันภายในครอบครัว / สายตระกูล

- ส่วนกลุ่มที่สองนั้น มาฟังเพลงซอเพราะชื่นชอบและซาบซึ้ง กลุ่มนี้มีการสื่อสารแบบหลายจังหวะ กล่าวคือเป็นกลุ่มคนที่เคยเป็นผู้รับสารมาก่อน แล้วแปรเปลี่ยนสถานะไปเป็นผู้ส่งสารทีหลัง เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะนำเอาข่าวสารที่ไปรับฟังจากเพลงซอไปถ่ายทอดต่อในหมู่เครือญาติ / ครอบครัว
- ส่วนกลุ่มสุดท้ายนั้น เป็นกลุ่มที่รับฟังเพียงเพื่อความสนุกสนาน

เพียงแต่รู้คุณสมบัติมูลเหตุจูงใจของผู้รับสารทั้งสามกลุ่มนี้ ก็สามารถจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์วางแผนการทำงานเรื่องการสื่อสารพื้นบ้านได้ เช่น ในเรื่องการสืบทอดฝ่ายผู้ผลิต กลุ่มผู้รับฟังกลุ่มแรกน่าจะมีศักยภาพมากที่สุด เพราะเป็นผู้มีใจรักอยู่แล้ว ส่วนกลุ่มที่สองนั้นก็เหมาะกับสถานะ “ผู้นำทางความคิด” ในระบบการสื่อสารแบบสองจังหวะ (Two-step flow of Information) หากผู้วิจัยสนใจเรื่องการถ่ายทอดเนื้อหาด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้าน ส่วนกลุ่มสุดท้ายจะช่วยเป็นกลุ่มที่ให้ feedback ได้อย่างดีเกี่ยวกับลักษณะ “สุนทรียะ / ความบันเทิง” ที่อยู่ในเพลงซอ เป็นต้น

(III) <u>การศึกษาผู้รับสารเพื่อดูผลกระทบที่เกิดขึ้น</u> (Impact / Effect Study) เป้าหมายประการสำคัญของงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ (2530) ในการศึกษาเพลงซอก็คือ ต้องการจะดูว่าผู้ฟังเพลงสามารถซึมซับเอาเนื้อหาจริยธรรมด้านใดเข้าไปบ้าง มีปัจจัยอะไรมาเกี่ยวข้องกับการซึมซับดังกล่าว การศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ก็คือการศึกษาผลกระทบนั้นเอง

จากงานวิจัยของบุญเลิศ (ดู Boonlert,1982) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาผลกระทบ (Effect Study) นั้น เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาสื่อมวลชนตั้งแต่ยุคแรก ๆ จนถึงปัจจุบัน (ในขณะที่การศึกษาสื่อพื้นบ้านมักไม่ค่อย

สนใจการศึกษาผู้รับสารดังข้อสังเกตของศิราพร (2537) ที่ได้กล่าวไปแล้ว) แง่มุมที่เปลี่ยนไปก็มีเพียงจะนิยามหรือพลิกมุมมองผลกระทบในแง่ไหน เช่น ผลกระทบระยะสั้น / ระยะยาว ผลกระทบทางตรงหรือทางอ้อม เป็นต้น

ในเรื่องการศึกษาผลกระทบนี้ มีข้อน่าสังเกตความแตกต่างระหว่างแนวคิดของสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านอยู่ประการหนึ่ง กล่าวคือ การวัดผลกระทบของการเปิดรับสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคลนั้น นักวิชาการด้านสื่อมวลชนมักจะวัดผลกระทบใน 3 ระดับ คือ ระดับความรู้/ความเข้าใจ (Knowledge) ระดับทัศนคติ/ อารมณ์ความรู้สึก (Attitude) และระดับการกระทำ/พฤติกรรม (Performance) ที่รู้จักกันในสูตรย่อ ๆ ว่า K-A-P และสำหรับลำดับชั้นของ K-A-P นี้ นักสื่อสารมวลชนมักจะจัดวางลำดับชั้นเอาไว้ว่า จะต้องเปิดฉากเริ่มต้นด้วยการให้ความรู้/ ความเข้าใจเสียก่อน (K) หลังจากนั้น ผู้รับสารก็จะค่อย ๆ สร้างทัศนคติ (A) ที่ดี และปิดท้ายด้วยการลงมือกระทำ (P) เช่น การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานกับเด็ก ๆ ก็ต้องให้ความรู้เรื่องปัญหาพลังงานกำลังจะหมดไป ให้เด็ก ๆ มีทัศนคติที่ดีต่อการประหยัดพลังงาน และหวังว่าเด็ก ๆ จะกลับไปปฏิบัติ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผลจากการวิจัยมากมายมักจะพบว่า สูตร K-A-P มักจะใช้ไม่ได้ผล เนื่องจากประสิทธิภาพของสื่อมวลชนนั้นมักจะทำให้ได้แค่ “ให้ความรู้” แต่ “มักไม่ชอบหรือไม่ปฏิบัติตาม” และเกิดอาการ “รู้ทั้ง ๆ ที่รู้ แต่ก็ยังไม่ทำ” ตัวอย่างเช่น การรณรงค์ขนาดใหญ่แบบต่าง ๆ เช่น เมาไม่ขับ เป็นเอดส์ตายลูกเดียว ฯลฯ

สำหรับวิธีการสร้างผลกระทบของการสื่อสารแบบพื้นบ้าน มักจะมีสูตรอีกแบบหนึ่ง กล่าวคือ เริ่มต้นจาก P แล้วเคลื่อนผลกระทบไปที่ A แล้วจึงปิดท้ายด้วย K ตัวอย่างเช่น การปลูกฝังจริยธรรมให้กับเด็ก ๆ วิธีการตามแบบประเพณีมักจะเริ่มต้นด้วยการสอนให้สวดมนต์ไหว้พระก่อน (P) หลังจากทำ ๆ

ไปแล้ว เด็ก ๆ ก็จะเริ่มมีความรู้สึกที่ดีเวลาได้ไปวัด (A) แล้วจึงเรียนรู้หลักคำสอนของพระพุทธเจ้า (K) ในภายหลัง อย่างไรก็ตามสูตรแบบนี้ก็อาจจะพบปัญหาเดียวกับสูตร K-A-P คือ การเกิดผลกระทบนั้นสาวไปไม่สุดสาย ดังนั้น เด็ก ๆ อาจจะปฏิบัติและอาจจะรู้สึกชื่นชอบ แต่ก็ยังไม่มีความรู้ / ความเข้าใจอย่างถ่องแท้

(IV) **การศึกษากลุ่มต่าง ๆ ของผู้รับสาร** (Mass or target-group oriented) เนื่องจากธรรมชาติของสื่อมวลชนมักจะตั้งเป้าหมายการเผยแพร่สารเอาไว้ ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะทำได้ ที่เรียกว่า “มวลชน” เช่น รายการประเภทเด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี ผู้หญิงก็ดูได้ ผู้ชายก็ดูด้วย หรือรายการที่ดูกันได้ทั้งครอบครัว (ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ ละครโทรทัศน์ เกมโชว์) ในแง่นี้ผู้เขียนไม่แน่ใจว่า สื่อพื้นบ้านจะมีวิธีคิดที่มองกลุ่มผู้รับสารเป็นขนาดใหญ่แบบมวลชนเช่นสื่อมวลชนหรือไม่ หรือกลับมีวิธีคิดที่ตรงกันข้ามว่า การสื่อสารแต่ละประเภทควรจะต้องแบ่ง “กลุ่มผู้รับสาร” เป็นการเฉพาะกลุ่มไป เช่น วงไก่ชนนั้นเป็นเรื่องของผู้ชาย เพลงกล่อมเด็กก็เป็นเรื่องของเด็ก ๆ เป็นต้น

(4) **การศึกษา “สื่อ” / “ช่องทาง”** (Media / Channel Study)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในสูตรของสื่อสารมวลชนที่ว่าด้วย S-M-C-R นั้น ในยุคแรก ๆ ของการศึกษาวิจัยมักจะให้ความสนใจกับอิทธิฤทธิ์ของ “ตัวสื่อ” ซึ่งในภาษาอังกฤษใช้คำ 2 คำว่า “Channel กับ Media” และเนื่องจากสื่อมวลชนมีจุดขายที่เด่นชัดคือ เทคโนโลยีด้านตัวสื่อ จึงมุ่งความสนใจที่จะค้นคว้าวิจัยว่า หากจะรณรงค์ให้ชาวบ้านพาลูกหลานไปฉีดวัคซีน ควรจะเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวผ่าน “สื่อ” อะไร (หนังสือพิมพ์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / วิทยุ / โทรทัศน์ / เทป สไลด์ ฯลฯ)

แต่สำหรับในกรณีของการสื่อสารพื้นบ้านนั้น เนื่องจาก “ตัวสื่อ” ของสื่อพื้นบ้านนั้น มิได้วางน้ำหนักอยู่ที่ “เทคโนโลยี” หากแต่เป็น “สื่อบุคคล สื่อกิจกรรมประเพณี” ดังนั้น เกณฑ์ (categories) ที่จะนำมาใช้ศึกษาวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านในแง่ของ “สื่อ / ช่องทาง” นี้จึงอาจต้องปรับเปลี่ยนไป ในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างในการวิเคราะห์ “สื่อ / ช่องทาง” ของการสื่อสารพื้นบ้านดังนี้

(ก) เกณฑ์เรื่อง “กาละ / เทศะ” สำหรับการสื่อสาร สำหรับสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีมิติธุรกิจเกี่ยวข้องนั้น เกณฑ์สำคัญสำหรับการสื่อสาร (เช่น การวางผังรายการของวิทยุ/โทรทัศน์) มักจะเป็นเรื่องของรายได้ / เงินทองเป็นสำคัญ (ที่เรารู้จักในเรื่องของ “Rating”) โดยอาจจะมีเกณฑ์อื่น ๆ เช่น จังหวะของชีวิตประจำวัน (ช่วงเช้าก็ควรเป็นรายการข่าวรับอรุณ กลางคืนก็ควรเป็นเพลงกล่อมนิทรา) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

แต่สำหรับเรื่องเกณฑ์ เรื่อง “กาละ / เทศะ” สำหรับการสื่อสารพื้นบ้านนั้นจะมีลักษณะพิเศษที่ต้องศึกษาค้นคว้ากันใหม่ อย่างไรก็ตามเท่าที่เราพอสังเกตได้ก็คือ การสื่อสารพื้นบ้านจะแยกกาละ / เทศะ ในการสื่อสารโดยใช้เรื่อง “ทางโลก / ทางธรรม” (Secular / Sacred) เป็นเกณฑ์สำคัญ ดังนั้นการแสดงบางอย่างจะต้องเล่นเมื่อมีเทศกาล / มีการประกอบพิธีกรรมเท่านั้น แต่การแสดงบางอย่างก็เล่นได้ในหลายโอกาส จันทร์เพ็ญ (2530) สำรวจวาระโอกาส (ในภาษาของการสื่อสาร คือ ช่องทาง) ที่จะเล่นซอและพบว่ามีช่องทางที่หลากหลายดังนี้

- ซอเมื่อมีการพบปะสังสรรค์
- ซอ เมื่อมีงานเทศกาลของส่วนรวม

- ซอเมื่อมีกิจกรรมรวมหมู่ (ซึ่งสามารถเอามาประยุกต์ในงานพัฒนาได้)
- ซอเมื่อมีพิธีกรรมส่วนตัว เช่น ขึ้นบ้านใหม่ บวชลูกแก้ว
- ซอเพื่อการแข่งขัน (อันมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาขีดความสามารถ / ฝีมือของศิลปิน)
- ซอเพื่ออัดเทปจำหน่าย / อัดเทปออกวิทยุ / โทรทัศน์ (เป็นการขยายช่องทางเผยแพร่ให้กว้างขวางขึ้น)

การวิเคราะห์เรื่องช่องทางการสื่อสารนั้นจะช่วยนำไปสู่คำตอบหลายประการที่เกี่ยวกับการสื่อสารพื้นบ้าน เช่น เรื่องการสืบทอดหรือความยั่งยืนยาวนาน กล่าวคือ การสื่อสารที่มีช่องทางน้อย มีกฎกติกามารยาทสูงมากเกี่ยวกับกาละเทศะในการเผยแพร่ ก็จะมีโอกาสสูญสลายไปได้ง่าย ดังที่ปรากฏว่า การแสดงที่ผูกติดอยู่กับพิธีกรรมจะสูญหายได้ง่ายกว่าการแสดงเพื่อความบันเทิง หรืออาจจะตอบคำถามเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตซ้ำของการสื่อสาร ดังตัวอย่างเพลงซอที่ยกมาข้างต้น ได้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารประเภทนี้ได้ใช้ทั้งช่องทางแบบประเพณี และยังเปิดช่องทางใหม่ด้านสื่อมวลชนอีกด้วย

มีงานวิจัยบางชิ้นที่แสดงให้เห็นลู่ทาง / โอกาส / ข้อจำกัดของการเปิดช่องทางใหม่ ๆ สำหรับการเผยแพร่ภูมิปัญญาพื้นบ้านให้กว้างขวางขึ้น เช่น อรุณมาศ (2540) ศึกษาบทบาทของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ลำปาง กับการส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชาวบ้านล้านนา ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าจะมีลู่ทางนำเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านเข้าไปเผยแพร่ผ่านช่องทางใหม่คือสื่อโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ เช่น ศิลปินหรรษา กำเมืองกำฝรั่ง ของฮักของหวง ฯลฯ แต่ทว่าบรรดารายการเหล่านี้ก็มักจะมีอายุสั้นไม่ยาวนาน อันเนื่องมาจาก

การขาดนโยบายที่ต่อเนื่อง ส่วนข้อจำกัดของช่องทางสาธารณะเช่นนี้ก็คือ บทบาทหลักของโทรทัศน์ท้องถิ่นยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่ไหลจากส่วนกลางมาสู่ท้องถิ่น มากกว่าจะเป็นการไหลเวียนของข่าวสารท้องถิ่นเอง หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นโทรทัศน์ที่ “ตั้งอยู่” ในท้องถิ่น แต่ยังไม่ได้เป็นโทรทัศน์” ของ”ท้องถิ่น

อีกแง่มุมหนึ่งที่ผู้เขียนได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับมิติ กาละ/เทศะ ของการสื่อสาร ผู้เขียนสังเกตว่า ระหว่างมิติพื้นฐาน 2 อย่าง คือ กาละและเทศะนั้น สื่อมวลชนและสื่อสื่อพื้นบ้านมักจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกัน สำหรับสื่อมวลชนสมัยใหม่จะเน้นเป้าหมายของการเผยแพร่อยู่ที่**มิติพื้นที่** กล่าวคือ ต้องการจะครอบคลุมพื้นที่การแพร่กระจายให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการขยายรัศมีการเผยแพร่ของวิทยุ / โทรทัศน์ การขยายสาขาของหนังสือพิมพ์ การจำหน่ายแผ่นเสียงให้ได้ล้านแผ่น การฉายหนังฮอลลีวู้ดพร้อมกันทั่วโลก (ขยายตลาด) แต่ทว่าสื่อพื้นบ้านกลับเน้นเป้าหมายการเผยแพร่อยู่ที่**มิติกาลเวลา** กล่าวคือ อยากจะให้เพลงพื้นบ้านนั้นสืบทอดต่อไปจนถึงลูกถึงหลาน หรือเป็นบทประพันธ์อมตะ เป็นต้น มีข้อที่ชวนท้าทายว่า จำเป็นหรือไม่ที่การสื่อสารจะต้อง “รักพี่เสียดายน้อง” หรือ “ได้อย่างเสียอย่าง” เช่นนี้เสมอไป จะมีทางที่จะ “เด็ดทีเดียวเสียทั้งคู่” ได้หรือไม่

(ข) การใช้แนวคิดเรื่อง “การถ่ายโยงเนื้อหา” (Intertextuality) มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ แนวคิดเรื่อง Intertextuality จะถือว่าผลงานสื่อ / ศิลปะชิ้นหนึ่ง ๆ เป็นตัวบท (text) ที่สามารถถ่ายโยงเนื้อหาไปยัง “ตัวบท” อื่น ๆ ที่อาจจะอยู่ในสื่อประเภทอื่น ๆ แนวคิดนี้มีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดที่ว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กัน” ตัวอย่างเช่น จากการเห็นรูปวาด (ตัวบท 1) ของ อ.เทพศิริ สุขโสภา อาจเป็นแรงบันดาลใจให้คุณเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ นำไปแต่งกลอนบรรยายภาพ (ตัวบท

2) และบทกวีดังกล่าวก็ถูกคุณสุจิตต์ วงษ์เทศ นำมาขับเป็นเสภา (ตัวบท 3) ในด้านสื่อมวลชนมีตัวอย่างดังกล่าวมากมาย เช่น จากนวนิยายเรื่อง “คู่กรรม” ของทมยันตีที่ถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ แล้วถูกนำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์อีกชั้นหนึ่ง

ในกรณีของการสื่อสารพื้นบ้านก็มีปรากฏการณ์ของ Intertextuality เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน เช่นการนำเอาบทประพันธ์จากวรรณกรรมมาร้องเล่นเป็นการแสดง เช่น จันทร์เพ็ญ (2530) พบว่า เพลงซอจำนวนหนึ่งเอาเนื้อหามาจากวรรณกรรมพื้นบ้าน เช่นเรื่องหงส์หิน การศึกษาเรื่อง Intertextuality นี้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องความแพร่หลายและการสืบทอดสื่อพื้นบ้านดังที่กล่าวมา กล่าวคือ หากยิ่งมีการถ่ายโยงเนื้อหาผ่านสื่อประเภทต่างๆมากเท่าไหร่ ความแพร่หลายและการสืบทอดก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น เช่น นวนิยายเรื่องใด หากมีการนำไปแสดงเป็นละครโทรทัศน์ ก็จะมียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

(ค) ข้อคิดเรื่องรูปแบบของวัฒนธรรมการสื่อสาร ในสาขาวิชานิเทศศาสตร์ นักวิชาการเช่น W.Ong (1982) ก็ได้จัดแบ่งประเภทวัฒนธรรรมของการสื่อสารออกเป็น 4 ยุคใหญ่ ๆ คือ วัฒนธรรมมุขปาฐะ (Oral Culture) วัฒนธรรมการเขียน (Writing Culture) วัฒนธรรมการพิมพ์ (Print Culture) และวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Culture) โดยที่วัฒนธรรมแต่ละชนิดนี้ต่างมีคุณลักษณะ (attribute) ที่เฉพาะตัวแตกต่างกัน รูปแบบของวัฒนธรรมการสื่อสารจึงเป็นอีกเกณฑ์หนึ่งที่ต้องนำมาร่วมพิจารณาในการวิเคราะห์การสื่อสารพื้นบ้าน (ดูรายละเอียดใน กาญจนา, 2544, บทที่ 2 และดู มณี พยอมยงค์, ประคอง นิมมานเหมินทร์, วรรณกรรมล้านนาเล่ม 2, 2527)

(5) การศึกษาเนื้อหาสาร (Message Study)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การศึกษาเนื้อหาสารนั้นมิใช่แขกแปลกหน้าของการศึกษาสื่อพื้นบ้าน ในทางตรงข้ามกลับเป็นผู้ที่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

เนื่องจากงานศึกษาการสื่อสารพื้นบ้านที่ผ่านมามีการวิเคราะห์เนื้อหาสารอย่างมากมาย ในที่นี้จึงจะขอประมวลวิธีการศึกษาดังกล่าว เพื่อตอบคำถามว่า เราศึกษาเนื้อหาสารของสื่อพื้นบ้านไปเพื่อตอบคำถามอะไรได้บ้าง

(I) **ศึกษาเนื้อหาเพื่อสะท้อนให้เห็นโครงสร้างของสังคม** เริ่มตั้งแต่มิติด้านรูปธรรมที่มองเห็นได้ง่าย ๆ ว่า ชนบทไทยในอดีตเป็นสังคมเกษตรที่ปลูกข้าว พิธีกรรมความเชื่อ ภาษิต พังเพย นิทานสอนใจต่าง ๆ ก็ย่อมจะเกี่ยวข้องกับเรื่อง “ข้าว” เช่น พิธีเรียกขวัญข้าวในภาคเหนือไปจนกระทั่งถึงเรื่องที่สะท้อนแต่แฝงเร้น เช่น C.Geertz (1973) ได้วิเคราะห์วงชนไก่ในบาหลี และพบว่าโครงสร้างของวงล้อมคนดูนั้นมิได้เป็นไปอย่างไร้ระเบียบ หากแต่มีการจัดระเบียบที่เป็นรูปจำลองของโครงสร้างสถานภาพของสังคมใหญ่ ๆ คือ คนมีสถานภาพสูงจะอยู่วงใน กลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำจะอยู่วงนอก (เหมือนการจัดที่นั่งในโบสถ์ของคนเหนือ) การศึกษาเนื้อหาที่มองทะลุย้อนกลับไปที่โครงสร้างสังคมนี้ เป็นแนวทางที่เรียกว่า Reflection Theory

(II) **การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อเพื่อตอบคำถามเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อสังคม** อันเป็นแนวทางของสำนักคิดกลุ่มหน้าที่นิยม (Functionalism) ตัวอย่างเช่น ศิราพร (2537) วิเคราะห์เนื้อหาของนิทานจักร ๆ วงศ์ ๆ ของไทย และพบว่ามีแบบแผนหลักของเนื้อหา คือ “เรียนวิชา ฆ่ายักษ์ ลักนาง” ที่สะท้อนให้เห็นความขัดแย้งภายในครอบครัวระหว่างพ่อตากับลูกเขย วิธีการดำเนินเรื่องของนิทานจักร ๆ วงศ์ ๆ นั้นจะแก้ไขปัญหาความขัดแย้งดังกล่าวด้วยความเฉียบขาด กล่าวคือ ต้องตายกันไปข้างใดข้างหนึ่ง โดยที่บางเรื่องก็จะให้ลูกเขยตาย บางเรื่องก็จะให้พ่อตาตาย ซึ่งเท่ากับว่าเนื้อหาของนิทานดังกล่าวทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่หยิบยื่นสถานการณ์ที่พึงพอใจให้แก่ผู้ฟัง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องหน้าที่บทบาทของสื่อต่อสังคมนั้น วิธีการศึกษาโดยวิเคราะห์แต่เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียว อาจเป็นวิธีการที่สุ่มเสี่ยงต่อการสรุปผลที่เป็นจริงพอสมควร ดังที่ปรานี (2525) ที่ศึกษาหน้าที่ของเพลงที่มีต่อสังคม โดยที่ตามหลักการทฤษฎีแล้ว เพลงจะมีหน้าที่ทางสังคมหลายประการ เช่น ทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคม ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดของจิตใจ เป็นตัวแทนของระบบสัญลักษณ์ เป็นเครื่องมือควบคุมสังคม อย่างไรก็ตาม หลังจากศึกษา “เพลงพื้นบ้าน” ประเภทต่าง ๆ ที่บ้านบ้านเก่า จ.สุโขทัย ซึ่งมีทั้งเพลงพิธีกรรม เพลงร้องเล่นและเพลงกล่อมเด็ก ผู้วิจัยได้สรุปตอนท้ายว่า ในปัจจุบันนี้ เพลงที่วิเคราะห์มานั้นมิได้มีบทบาทใด ๆ ต่อชุมชนเมืองเก่าเลย นอกจากเป็นเครื่องระลึกถึงอดีตของคนเฒ่าคนแก่บางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากคนในชุมชนปัจจุบันปัจจุบันน่าจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาของเพลงสมัยใหม่จากสื่อมวลชนมากกว่า การวิเคราะห์วัฒนธรรมแต่เพียงด้านใดด้านหนึ่ง จึงอาจจะไม่เป็นการเพียงพอ

(III) **การวิเคราะห์เนื้อหาในแนวทางสัญญะวิทยาเพื่อให้เข้าใจถึงความหมายและวิธีคิดที่อยู่เบื้องหลัง** ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคปัจจุบันจะให้ความสนใจที่จะพิจารณาว่า **ทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความหมายอยู่เบื้องหลัง** (กล่าวคือ แหวนวงหนึ่งมิได้เป็นแค่แหวนวงหนึ่งเท่านั้น หากแต่เป็นประดุจเครื่องหมายแทนความผูกพัน ฯลฯ) จะถือว่าเป็น “สัญญะ” ทั้งสิ้น และหน้าที่ของการวิเคราะห์ก็คือการเจาะลึกเข้าไปดูความหมายที่อยู่เบื้องหลังสัญญะเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การสร้างตัวละคร การสร้างฉาก การสร้างแก่นเรื่อง การกำหนดจุดจบของเรื่อง เป็นต้น

สุรสิงห์สำรวม (2527) กล่าวถึงรูปแบบของวรรณกรรมอีกแบบหนึ่งที่อยู่ระหว่างวรรณกรรมมุขปาฐะกับวรรณกรรมลายลักษณ์ ที่เรียกว่า วรรณกรรม

สัญลักษณ์หรือวรรณกรรมเงียบ ซึ่งก็คือ “สัญญะ” ชนิดหนึ่งนั่นเอง ตัวอย่างของสัญญะเหล่านี้ก็เช่น ในพิธีการสืบชะตาจะมีเครื่องประกอบพิธีอยู่หลายอย่างเช่น ผ้าขาวม้าแดงบูชาครู “ผ้าขาวม้าแดง” นั้นเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายอะไร (จะบูชาครูด้วยวิญญาณและเลือดเนื้อใช่หรือไม่) การใช้ไม้ค้ำโพธิ์ หมายถึงการพยายามที่จะดึงชะตาชีวิตที่กำลังจะโค่นล้มเอาไว้ การจุดเทียนยาวเท่าตัวของผู้สืบชะตาหมายถึงการชำระและให้กำลังแก่ชีวิต เป็นต้น

จากความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในสัญญะต่าง ๆ นั้น หากเจาะทะลุลงไปให้ลึกยิ่งขึ้นก็จะมองเห็น “วิธีคิด” ของคนในชุมชนนั้น ตัวอย่างเช่น คำภาษิตที่ว่า “อย่าตีตนต่ำ อย่าทำตนสูง” หรือ ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการแบบพื้นบ้านก็คือ “นอนสูงให้นอนคว่ำ นอนต่ำให้นอนหงาย” ภายใต้ประโยคเหล่านี้มีวิธีคิดที่เป็นภูมิปัญญาแบบพื้นบ้านแอบซ่อนอยู่ และการวิเคราะห์แนวทางสัญญะวิทยาจะถอดรหัสความหมายออกมา

สำหรับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์สมัยใหม่ จะสนใจวิธีการสร้างความหมายโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Narration) โดยที่จะต้องดูว่าในการเล่าเรื่องนั้นเล่ามาจากจุดยืนของใคร (standpoint of narrator) มีการเปิดฉากอย่างไร มีการพัฒนาความขัดแย้งอย่างไร ประเภทของความขัดแย้งเป็นอย่างไร มีวิธีการ / ใครเป็นผู้คลี่คลายความขัดแย้ง ตอนจบของเรื่องเป็นอย่างไร ฯลฯ เนื่องจากกลวิธีในการเล่าเรื่องดังที่กล่าวมานี้จะเป็นตัวสร้างความหมายให้แก่เนื้อหา(สนใจโปรดดูอุบลรัตน์,2537)

(IV) **การศึกษาเนื้อหาด้วยวิธีการเชิงปริมาณ** สำหรับหลักการวิเคราะห์เนื้อหาที่กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น มักจะมีวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ มีการหยิบยกเอาวรรณกรรมนิทาน หรือเพลงพื้นบ้านจำนวนไม่มากนักมาวิเคราะห์ดูความหมาย และนอกเหนือจากการศึกษาใน

แนวคุณภาพดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการศึกษาเนื้อหาสื่อพื้นบ้านด้วยวิธีการแบบสังคมศาสตร์เชิงปริมาณ

ตัวอย่างเช่น พรพิไล (2539) ได้สำรวจเนื้อหาเพลงคำเมืองที่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงเดือน ม.ค. – ธ.ค. 2537 เพื่อจะวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหาในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ มีการหยิบยกเอาวรรณกรรมนิทานหรือเพลงพื้นบ้านจำนวนไม่มากนักมาวิเคราะห์ดูความหมาย และนอกเหนือจากการศึกษาในแนวคุณภาพดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการศึกษาเนื้อหาสื่อพื้นบ้านด้วยวิธีการแบบสังคมศาสตร์เชิงปริมาณ

- เนื้อหาที่มีมากที่สุด คือ ค่านิยม และค่านิยมที่มีมากที่สุดคือค่านิยมด้านพุทธศาสนา
- เนื้อหาที่มีในระดับกลาง ได้แก่ อาหาร อาชีพ การแต่งกาย ความรู้
- เนื้อหาที่มีน้อยที่สุด คือ เรื่องประเพณี

จากปริมาณที่กล่าวมานี้ เราสามารถจะนำมาอนุมาน / ตีความ / วิเคราะห์ได้ว่า สื่อเพลงคำเมืองมีที่ทางอยู่ตรงไหนของวรรณกรรมล้านนา เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องการถอดความหมายและวิธีคิดออกจากเนื้อหาสื่อนั้น มีข้อเตือนใจที่พึงระมัดระวังอยู่ 2 ประการ ประการแรก ในขณะที่เข้าไปถอดความหมายและวิธีคิดออกมาจากชาวบ้านนั้น ตัวนักวิจัยเองก็มีระบบความหมายและวิธีคิดอยู่อย่างหนึ่ง ดังนั้นในท่ามกลางกระบวนการการศึกษาวิจัยจึงอาจเป็นการพบกันระหว่าง 2 ระบบวัฒนธรรม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุด คือ คำว่า “ผี” ในทัศนะของคนรุ่นใหม่ คำว่า “ผี” เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไสยศาสตร์ ไม่เป็นวิทยาศาสตร์ และมักจะมีความหมายติดไปลบ (เป็นพวก

ผีร้าย) แต่ในระบบความหมายของชาวบ้าน ขอบเขตของ “ผี” นั้น ครอบคลุมอย่างกว้างขวางมาก โดยอาจจะมีทั้งผีดีและผีร้าย ผีบรรพบุรุษ ผีคุ้มครอง โดยที่อาจจะหมายถึงจิตวิญญาณ spirit ขวัญ ฯลฯ

ประการที่สอง ในการวิเคราะห์ความหมายนั้น ส่วนใหญ่แล้วสัญญะหนึ่ง ๆ มักจะมีอยู่หลายความหมาย ตัวอย่างเช่น เมื่อวิเคราะห์เนื้อเพลงที่พรรณนาถึง “ผู้หญิง” ซึ่งกล่าวว่าผู้หญิงเป็นดอกไม้ เป็นยาพิษ เป็นมิตรแท้ เป็นมีดคม เป็นยาชูกำลังใจ เป็นศัตรูกับพรหมจรรย์ ฯลฯ แต่ในท่ามกลางความหมายที่หลากหลายนี้จะมีการเรียงตัวของความหมายต่าง ๆ เอาไว้เป็นลำดับชั้น และจะมีความหมายหนึ่งที่สถาปนาตัวเองเป็น “ความหมายหลัก” (Dominant Meaning) และนอกจากนั้น ความหมายเหล่านี้ก็ยังมีลักษณะพลวัต (dynamic) เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งการเพิ่มเติมความหมายใหม่หรือการเลื่อนอันดับขึ้นลง ดังนั้นในการวิเคราะห์ จะต้องให้น้ำหนัก (weighing) เพื่อวาดภาพลำดับชั้นของความหมายออกมาด้วย หากเราวิเคราะห์ความหมายทั้งหมดออกมาเป็นแถวตรงเรียงหน้ากระดาษ ก็จะไม่มีความหมายเลย

(6) การศึกษาผู้ส่งสาร (Sender Study)

แบบแผนในการศึกษาผู้ส่งสารนั้น แม้แต่ในแวดวงการสื่อสารสมัยใหม่ เช่น สื่อมวลชนก็มักไม่ค่อยมีธรรมเนียมศึกษากันมากนัก และเมื่อขยับไปดูสื่อพื้นบ้านก็อาจจะยิ่งมีน้อยลงไปยิ่งกว่า เนื่องจากธรรมชาติบางประการของตัวสื่อพื้นบ้านเอง เช่น การที่ไม่มีผู้ประกาศตัวว่าเป็นเจ้าของผลงานสื่อ (เช่น นิทานพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน ฯลฯ มักไม่ปรากฏผู้แต่ง) ในที่นี้จึงจะขอเสนอตัวอย่างและแนวทางการศึกษาผู้ส่งสาร

(I) **การศึกษาประวัติความเป็นมาของผู้ส่งสารระดับปัจเจกบุคคล** ตัวอย่างเช่น การสัมภาษณ์แม่เพลงพื้นบ้านของปรานี (2525) ในงานวิจัยเพลงพื้นบ้าน จ.สุโขทัยที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแรงจูงใจที่จะมาเป็นผู้ส่งสาร (เช่น มีใจรัก หรือเกิดอยู่ในแวดวง) แหล่งอบรมบ่มเพาะความรู้การส่งสารในขั้นตอนต่าง ๆ ของชีวิต ประสบการณ์วิชาชีพ และจบลงด้วยประสบการณ์การถ่ายทอดความรู้ให้ศิษย์รุ่นหลัง ฯลฯ การศึกษาผู้ส่งสารในลักษณะนี้ยังมองหน่วยการวิเคราะห์เป็นปัจเจกบุคคล และยังสามารถนำเอาเกณฑ์ต่างๆจากงานศึกษาสื่อมวลชนมาใช้ขยับขยายแนวทางการวิเคราะห์ต่อไปได้ เช่น อุดมการณ์ทางวิชาชีพ การสร้างสาร การพัฒนาขีดความสามารถ ฯลฯ

(II) **การศึกษาผู้ส่งสารในแง่สถาบัน**_สำหรับการศึกษาด้านสื่อมวลชนซึ่งมีการทำงานรวมหมู่ในลักษณะเป็นองค์กรและต้องเป็นสถาบันที่อยู่ใต้กฎเกณฑ์ของสังคม (เช่น สื่อมวลชนต้องทำงานอยู่ใต้กฎหมาย) ในขณะที่ขอบเขตพื้นที่สาธารณะของสื่อพื้นบ้านอาจจะคับแคบกว่า แต่ผู้เขียนเข้าใจว่าสื่อพื้นบ้านก็เป็นสถาบันหนึ่งของชุมชนเช่นกัน

การศึกษาผู้ส่งสารของสื่อพื้นบ้านในเชิงสถาบัน อาจจะดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อพื้นบ้าน คือ การศึกษาประวัติความเป็นมาของสื่อแต่ละชนิด ตัวอย่างเช่น จันทร์เพ็ญ (2530) ศึกษาประวัติความเป็นมาของเพลงซอและพบว่ามีที่มาจาก 2 แห่ง ทั้งทางธรรมและทางโลก version แรกของการอธิบายกำเนิดของเพลงซอก็คือ พระอรหันต์ดำริจะสอนธรรมให้แก่ประชาชนและได้ค้นคิดหาวิธีให้จดจำได้ ก็เลยเขียนเป็นถ้อยคำให้คล้องจองกัน (version ทางธรรม) อีก version หนึ่งเน้นเรื่องความรักของหนุ่มสาว โดยเล่าว่า มีหญิงสาวมานั่งรำพันความในใจข้างห้วยธาร ฝ่ายชายหนุ่มมาได้ยินเข้า ก็เลยร้อง

โต้ตอบ แล้วกลายมาเป็นความรักจนได้แต่งงานกัน ต่อมามีโจรมาลักตัวเมียไปเรียกค่าไถ่ สามีจึงต้องเดินทางไปร้องเพลงหาเงินมาไถ่ภรรยา ชาวบ้านที่ได้ฟังเพลงซอพรรณนาความรักของสามีก็จดจำเอาไปร้องบ้าง จนกลายเพลงซอขึ้นมา (version ทางโลก)

(III) **การศึกษากระบวนการปรับตัวของผู้ส่งสาร** ตัวอย่างงานศึกษากระบวนการปรับตัวของผู้ส่งสารในระบบสื่อพื้นบ้าน ได้แก่ งานของสัมฤทธิ์ (2534) ที่สำรวจความตระหนักของช่างซอว่าตนเองมีฐานะเป็นนักพัฒนาที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์จรรโลงสังคมในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ใช้งานศิลปะการแสดงเพื่อปลุกสำนึกเรื่องการวางแผนครอบครัว อนุรักษ์ป่าไม้ รณรงค์การรู้หนังสือ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวแปรความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักกับการสร้างสรรค์ผลงาน และวิเคราะห์หาว่าตัวแปรอะไรบ้างที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับความตระหนักดังกล่าว แนวทางการวิจัยในทำนองนี้อาจขยายมาถึงการตระหนักในงานของศิลปินเอง

สำหรับหัวข้อการศึกษาผู้ส่งสารที่ยังมีการศึกษาอยู่น้อยมากในเพลงสื่อพื้นบ้าน แต่มีการศึกษาอยู่ค่อนข้างมากในสื่อมวลชน คือ กระบวนการผลิตและกลยุทธต่าง ๆ ในการถ่ายทอดสาร รวมทั้งการพัฒนาปรับปรุงทักษะ ฝีมือ ความรู้ของศิลปินสื่อพื้นบ้าน เช่น กลยุทธการส่งสารให้มีความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับสาร ซึ่งมักจะพบว่า ผู้ส่งสารที่จะอบรมสั่งสอนนั้น จะต้องปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างเสียก่อน ซึ่งอาจจะแตกต่างจากแนวคิดของ presenter ในระบบสื่อมวลชน กล่าวคือ “ต้อง”ทำ”เสียก่อน แล้วจึงค่อย”เทศน์”ทีหลัง” ซึ่งแนวทางการศึกษาดังกล่าวจะมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดและพัฒนาสื่อพื้นบ้านต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2538)

การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน, สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา , กทม.

กาญจนา แก้วเทพ (2539)

สื่อส่องวัฒนธรรม, มูลนิธิภูมิปัญญา , กทม.

กาญจนา แก้วเทพ , กิตติ กันภัย และ ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล (2543)

มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, คณะนิเทศศาสตร์ , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กาญจนา แก้วเทพ (2544)

ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิ่งแก้ว อัตถากร (2519)

คติชนวิทยา, หน่วยศึกษานิเทศน์ , กรมการฝึกหัดครู

จันทร์เพ็ญ ชาติพันธ์ (2530)

"การรับข่าวสารด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้านประเภทซอของประชาชนใน อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล (2527)

"การวิเคราะห์วรรณกรรมลานนา : วรรณกรรมคำสอน" ใน **วรรณกรรมลานนาเล่ม 2**, คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปรานี วงษ์เทศ (2525)

พื้นบ้านพื้นเมือง, สำนักพิมพ์เจ้าพระยา , กทม.

ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง (2537)

ในท้องถิ่นมีนิทานและการละเล่น , สำนักพิมพ์มติชน

สมฤทธิ์ ลือชัย (2534)

"ความตระหนักของช่างซอในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนา" วิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุรสิงห์สำรวม ฉิมพะเนาว์ (2527)

"ความสัมพันธ์ระหว่างวรรณกรรมลานนากับสังคม" ใน **วรรณกรรมลานนาเล่ม 1**, คณะมนุษย์ศาสตร์ , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อรุณมาศ ธาระวานิช (2540)

"บทบาทของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ลำปาง กับการส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชาวบ้านล้านนา" วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2537)

จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน โครงการสื่อเพื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Bornlert Supadhiloke (1982)

"Communication Research and Rural Development in Thailand" in Sarath Amunugama & Abdul Rahman Mohd Said (eds), **Communication Resarch in Asia**, Asian Mass Communication Research Information Centre.

Geertz, C. (1973)
The Interpretation of Culture. New York : Basic Book.

Lancaster, D. (1977)
"The Price of Progress in Thailand" in.G.Gerbner (ed) **Mass Media Policies in Changing.** New York : John Wiley Press

Ong, W.J. (1982)
Orality and Literacy : The Technologizing of the world, London : Methuen.

Rawlence, C. (1979)
"Political Theatre and the Working Class" in C.Gardner (ed) **Media, Politics and Culture,** London : Macmillan Press.

Seal, G. (1989)
The Hidden Culture, Melbourne : Oxford University Press.

Thompson, J.B (1995)
"Mass Communication and Modern Culture" in O.Boyd-Barrett & C.Newbold (eds) **Approaches to Media**, London : Edward Arnold.

สื่อเพื่อการพัฒนา
เพื่อปลุกสำนึกความสัมพันธ์ของมนุษย์

สื่อเพื่อการพัฒนา: เริ่มจากไหนไปถึงไหน

เมื่อย้อนกลับไปดูแนวคิดเกี่ยวกับ "การใช้สื่อเพื่อการพัฒนา" ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันแล้ว จะเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงคลี่คลายไปอย่างมาก โดยที่ความหมายของ "การพัฒนา" กับ "การใช้สื่อเพื่อการพัฒนา" นั้นเปรียบเสมือนเป็นลูกพี่ลูกน้องกัน ดังนั้น เมื่อ "ลูกพี่" มีการเปลี่ยนแปลงไป "ลูกน้อง" ก็ต้องมีการปรับตัวตามไปด้วยเป็นธรรมดา

ดังที่รู้กันว่า เมื่อมีการนำแนวคิด "การพัฒนา" เข้ามาเมืองไทยเมื่อระยะเริ่มแรกนั้น (ราวพ.ศ.2500) การพัฒนาจะถูกตีความให้หมายถึง "การทำให้ทันสมัย" การเปลี่ยนแปลงให้เป็นแบบตะวันตก" "การทำประเทศให้เป็นอุตสาหกรรม" "การพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อการกินดีอยู่ดี" "การเจริญเติบโตทางวัตถุ" "การขยายตลาด (เท่ากับเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อขาย) "การใช้เทคโนโลยีแบบใหม่" เป็นต้น ทฤษฎีการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยและเติบโตทางวัตถุดังกล่าวนั้นได้แบ่งขั้นตอนประเทศที่มีลำดับขั้นตอนแบบขั้นบันไดเรียงเอาไว้ตั้งแต่ขั้นด้อยพัฒนา (ขั้นแรกสุด) ไปจนถึงขั้นพัฒนาสูงสุด ซึ่งก็มักจะมีประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรปขึ้นไปยืนเป็นต้นแบบ ประเทศไทยเราเองก็ได้ไปเข้าคิวเพื่อไต่บันไดขั้นตอนความเจริญเช่นว่านั้นเหมือนกัน

ในการไต่ไปตามขั้นบันไดแห่งการพัฒนานั้น "ระบบสื่อสาร" โดยเฉพาะ **สื่อสารมวลชน** (ในที่นี้ ความหมายในระยะแรกมักจะหมายถึงแต่การสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เท่านั้น เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์) จะเป็นทั้ง**ตัวบ่งชี้**

ระดับความเจริญของประเทศ และจะเป็นทั้ง**ตัวจักร**ผลักดันการพัฒนาไปด้วยพร้อม ๆ กัน ในความหมายแรกที่ว่า "สื่อสารมวลชน" นั้น เป็น**ตัวบ่งชี้**ระดับการพัฒนาของประเทศ หมายความว่า หากเราต้องการจะทราบว่า ประเทศนั้นยืนอยู่ที่บันไดขั้นไหนแล้วของการพัฒนา เราก็อาจจะวัดดูว่า ประเทศนั้นมีจำนวนคนอ่านหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด มีปริมาณเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์เท่าใด/ยิ่งปริมาณการใช้สื่อสมัยใหม่เหล่านี้มากเท่าใด ก็ยิ่งแสดงว่าระดับการพัฒนาของประเทศนั้นได้เดินเข้าใกล้จุดหมายปลายทาง คือการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วมากขึ้นเท่านั้น

และในเวลาเดียวกัน ถ้าประเทศนั้นยังเป็นประเทศด้อยพัฒนาอยู่ บรรดาสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นเองจะเป็น**ตัวจักร**ช่วยพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและทันสมัยทางสังคม วิทยุจะช่วยให้ชาวนาเปลี่ยนแปลงวิธีการเพาะปลูกมาเป็นแบบใหม่ ๆ หนังสือพิมพ์จะช่วยให้โลกของชาวชนบทกว้างขวางขึ้น โทรทัศน์จะช่วยเปลี่ยนความเชื่อถือตามแบบประเพณีดั้งเดิม (ซึ่งมักจะถูกตีความว่าล้าหลังงมงาย) ให้มาเป็นความเชื่อถือแบบสมัยใหม่ที่เป็นวิทยาศาสตร์และดูจะมีเหตุมีผลมากกว่า ดังนั้น **ความหมายของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในประวัติศาสตร์หน้าแรกของประเทศไทย จึงหมายความถึงการใช้สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลง ตั้งแต่ระดับบุคคล สถาบันทางสังคม วิถีการดำรงชีวิต วิธีการทำมาหากิน ไปจนถึงระดับสังคม จากลักษณะสังคมที่เคยเป็นอยู่ ให้ก้าวไปสู่การเป็นสังคมตามแบบอย่างของสังคมตะวันตก**

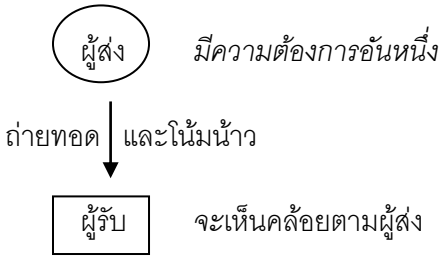
ด้วยเหตุนี้ หากเราพลิกดูงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องสื่อเพื่อการพัฒนาในยุคแรก ๆ นี้ เราจะเห็นหัวข้อประเภท "การเผยแพร่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีให้เป็นที่ยอมรับของชาวชนบท" "การใช้รายการวิทยุเพื่อเปลี่ยน

ทัศนคติต่อการใช้ข้าวพันธุ์ใหม่" "การจัดรายการโทรทัศน์เพื่อให้ประชาชนยอมรับวิธีการคุมกำเนิด" เป็นต้น

สื่อเพื่อการพัฒนา: สำคัญที่แนวนอนหรือแนวตั้ง

สำหรับสื่อเพื่อการพัฒนาในแบบที่นำเสนอไปแล้วนั้น มีข้อน่าสังเกตอยู่หลายประการ ดังเช่นที่ได้เกริ่นไปบ้างแล้วว่า คำว่า "สื่อ" ที่ใช้และเข้าใจกันอยู่ในขณะนั้น จะจำกัดขอบเขตอยู่แต่เฉพาะ "การสื่อสารมวลชนที่มีขนาดใหญ่และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่" เท่านั้น โดยไม่ได้รวมเอาสื่อตามแบบประเพณี เช่น หมอลำ ลิเก ค่าวซอ โนรา เข้าไปด้วย โดยเฉพาะยังไม่ได้คำนึงถึง "สื่อบุคคล" ซึ่งเคยเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญมาก่อน

ข้อควรสังเกตที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในยุคแรกนี้ จะมีลักษณะการถ่ายทอดข่าวสารใน**แนวตั้ง** (Vertical) และเป็น**การสื่อสารแบบทางเดียว** (One-way-communication) กล่าวคือ ฝ่ายผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความต้องการ มีความตั้งใจอันใดอันหนึ่งอยู่แล้ว จึงใช้บรรดาเครื่องมือการสื่อสารทั้งหลายทำการถ่ายทอด เพื่อชักชวนโน้มน้าวให้ผู้รับสารเห็นคล้อยตามความต้องการของตนหลังจากได้รับข่าวสารนั้นแล้ว หากเขียนเป็นภาพจะได้ดังนี้

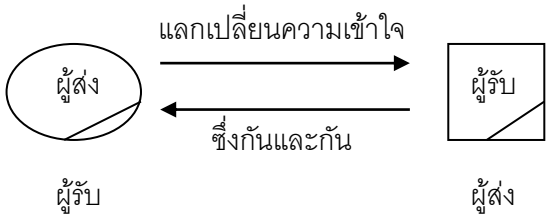


ในสภาพความเป็นจริงนั้น สำหรับกลุ่มคนในสังคมที่จะได้มีโอกาสมาเป็นผู้ส่งสารในสังคมระดับกว้างนั้นจะมีไม่เท่ากัน ทั้งนี้เพราะการใช้ระบบการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่จะต้องอาศัยเงินทอง/ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย มิใช่ว่า ใคร ๆ ก็สามารถจะตีพิมพ์หนังสือพิมพ์เผยแพร่ได้ หรือไปพูดออกอากาศวิทยุหรือโทรทัศน์ได้ ดังนั้น กลุ่มคนที่มีโอกาสจะได้ใช้เครื่องมือการสื่อสารดังกล่าวก็มีแต่บรรดาชนชั้นสูง พ่อค้า นักธุรกิจอุตสาหกรรม หรือผู้นำของประเทศเท่านั้น ดังประจักษ์พยานปัจจุบันที่เราจะเห็นว่ามีแต่เรื่องราวความเป็นไปของคนชั้นสูงและมั่งคั่งเท่านั้นที่จะได้รับการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ ในขณะที่ประชาชนสามัญธรรมดาทั่วไปจะมีโอกาสเช่นว่านั้นอยู่น้อยมาก ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารในแนวตั้งและเป็นแบบทางเดียวที่ถือเอาว่าผู้ส่งสารเป็นพระเอกนี้ จึงมีแนวโน้มที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีอำนาจทั้งด้านการเงินและการเมืองสามารถที่จะครอบงำจิตใจของประชาชนผู้รับสารให้เป็นไปตามที่ตนต้องการ และระบบการสื่อสารมวลชนในรูปแบบดังกล่าวจึงได้กลับกลายเป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมไปเสีย ดังที่มีคำสโลแกนกล่าวว่า "ผู้ใดยึดกุมระบบการสื่อสารของสังคมเอาไว้ได้ ผู้นั้นย่อมสามารถยึดกุมความคิด ความรู้สึก และการกระทำของประชาชนเอาไว้ได้เช่นกัน"

พิจารณาในแง่นี้แล้ว การใช้สื่อในแง่มุมดังกล่าวไม่น่าจะมีความหมายตรงกับคำว่า "การใช้สื่อเพื่อการพัฒนา" ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนทั่วไปไม่มีส่วนร่วมในการกำหนด การตัดสินใจ และการเข้ามาใช้การสื่อสาร เหมือนอย่างที่ไม่มีส่วนร่วมในการศึกษาพัฒนาประเทศ ประชาชนคงมีบทบาทเป็นแต่เพียง "ผู้รับสาร" เหมือนอย่างที่เป็นเพียง "วัตถุรองรับการพัฒนา" (ที่ตนไม่ได้กำหนด) และหากเราถือว่า องค์ประกอบที่จำเป็นอันจะขาดเสียมิได้ของการพัฒนาคือ

"ความยุติธรรมในสังคม" แล้ว คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ก็ต้องเป็นการจัดโอกาสให้ประชาชนทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกชนชั้น ได้มีส่วนร่วมและมีบทบาทอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งในฐานะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารของระบบสื่อสารในสังคม

และหาก "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้น สิ่งแรกที่จะต้องเปลี่ยนแปลงก็คือ ความหมายของคำว่า "การสื่อสาร" และแบบจำลองที่ใช้ โดยที่จะต้องเปลี่ยนแปลงจากแบบจำลองการสื่อสารแนวตั้งและทางเดียวมาสู่แบบจำลองการสื่อสารในแนวนอน (horizontal) และเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-ways Communication) ดังภาพ



จากแบบจำลองในรูปหลังนี้ การสื่อสารก็จะเปลี่ยนจาก **"การใช้ข้อมูลเพื่อโน้มน้าวใจ"** (ซึ่งบ่อยครั้งมักจะเผลอเรอกลายเป็น "การครอบงำ" ไปได้โดยง่าย) มาเป็น **"การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อจะเรียนรู้หาความเข้าใจและความหมายร่วมกัน"** ทำให้การสื่อสารมีลักษณะที่บ่งบอกถึงความเสมอภาค การเคารพในศักดิ์ศรีของกันและกัน การสร้างความเข้าใจร่วมกัน การแลกเปลี่ยนอย่างเท่าเทียม การรู้จักใจเขาใจเรา เป็นต้น การสื่อสารแบบสองทางจะเป็นโอกาสให้ผู้รับและผู้ส่งสารได้สลับบทบาทกัน เป็นผู้พูดบ้าง และ

เป็นผู้ฟังบ้าง มิใช่เป็นแต่เพียงผู้ฟังหรือผู้พูดแต่เพียงอย่างเดียว ความหมายและแบบจำลองประเภทหลังนี้จึงมีคุณลักษณะสมควรที่จะเรียกว่าเป็น "สื่อเพื่อการพัฒนา" โดยแท้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมานี้ ภารกิจเบื้องต้นของนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เป็นแบบอุดมคติจึงเป็นการกลับหัวกลับหางกับสภาพการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ กล่าวคือ **"จะต้องทำให้ประชาชนเป็นผู้ใช้การสื่อสาร มิใช่การสื่อสารเป็นผู้ใช้ประชาชน"** การสื่อสารนั้นจะต้องทำให้เป็นของประชาชน มาจากประชาชน และเพื่อประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นได้

"มิติมืด" ของการพัฒนาและสื่อเพื่อการพัฒนา

ย้อนกลับมาดูหน้าประวัติศาสตร์ของสื่อเพื่อการพัฒนาในสังคมไทยอีกครั้งหนึ่ง จากประวัติที่เล่ามาคร่าว ๆ แล้วนั้น มีข้อที่น่าสังเกตประการหนึ่งว่าในตอนเริ่มต้นนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมไทยกับการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการพัฒนานั้น ค่อนข้างจะดำเนินไปอย่างหวานชื่น สังคมไทยอ้าแขนต้อนรับการนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ในการพัฒนาประเทศอย่างเต็มอกเต็มใจ และในยามรักที่น้ำต้มผักก็ว่าหวานนั้น สังคมไทยแทบจะมองไม่เห็นเลยว่าระบบสื่อสารสมัยใหม่ใหม่จะมีจุดด่างพร้อยอะไรบ้าง ทั้ง ๆ ที่ต้นกำเนิดของสื่อมวลชนนั้นก่อตัวขึ้นมาจากสังคมตะวันตก ในการประชุมนโยบายการสื่อสารระดับประเทศครั้งที่ 1 (พ.ศ.2507) มีแต่เพียงเสียงแผ่ว ๆ ที่ท้วงติงให้ระมัดระวังปัญหาการสูญเสียเอกลักษณ์ของไทย อันอาจจะเกิดขึ้นเนื่องมาจากการแพร่หลายขยายตัวของสื่อมวลชนที่มีทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่สั่งตรง "มาจากนอก"

ทศวรรษแรกแห่งการพัฒนาเคลื่อนคล้อยผ่านไป ภาพพจน์อันสดใสของการพัฒนาชักเริ่มขุ่นมัว หลายสิ่งหลายอย่างที่ปรากฏในความเป็นจริงมีริ้วรอยที่ไม่เป็นไปตามที่การพัฒนาได้สัญญาไว้ แม้ว่าประเทศไทยจะดูมีความทันสมัยมากขึ้น มีถนนหนทาง มีไฟฟ้า น้ำประปาใช้ รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้น แม้กระนั้นความยากจนก็กลับกลายขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัวเช่นกัน การกระจายรายได้ยิ่งมีความไม่เป็นธรรมมากขึ้น ยิ่งพัฒนาไปคนรวยยิ่งรวยมากขึ้น ส่วนคนจนก็ยิ่งจนลงทุกที และเมื่อทศวรรษที่สองแห่งการพัฒนาย่างก้าวผ่านไป สังคมไทยก็ยิ่งหวานอมขมกลืนกับการพัฒนาแบบดังกล่าวมากขึ้น การตั้งคำถามอย่างสงสัย จนถึงขั้นการประณามและปฏิเสธแนวการพัฒนาแบบถือเอาตะวันตกเป็นที่ตั้งก็เริ่มดังกระหึ่มขึ้นทุกที พร้อมกันนั้นได้มีความพยายามที่จะแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่เริ่มต้นจากฐานความเป็นจริงของสังคมไทยเอง เช่น แนวคิดเรื่องการพึ่งตนเอง การพัฒนาแนวศาสนา-วัฒนธรรม เป็นต้น

เมื่อแนวคิด "การพัฒนา" ที่เป็นต้นขบวนถูกตรวจสอบ แนวคิดเรื่อง "การใช้สื่อเพื่อการพัฒนา" ที่เป็นหางแถวก็ต้องพลอยสั่นสะเทือนไปด้วย บรรดานักสื่อสารมวลชนที่มีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม เริ่มทำการตรวจสอบและประเมินคุณค่าของการใช้สื่อเพื่อพัฒนา โดยเฉพาะในประเทศโลกที่สามกันใหม่อีกครั้งหนึ่ง เพื่อลบล้างภาพลวงตาอันมีแต่แง่มุมที่สวยสดงดงามเพียงด้านเดียวเท่านั้นของสื่อสมัยใหม่ ข้อสรุปร่วมประการหนึ่งของการตรวจสอบครั้งใหม่นี้ก็คือ ในขณะที่สื่อสมัยใหม่นั้นมี**คุณอนันต์**ต่อโลกที่สาม ในเวลาเดียวกันก็มี**โทษมหันต์**ต่อประเทศกำลังพัฒนาเหล่านั้น แน่นอนว่าไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าสื่อสมัยใหม่มีคุณูปการอย่างยิ่งในการพัฒนาความรู้ข้อมูลข่าวสาร สามารถขยายโลกและขยายสิ่งแวดล้อมรอบตัวของเราให้กว้างขวางออกไปจากเดิม

อย่างสุดจะประมาณการ ทุกวันนี้แม้แต่เด็ก ๆ ในชนบทก็ยังรู้จักเปเล่ "ไข่มุกดำของ บราซิล" ในขณะที่เด็กในเมืองก็ได้รู้เห็นว่าเพื่อนชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่างไร

อย่างไรก็ตาม โทษมหันต์ของสื่อสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ก็มีอยู่ไม่น้อย ส่วนมากการวิจารณ์สื่อมวลชนสมัยใหม่นั้น มักจะพุ่งเป้าไปจากมิติด้านคุณธรรม การทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม การทำลายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เคยมีอยู่ เป็นต้น ข้อสังเกตที่ได้รับการหยิบยกมาพูดถึงมากที่สุดก็คือ เวลาที่มีโทรทัศน์เข้าไปในหมู่บ้าน อาการผิดปกติแรกที่เกิดขึ้นก็คือ ในช่วงยามเย็นหรือยามค่ำจะไม่มีการไปมาหาสู่เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหมู่บ้านตน เพราะแต่ละบ้านต่างก็นั่งเฝ้าหน้าจอโทรทัศน์แทน ในสังคมเมือง สำหรับครอบครัวที่มีฐานะดี ๆ สามารถซื้อเครื่องเล่นวิดีโอได้คนละเครื่อง ถึงเวลาต่างคนต่างก็เข้าห้องนอนของตน และเพลิดเพลินอยู่กับวิดิโอ บรรยากาศภายในครอบครัวที่มีการพูดคุยปรึกษาหารือกันลดน้อยถอยลงไปทุกที

ในหลายกรณี เนื้อหาสาระที่ติดมากับสื่อสมัยใหม่นั้น นอกจากจะไม่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงในชนบท (การโฆษณารองเท้าส้นสูงไม่เหมาะกับน้องนางบ้านนาที่ต้องเดินบนคันนา) หลายครั้งยังทำลายคุณค่าและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอยู่ด้วย เช่น โฆษณาให้ใช้ยาฆ่าแมลง จะทำลายสัตว์เล็ก ๆ ที่อาศัยอยู่ในท้องนา และยังปลูกฝังทัศนะแห่งการฆ่าฟันสัตว์โลกที่อยู่แวดล้อม (ในวัฒนธรรมดั้งเดิม ชาวบ้านจะมีวิธีอาศัยอยู่ร่วมกับสรรพสิ่งมีชีวิตทั้งหลายอย่างไม่เบียดเบียนกันและกัน แบ่งปันกันบ้างตามสมควร เช่น การใช้แผ่นสังกะสีพันรอบต้นมะพร้าวป้องกันกระรอกเจาะ การหล่อน้ำตามขาตู้กับข้าวเพื่อป้องกันมด เป็นต้น) การจูงใจให้ใช้ปุ๋ยเคมี ทำให้เพิ่มรายจ่าย

ทำลายเนื้อดิน ทำลายการพึ่งตัวเองในการทำปุ๋ยหมักปุ๋ยคอก นโยบายการส่งเสริมให้ปลูกพืชอย่างเดียว ทำลายพื้นฐานการผลิตเพื่อบริโภค การโฆษณายาแก้ปวดชนิดต่าง ๆ ทำลายทั้งสุขภาพในระยะยาว และทำให้กลายเป็นติดยา การโฆษณาอย่างบ้าเลือกในการใช้ครีมแก้สิวฝ้า ทำให้สาว ๆ ในชนบทเกิดความกังวลใจในเรื่องไร้สาระ เป็นต้น สำหรับกรณีที่โด่งดังโจษจันกันมากถึงมหันตภัยของสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่รุกเข้าไปทำลายศีลธรรมประเพณีของชาวชนบท ก็คือ กรณีการฉายหนังล้อมผ้า การลักลอบฉายวิดีโอโป๊อย่างกลาดเกลื่อน ปัจจุบัน ถ้าหากวันพระไปตรงกับวันเสาร์-อาทิตย์ที่มีการถ่ายทอดมวยตู้แล้ว ไม่แน่ใจว่าคนเฒ่าคนแก่จะไปวัดหรือจะพนันมวยอยู่หน้าจอโทรทัศน์กันแน่

อีกจุดหนึ่งที่สื่อสารมวลชนสมัยใหม่ถูกโจมตีมาก โดยเฉพาะในบรรยากาศของประเทศที่ยากจนเช่นโลกที่สามอย่างเรา ก็คือ สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นให้คนเกิดความต้องการบริโภคจนเกินขีดความสามารถของประชาชน ทั้งนี้เพราะคนทั่วไปไม่ว่าจะยากดีมีจนอย่างไร ต่างก็ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ ๆ ทั้งที่เป็นของจำเป็นและเป็นของฟุ่มเฟือย ลักษณะการโฆษณานั้นจะมีการโน้มน้าวชักจูงให้อยากจับจองเป็นเจ้าของ และเมื่อประชาชนบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความยับยั้งชั่งใจน้อยกว่าคนทั่วไป เช่น เด็กหรือวัยรุ่น หากเขาไม่มีหนทางที่จะหาเงินมาจับจ่ายซื้อของได้ด้วยวิถีทางที่สังคมยอมรับหรือถูกกฎหมายแล้ว พวกเขาก็จะหันไปใช้ช่องทางที่ผิดกฎหมายหรือสังคมไม่ยอมรับ เช่น การก่ออาชญากรรม ฉกชิงวิ่งราว จี้ปล้น หากเป็นผู้หญิงก็ขายตัว ทุกวันนี้สาเหตุของการประกอบอาชญากรรมเล็กๆน้อยๆ หรือสาเหตุของการเป็นโสเภณีของคนบางกลุ่มอาจจะไม่ได้มาจาก**ความยากจนขาดแคลน**เป็นตัวบีบบังคับแล้ว หากแต่มา

จาก**ความโลภ**ความ**อยากได้**ที่เกินขีดความสามารถของตน

และหากเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนที่เคยมีอยู่ในวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น การละเล่นพื้นบ้าน ภาพปริศนาธรรม คำคม ภาษิต ฯลฯ แล้ว จุดอ่อนอันหนึ่งของสื่อมวลชนสมัยใหม่ก็คือ สื่อแบบนี้ไม่ค่อยจะกระตุ้นให้ผู้รับสารได้ใช้เหตุผลพิจารณาไตร่ตรอง ได้ใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจ ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสารมุ่งเน้นแต่ลักษณะที่จะโน้มน้าวชักจูงให้เห็นคล้อยตามเป็นใหญ่ ซึ่งเห็นได้จากรูปแบบการโฆษณาสินค้าที่เอ่ยอ้างจนเกินเลย หรือในรูปแบบละครนวนิยายชวนฝันต่าง ๆ ซึ่งมักจะถูกโจมตีว่าเป็นทางระบายออกที่ไม่สมจริง เพ้อฝัน เพราะบรรดานวนิยายเหล่านี้มักจะมีเค้าโครงเรื่องที่หญิงสาวผู้ยากจนแต่หน้าตาดี ได้อาศัยความสวยงามของตนเป็นบันไดไต่เต้าชีวิต หรือมิฉะนั้นก้เป็นสาวน้อยผู้ยากไร้ แต่ทว่ามีปานแดงพิสูจน์ว่าเป็นหลานสาวของท่านผู้หญิงที่มั่งคั่ง เป็นต้น นักสื่อมวลชนบางท่านได้ใช้ทัศนะการมองโลกในแง่ร้ายในการประเมินคุณค่าการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่แบบที่กล่าวมาแล้วไว้ว่า ประชาชนที่เสพย์สื่อแบบนี้อยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ย่อมจะเกิดความโง่เขลาทางจิตใจได้โดยง่าย

มาร์วิน เดอเฟลอร์ (Marvin Defleur) นักสื่อสารมวลชนที่มีชื่อเสียงมากท่านหนึ่ง ได้สรุปโทษภัยของสื่อมวลชนสมัยใหม่เอาไว้ว่า "ลดระดับวัฒนธรรมของประชาชนให้ตกต่ำลง เพิ่มอาชญากรรมมากขึ้น เพราะการกระตุ้นให้เกิดความโลภ ทำให้จริยธรรมของสังคมเสื่อมโทรมลงทุกที และกดเก็บความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของประชาชน"

สื่อนั้นเป็นเพียงวัตถุ สำคัญอยู่ที่มนุษย์ผู้ใช้

เมื่อกระแสการวิพากษ์วิจารณ์สื่อสมัยใหม่เริ่มมีมากขึ้น ในอีกด้านหนึ่ง

ก็เริ่มมีกระแสเสียงจากฝ่ายผู้รับสารที่ต้องการเสนอมาตรการที่สามารถแก้ปัญหานี้อย่างเร่งด่วนและฉับพลัน ข้อเสนอที่มีมากที่สุดคือ การปฏิเสธการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น พ่อแม่บางคนจะห้ามไม่ให้ลูกหลานดูโทรทัศน์เลย วิธีแก้ปัญหาแบบนี้ แม้ว่าดูโดยผิวเผินจะเห็นว่าได้ผลในการสกัดกั้นโทษภัยจากบรรดาสื่อสมัยใหม่ทั้งหลาย แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เท่ากับเราได้โยนคุณประโยชน์ของสื่อสมัยใหม่ทิ้งไปเลย และหากวิเคราะห์มูลเหตุแท้จริงของปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว เราก็จะเห็นว่า บรรดาวิทยุ โทรทัศน์ วิดีโอนั้น หาใช่เป็น**ตัวการ**ของปัญหาไม่ แต่ปัญหาจะอยู่ที่ว่า เราจะมี**วิธีการใช้สื่อ**เหล่านี้ได้อย่างไรต่างหาก

เมื่อคำถามที่หนึ่งเริ่มต้นดังขึ้นมาแล้ว คำถามที่สองที่สามก็ตามติดมา คำถามที่ท้าทายที่สุดได้แก่ คำถามที่ว่า "เราจะสามารถใช้สื่อ**สมัยใหม่**เพื่อการพัฒนาได้จริงหรือเปล่า" หรือ **"สื่อประเภทไหนกันแน่"** ที่มีศักยภาพที่จะเป็น "สื่อเพื่อการพัฒนาได้"

ในตอนต่อไปนี้ เราจะพยายามแสวงหาคำตอบหลาย ๆ คำตอบสำหรับหลาย ๆ คำถามข้างต้นนั้น แต่เพื่อให้ความเข้าใจของผู้เขียนและผู้อ่านตรงกัน จะขอปรับคลื่นแห่งความเข้าใจด้วยการทบทวนประเด็นบางประเด็นให้แจ่มกระจ่างเสียก่อน

คำตอบแรกที่ผู้ส่งสารจะต้องระบุออกมาให้ชัดเจนก็คือ **อะไรคือเป้าหมายในการใช้สื่อมวลชนที่มีอยู่** เพราะเป้าหมายของการใช้สื่อนั่นเองจะเป็นตัวชี้ขาดลักษณะของการจัดส่งข่าวสารข้อมูล ดังเช่นที่กล่าวมาแล้วว่าบรรดาสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ อันเป็นผลงานของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นถนนหนทาง ไฟฟ้า เงิน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ ฯลฯ นั้น ผลผลิตเหล่านี้จะเป็นคุณหรือโทษ ย่อมขึ้นอยู่กับเป้าหมายและความตั้งใจของผู้ใช้ ในกรณีของสื่อมวลชนนั้นก็เช่นกัน เราคงต้องตอบคำถามที่กล่าวมาตั้งแต่ข้างต้นว่า ผู้ส่ง

สารมีเป้าหมายจะใช้สื่อเพื่อสร้างสันติสุข เสรีภาพ และความยุติธรรม หรือมุ่งการครอบงำควบคุมกันแน่

หากเรานำเป้าหมายดังกล่าวมาเป็นมาตรวัดว่า การใช้สื่อในครั้งไหนบ้างที่สามารถจะขนานนามได้ว่า เป็นการใช้ "สื่อเพื่อการพัฒนา" โดยเฉพาะสำหรับการนำระบบสื่อสารสมัยใหม่มาใช้กับชาวชนบท เราก็จะเห็นว่า **บทบาทหน้าที่ของสื่อเพื่อการพัฒนานั้นน่าจะต้องมีส่วนช่วยในการพัฒนายกระดับการศึกษาการรับรู้ของประชาชน ช่วยให้ประชาชนได้รู้เท่าทันสภาพความจริงในโลกที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไป มีส่วนผลักดันให้ประชาชนมีความคิดและมีความสามารถในการตัดสินใจและประกอบกิจกรรม ผดุงรักษาหรือยกระดับศีลธรรมของประชาชน โดยที่สื่อนั้นจะต้องเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำนึกแห่งการเคารพศักดิ์ศรีและคุณค่าทั้งของตัวเองและผู้อื่น แสวงหาเอกลักษณ์ของตน (และวัฒนธรรมของตน) เพื่อให้ปลอดพ้นจากการครอบงำจากภายนอก เป็นต้น**

วิธีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาที่จะให้บรรลุเป้าหมายและเล่นบทบาทดังกล่าวได้นั้น จะต้องมีวิธีการใช้สื่อแบบเฉพาะตัว เช่น ต้องเป็นรูปแบบการใช้สื่อที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ นั่นก็คือ จะต้องยกเลิกหรือลดทอนลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว (ที่ง่ายต่อการคลี่คลายไปเป็นการโน้มน้าวครอบงำ) ให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และแทนที่ด้วยการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้มีการระดมสติปัญญาและกำลังจากคนส่วนใหญ่มาใช้ในการพัฒนาประเทศ เนื้อหาที่จะบรรจุในการสื่อสาร จะถูกกำหนดมาจากความต้องการของคนส่วนใหญ่ ปริมาณสัดส่วนของเนื้อที่ข่าวสารจะต้องมีความยุติธรรมเพิ่มมากขึ้น (ทุกวันนี้เรื่องราวในสื่อมวลชนสมัยใหม่ทุกชนิดมักเป็นเรื่องของคนในเมืองมากกว่าคนในชนบท

เรื่องของคนชั้นสูงมากกว่าคนชั้นธรรมดา ๆ เรื่องของคนรวยมากกว่าเรื่องของคนดี)

เมื่อวิเคราะห์เจาะลึกลงไปถึงระดับรากเหง้า ดังที่แนวคิดเกี่ยวกับ "การพัฒนา" ตามแนวทางของเรานั้น เราหมายความถึงการพัฒนาคนให้ครบครันทั้งจากภายนอกและภายใน พัฒนาคนให้มีศักดิ์ศรีและคุณค่าสมกับความเป็นคน ด้วยเหตุนี้เมื่อเราใช้มุมมองจากทัศนะที่กว้างขวางและลึกซึ้งที่สุดในการพิจารณา "สื่อเพื่อพัฒนา" นั้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อในรูปแบบไหน ใช้สื่ออะไร เทคโนโลยีแบบไหน เป็นเรื่องราวว่าด้วยอะไร สิ่งที่ลึกซึ้งซ่อนเร้นอยู่ภายในนั้นก็คือ **ตัวคุณค่าที่บรรจุอยู่ภายในสื่อนั้นเอง** ในแง่ของคุณค่าแล้ว เราจะต้องตั้งคำถามว่า "ละครโทรทัศน์เรื่องนี้สอนให้คนดูนิยมชมชอบกับการแข่งขันแย่งชิงกันหรือเปล่า" สปอตโฆษณาชิ้นนี้สอนให้เด็ก ๆ คลั่งไคล้การบริโภคนิยมหรือเปล่า" การ์ตูนเรื่องนี้สอนให้เด็ก ๆ เห็นแก่ตัว ใช้อำนาจเป็นธรรม หรือสอนให้งอมืองอเท้าหรือเปล่า" หนังเรื่อง "วัลลี" สอนให้ลูก ๆ รู้จักความกตัญญูใช่หรือไม่ ละครโทรทัศน์เรื่อง "ทองเนื้อเก้า" สอนใจให้ผู้หญิงเลิกถือคติที่ว่า "นารีมีรูปเป็นทรัพย์" ใช่หรือไม่ ฯลฯ

เดินสู่เส้นทางใหม่อันหลากหลายอุดมสมบูรณ์

แม้เราจะได้กล่าวถึงมิติมืดของสื่อสารมวลชนสมัยใหม่มาค่อนข้างยืดยาวแล้ว แต่บัดนี้มีสัญญาณบางอย่างที่ควรแก่การยินดีให้ปรากฏขึ้นมา ให้เป็นแสงสว่างรำไรท่ามกลางความมืดมิดนั้น นั่นก็คือ ในปัจจุบันการแสวงหาทางเลือกใหม่สำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนากำลังดำเนินไปอย่างคึกคัก และมีทั้งหนทางในระบบและนอกระบบ (ดังจะได้กล่าวถึงสักเล็กน้อยในตอนต่อไป)

แต่ไม่ว่าหนทางในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาจะมากมายด้วยเนื้อหาและหลากหลายด้วยรูปแบบเช่นใดก็ตาม ทว่าหลักการสำคัญในการใช้นั้นก็น่าจะมีจุดร่วมกันได้ ดังเช่นในที่นี้จะขอนำเสนอแนวคิดของนิโคลัส เบนเน็ตต์ (Nicholas Bennett) นักการศึกษาและนักสื่อสารมวลชนที่มีความสนใจในปัญหาของโลกที่สามเป็นพิเศษ เบนเน็ตต์ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการนำสื่อมาใช้เพื่อการพัฒนาเอาไว้ว่า จะต้องคำนึงถึงหลักการดังนี้คือ

1. **สื่อนั้นต้องมีมนุษยธรรม** หมายความว่า การใช้สื่อนั้นต้องถือเอา**คน**เป็นเป้าหมาย มิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

2. **การจัดทำสื่อต้องเริ่มต้นจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ และต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนมี** เช่น ด้านการผลิตสื่อ ควรใช้วัสดุจากท้องถิ่น เทคโนโลยีจากท้องถิ่น เพื่อตลาดท้องถิ่น ลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชนจะช่วยเป็นวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพาและการครอบงำจากภายนอก ทำให้สื่อมวลชนในแต่ละชุมชนมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ไม่ลืมตัวเอง ไม่ลืมชุมชน สำหรับในแง่นี้ บางทีวิธีการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่อาจจะต้องย้อนรอยเดิมกลับไปหารูปแบบและวิถีทางของการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชน

3. **ในด้านคุณค่า การใช้สื่อต้องช่วยให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในระบบคุณค่าอันดีงามที่ตนมีอยู่** หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเป็นไปในทางที่สอดคล้องกับคุณค่าดั้งเดิม

4. **การใช้สื่อนั้นต้องช่วยให้ผู้รับสามารถเข้าใจปัญหาสภาพแวดล้อมของตัวเอง** ในขณะที่ทุกวันนี้ ข่าวจากดาวเทียมช่วยให้เรารู้ว่าในสหรัฐฯประสบภัยพิบัติจากไฟไหม้ป่า แต่การรู้จักสถานการณ์ของผู้อื่นเท่านั้นยังไม่เป็นการเพียงพอ จนกว่าเราจะได้รู้จักสถานการณ์ของเราให้แจ่ม

แจ้งทะลุปรุโปร่งเสียก่อน ชาวบ้านโสกน้ำขาวจำเป็นต้องรู้ว่า เพราะเหตุใดหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้ง ๆ ที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงเป็นก้าวสั้น ๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง

5. **การใช้สื่อจะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของ "ความเป็นชุมชน" อย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น** แต่ก่อนนั้นเราจะเห็นว่ามีธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนเองและระหว่างชุมชนมีความมั่นคง เป็นปึกแผ่น เช่น งานบุญพระเวส งานเส็งกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเอื้อเฟื้อเกื้อกูลกันในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ในปัจจุบันนี้ เมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้ว การสื่อสารนั้นก็ควรจะถูกนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน

ต่อจากนี้จะได้กล่าวถึงความพยายามและรูปแบบใหม่ ๆ ของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเท่าที่ปรากฏเป็นรูปธรรมในสังคมไทย โดยมีข้อสังเกตประการแรกว่า การแสวงหาดังกล่าวในปัจจุบันนี้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อยู่อย่างมาก เช่น การแสดงหุ่นมือสำหรับเด็ก ๆ การจัดนิทรรศการที่ประสานการใช้สื่อสมัยใหม่หลาย ๆ แบบ การบันทึกการทำกิจกรรมตามประเพณีไว้ด้วยการถ่ายวิดีโอเพื่อนำมาใช้ศึกษา ทั้งนี้โดยยังไม่ต้องกล่าวถึงการทำสไลด์ที่ใช้ในการจัดการศึกษาร่วมกันของชาวบ้าน ซึ่งนิยมทำอย่างแพร่หลาย แวดวงของการใช้สื่อก็มีอยู่หลายระดับ ทั้งเป็นการส่งข่าวคราวจากคนชนบทมาสู่คนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม การใช้สื่อระดับชาวบ้านต่อชาวบ้านด้วยกัน นอกจากนั้นก็มีการค้นหาวิธีการใช้สื่อที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ๆ เช่น สื่อเฉพาะสำหรับกลุ่มเด็ก สื่อสำหรับวัยรุ่น เป็นต้น

เพื่อความสะดวก ในที่นี้จะขอจัดหมวดหมู่แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในสังคมไทยออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกเป็นการขยับตัวเพื่อให้เกิดการพัฒนาการใช้สื่อที่มีอยู่ในระบบเอง กลุ่มที่สองได้พยายามที่จะประสานสื่อสมัยใหม่เข้ากับสื่อตามแบบประเพณีที่มีอยู่เดิม และกลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มที่นำเอาบางส่วนของเทคโนโลยีของสื่อสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อตอบสนองเป้าหมายของงานพัฒนาในท้องถิ่นโดยตรง จากนี้เราจะลองสำรวจดูผลงานของแต่ละกลุ่มอย่างคร่าว ๆ

การปรับตัวของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในระบบ

ทุกวันนี้ หากเราลองสำรวจและเอาใจใส่กับบรรดาสื่อมวลชนสมัยใหม่ทุกชนิด เริ่มตั้งแต่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและเทป โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และวิดีโอ เราก็จะพบว่าสื่อเหล่านี้ได้ผลิตผลงานออกมาจำนวนมากมาย และในท่ามกลางผลงานอันมหาศาลนี้ จะมีผลงานอยู่จำนวนหนึ่งที่เราอาจจะออกปากเรียกได้ว่าเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง

ลองเริ่มต้นดูตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์เช่น หนังสือพิมพ์ เป็นที่น่ายินดีว่าปัจจุบันนี้หนังสือพิมพ์ที่มียอดขายจำนวนสูงมาก ๆ ได้เพิ่มหน้าคอลัมน์เนื้อหาที่มีประโยชน์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นคอลัมน์วิจารณ์การเมืองที่เท่ากับเป็นหูเป็นตาให้กับประชาชน ไปจนถึงการรายงานข่าวคราวการเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลก รายงานข่าวพิเศษเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านมนุษยธรรม เช่น การใช้แรงงานเด็ก ปัญหาโสเภณี ปัญหาชีวิตคนชรา ปัญหาชาวชนบทที่อพยพเข้ามาในเมือง ปัญหาคนสลัม ฯลฯ หรือมิฉะนั้นก็มีคอลัมน์ประจำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน และสามารถสื่อสารได้โดยง่ายกับผู้คนในระดับกว้าง เช่น คอลัมน์

การ์ตูนขบวนการแก้จนในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์มุมเกษตร เป็นต้น ในเวลาเดียวกัน หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพก็เริ่มมียอดตีพิมพ์สูงขึ้นทุกที แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของคนอ่านยกระดับสูงขึ้นและเพิ่มปริมาณมากขึ้นทุกที การแข่งขันกันทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่พร้อม ๆ กันไปทั้งสองขา จะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้หนังสือพิมพ์ไทยกลายเป็นสื่อที่ช่วยพัฒนาความรู้ ความคิด สติปัญญาของคนไทยได้ดีเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับรายการวิทยุนั้นอาจจะมีการปรับตัวช้าไปบ้าง เนื่องจากมีขีดจำกัดหลายประการ นับตั้งแต่มีจำนวนสถานีมากมาย (252 สถานี) โดยมีรัฐ (หมายถึงหน่วยราชการต่างๆ) ที่เป็นเจ้าของทางนิตินัย แต่ในทางพฤตินัยแล้วก็มักเช่าช่วงให้เอกชนมาทำรายการ ดังนั้น รายการวิทยุทุกวันนี้จึงมีรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ (ประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งมักจะมีรูปแบบการจัดรายการด้วยการเปิดเพลงสลับด้วยการพูดคั่นเล็กๆน้อยๆ อย่างไรก็ตาม ก็มีนักจัดรายการรุ่นใหม่บางคนที่พยายามจะสรรหาเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์มาสอดแทรกเอาไว้ในระหว่างเปิดเพลง นอกจากนั้นก็มีความพยายามที่จะจัดรายการ ดี ๆ ที่มีทั้งสาระและบันเทิงของหน่วยราชการบางแห่ง หรือการจัดรายการที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อประชาชนในชนบทเช่น ความรู้ด้านการเกษตร อนามัย วิทยาการแบบใหม่ เป็นต้น

สำหรับสื่อที่ติดมากับรายการวิทยุ ก็คือ กิจการการทำเทปคาสเส็ทโดยเฉพาะเทปเพลง ซึ่งขยายกิจการอย่างรวดเร็วในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมานี้ จากการสังเกตเนื้อหาของเพลงยุคนี้ จะเห็นได้ว่า ในขณะที่เพลงประเภทรัก ๆ ใคร่ ๆ สายลมแสงแดดแบบเดิมยังคงมีอยู่เป็นเรื่องธรรมดา แต่ทว่าจำนวนของเพลงประเภทที่กล่าวถึงสาระที่จริงจังของชีวิตก็เพิ่มปริมาณมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ เพลงของวงคาราบาวที่กล่าวถึงตั้งแต่ปัญหาโสเภณี การอบรมเลี้ยง

ดูลูก ความนิยมของนอก ปัญหาการซื้อของเงินผ่อน ไปจนถึงความหยิ่งในศักดิ์ศรีของคนจนผู้ยิ่งใหญ่ นอกจากนั้นก็ยังมีเพลงของวงอื่น ๆ ที่ชี้ให้เห็นสภาพชีวิตของคนเล็ก ๆ ในสังคม เช่น เด็กปั๊ม สาวรำวง ฯลฯ นอกเหนือไปจากการจับบทเพลงมาใส่ตลับแล้ว การใช้สื่อประเภทเทปคาสเส็ทยังขยายไปถึงการอัดคำสั่งสอนเทศนาของพระภิกษุบางรูป ที่รู้จักกันดีคือ เทปธรรมะพระพยอม ซึ่งเท่ากับเป็นแนวทางการพัฒนาด้านจิตใจ ศาสนาให้สมดุลควบคู่ไปกับวัตถุ

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา สื่อประเภทโทรทัศน์มีการปรับตัวมากที่สุด เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงรายการข่าวให้กลายเป็นรายการที่ประชาชนสนใจติดตามรับชมเพิ่มมากขึ้นทุกที เนื้อหาของรายการข่าวเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การจัดเสนอรายการข่าวในวันเด็ก ปีพ.ศ.2531 นอกจากจะมีรายงานสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เด็ก ๆ ได้สนุกสนานเพลิดเพลินในวันเด็กแล้ว ในเนื้อหาข่าวยังได้เผื่อแผ่ไปถึงเด็ก ๆ ผู้ยากไร้อีกจำนวนไม่น้อยที่ขาดโอกาสเช่นผู้อื่น พร้อมทั้งจุดประเด็นความสนใจในเรื่องสิทธิมนุษยชนที่เด็กพึงได้รับ เป็นต้น นอกเหนือไปจากรายงานข่าวแล้ว รายการประเภทสารคดีน่ารู้ก็เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพ เช่น รายการกระจกหกด้าน น้ำพักน้ำแรง เป็นต้น สำหรับละครโทรทัศน์ ซึ่งเคยเป็นรายการที่มุ่งให้แต่ความบันเทิงเท่านั้น ในปัจจุบันนี้ได้มีนักเขียนหลายท่าน รวมทั้งผู้สร้างละครโทรทัศน์หลายคนที่พยายามสร้างสรรค์ละครที่มีประโยชน์ มีแง่คิดต่อสังคม เช่น ละครเรื่อง "ลานลูกไม้" "เวิ้งระกำ" ของ กฤษณา อโศกสิน "กว่าจะรู้เดียงสา" ของโบตั๋น "เงา" ของทมยันตี ในช่วง 2-3 ปีนี้มีละครโทรทัศน์ประเภทที่มีคุณค่าเหล่านี้หลายเรื่องที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้ชม เช่น เทวดาตกสวรรค์ ผู้พิทักษ์ความสะอาด สาธรดอนเจดีย์ ทองเนื้อเก้า ละครคน เป็นต้น เช่นเดียวกับวงการ

ภาพยนตร์ที่มีผู้สร้างหลายท่านที่พยายามสร้างผลงานที่ประกอบด้วยเนื้อหาที่มีคุณค่าสาระดี ๆ เช่น วัลลี วัยตกกระ เป็นต้น

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งในวงการสื่อมวลชนสมัยใหม่ก็คือ แม้แต่ในวงการโฆษณา ซึ่งแต่เดิมเคยมุ่งหวังแต่เพียงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และมักจะถูกโจมตีเรื่องนี้มาเป็นระยะ ๆ ในช่วงหลังนี้ได้เริ่มมีการสร้างกระแส "การคืนกำไร" ให้กับประชาชนบ้าง ส่วนที่ออกมาเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดคือ รูปแบบการโฆษณาที่เรียกว่า "การโฆษณาที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์สังคม" ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แทนที่จะโฆษณาสินค้าโดยตรง ก็ขยายเนื้อหาโฆษณาให้เป็นการให้ความรู้แก่ประชาชน (เช่น การให้ความรู้เรื่องป้องกันอุบัติภัย การดูแลรักษาสุขภาพร่างกาย) การโฆษณาที่มีเป้าหมายที่ดีงามอื่นๆ ซึ่งมิใช่ต้องการชักจูงให้ซื้อผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียว เช่น ส่งเสริมกำลังใจ เน้นความมีน้ำใจ เน้นความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาติ อบรมเด็กและเยาวชนให้รู้จักระเบียบวินัย เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงที่เป็นนิมิตหมายอันดีสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนานั้น คงจะมีเหตุปัจจัยมาจากหลายประการ เริ่มตั้งแต่บุคลากรที่เกี่ยวข้องอยู่ในแวดวงสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของเงินทุน บริษัท ห้างร้าน บริษัทโฆษณา ผู้ผลิตรายการ นักข่าว นักจัดรายการ ฯลฯ กลุ่มบุคคลที่จะมีส่วนในการผลิตผลงานที่มีคุณค่าเหล่านั้น คงจะต้องมีสำนึกที่รับผิดชอบต่อสังคมอยู่ไม่มากก็น้อย ถัดจากนั้นก็คงเป็นบทบาทของรัฐบาล ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในแง่ควบคุมและส่งเสริมการใช้สื่อมวลชนให้มีสัดส่วนของการเป็น "บริการสาธารณะ" กับ "สินค้าในระบบธุรกิจ" ให้ได้สมดุลกัน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่ผูกพันอยู่กับระบบธุรกิจอย่างแนบแน่นราวกับเล็บที่ติดอยู่กับเนื้อ ดังนั้น แรงดึงจากภาครัฐบาล

แต่เพียงฝ่ายเดียวคงจะไม่มีน้ำหนักเพียงพอ จำเป็นจะต้องอาศัยการผลักดันจาก "ยักษ์หลับ" คือ ฝ่ายประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ปัจจุบันนี้ความพยายามที่เป็นรูปธรรมได้ก่อเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาบ้างแล้ว เช่น การจัดให้มีการให้รางวัลต่อผลงานที่สร้างสรรค์ต่อสังคม มีการรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการใช้สื่อโดยเฉพาะสำหรับเด็ก ที่สำนักสันติอโศกได้มีการจัดฉายภาพยนตร์หรือวิดีโอ แล้วมีการพูดคุยอภิปรายถึงสิ่งที่ได้รับรู้หรือคติสอนใจจากภาพยนตร์นั้น เป็นต้น ความพยายามที่ได้เริ่มต้นมาแล้วนี้จะต้องได้รับการสานต่อออกไปให้เพิ่มมากขึ้น พ่อแม่หรือครูจะต้องมีบทสอนเด็ก ๆ ว่าจะดูโทรทัศน์ได้อย่างไร ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินรายการ หรือการจัดสร้างผลงานของสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ให้มากขึ้น ซึ่งภารกิจดังกล่าวนี้ไม่ใช่สิ่งที่เป็นไปไม่ได้หรือเหลือบ่ากว่าแรงนัก ดังที่เราเคยได้ยินได้ฟังตัวอย่างจำนวนไม่น้อยมาจากต่างประเทศ ฉะนั้น ขอเพียงแต่ประชาชนมีความตั้งใจและเอาใจใส่อย่างแท้จริง การใช้สื่อในระบบเพื่อการพัฒนาสังคมก็มิใช่หนทางที่ตีบตันจนเกินไปนัก

การประสานสื่อมวลชนสมัยใหม่กับสื่อประเพณี

อีกแนวหนึ่งในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาก็คือ แนวคิดที่จะประสานสื่อมวลชนสมัยใหม่เข้ากับสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่ตามประเพณี ซึ่งการที่จะดำเนินการเช่นนั้นได้ ในเบื้องแรกจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงความหมายของคำว่า "สื่อมวลชน" ให้มีลักษณะใจกว้างมากขึ้นกว่าเดิม นั่นคือ คำว่า "สื่อมวลชน" นั้นจะต้องไม่ครอบคลุมแต่เพียงสื่อที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เท่านั้น แต่จะต้องรวมเอารูปแบบต่าง ๆ ของการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชนเข้ามาในคำนิยามของ "การสื่อสารมวลชน" ด้วย

ในแง่นี้ก็หมายความว่า เราจำเป็นต้องใช้ทัศนะที่ว่า "วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนนั้นไม่ว่างเปล่า" กล่าวคือ ก่อนที่จะมีการนำเอาสื่อสมัยใหม่เข้าไปในชนบทนั้น ประชาชนมีระบบการสื่อสารของตัวเองอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตัวเอง (Intra-personal communication) เช่น การทำสมาธิ การทำกรรมฐาน การฝึกสติ การนั่งวิปัสสนา การพิจารณาไตร่ตรองด้วยตัวเอง การตีความปริศนาธรรม หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) และการสื่อสารเป็นกลุ่ม (Group communication) ในธรรมเนียมประเพณีการสื่อสารในชนบทไทย จะมีที่พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น ร้านตัดผม ร้านกาแฟ ศาลาวัด ศาลากลาง หมู่บ้าน ตลาด หนองน้ำ หรือเมื่อถึงฤดูมีงานเทศกาลตรุษสารท ก็จะมีการแสดง การละเล่นต่าง ๆ ตั้งแต่เล่นเพลงเกี่ยวข้าว เพลงพวงมาลัย ไปจนถึงลำตัด โนรา ค่าวซอ หมอลำ ซึ่งนอกจากจะเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ให้ความบันเทิงแล้วก็ยังให้ทั้งความรู้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการอบรมสั่งสอนคุณค่าต่าง ๆ อีกด้วย

เมื่อพูดด้วยภาษาวิชาการสื่อสารสมัยใหม่ บรรดา "สื่อบุคคล" ที่มีอยู่ในชนบท อันได้แก่ พ่อค้าเร่ ศิลปิน ผู้เล่นค่าวซอ ผญา โนรา ไปจนถึง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หมอตำแย คนขับรถโดยสาร หมอขวัญหมอธรรม พระสงฆ์ ฯลฯ บุคคลเหล่านี้เป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลในด้านความคิดและด้านการปฏิบัติตนต่อชุมชนอย่างมาก ซึ่งหมายถึง ย่อมมีอิทธิพลในด้านการสื่อสารด้วย ในอีกด้านหนึ่ง เราอาจถือได้ว่า บรรดาศิลปินท้องถิ่นและผู้นำชุมชนเหล่านี้ คือแหล่งตกผลึกทางด้านภูมิปัญญาของชาวบ้าน

หากเราวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะตัวของบรรดาสื่อพื้นบ้านหรือสื่อประเพณีเหล่านี้ เพื่อให้เห็นด้านที่แตกต่างจากสื่อมวลชนสมัยใหม่ เราจะเห็นได้ว่า ประการแรกเลย สื่อพื้นบ้านเหล่านี้จะบ่งแสดงถึง**เอกลักษณ์ในแต่ละ**

ท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ รูปแบบของสื่อบางอย่างยังเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าร่วมอย่างเต็มที่ ไม่ใช่เป็นเพียงผู้ดูผู้ชมเฉย ๆ (passive audience) เช่น เพลงเกี่ยวข้าว รำเซิ้งต่าง ๆ สำหรับบรรดาการละเล่นต่าง ๆ ในชนบทนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะก่อให้เกิดการสื่อสารสัมพันธ์กันในขณะที่ทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมการผลิต ด้วยเหตุนี้จึงมีลักษณะสอดคล้องรับใช้ชีวิต **จากเนื้อหาและวิธีการแสดงออก เราสามารถวิเคราะห์เจาะลึกลงไปถึงค่านิยมและวิถีชีวิตของประชาชนได้ ดังนั้น สื่อประเพณีนี้จึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชุมชนนั้นเอง**

ในแนวคิดสมัยใหม่ของวงการสื่อสารมวลชน จึงเริ่มจะเมียงมองเพื่อนำเอาเนื้อหาสาระใหม่ส่งผ่านระบบการสื่อสารตามแบบประเพณีที่เคยมีอยู่ อันที่จริงแล้วในด้านฝ่ายสื่อประเพณีนั้น ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่แล้ว เช่น ปัจจุบันนี้ถ้าเราฟังเล่นค่าวซอ โนรา หรือลำเพลิน ก็จะเห็นว่าศิลปินผู้เล่นได้ประยุกต์สอดแทรกเอาเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมสมัยใหม่ใส่เข้าไปอยู่แล้ว เพียงแต่การกระทำดังกล่าวเป็นการริเริ่มตามลำพังเป็นรายบุคคลจากตัวศิลปินเอง สิ่งที่น่าจะทำต่อไป ควรเป็นการวางแผนจากฝ่ายสื่อสารมวลชนสมัยใหม่เอง ที่จะปรับวิธีการให้ข่าวสารสู่ชนบท ซึ่งแต่เดิมเคยใช้วิธีการบรรยายบ้าง การประชุมชี้แจงบ้าง โดยเผยแพร่ผ่านสื่อพื้นบ้านที่ประชาชนคุ้นเคยอยู่แล้ว ใช้ภาษาท้องถิ่นบ้าง ใช้ศิลปินและผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้เผยแพร่เองบ้าง และในเวลาเดียวกันก็ต้องมีการศึกษาติดตามผลว่า การนำมาประยุกต์ใช้ดังกล่าวจะมีผลเสียถึงประเพณีดั้งเดิมหรือไม่ เพื่อหาทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป

การนำสื่อสมัยใหม่มาใช้ในงานพัฒนาโดยตรง

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ตอนต้นว่า สื่อสมัยใหม่นั้นมีคุณประโยชน์อยู่ในหลายด้าน เช่น มีศักยภาพในการถ่ายทอดข่าวสารได้สูง วิทยุและโทรทัศน์สามารถไปได้ถึงทุกหนทุกแห่ง ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว มีอำนาจการชักจูงโน้มน้าวอยู่มาก อย่างไรก็ตาม ศักยภาพที่เปรียบเสมือนยักษ์ใหญ่นี้ก็ยังมีขีดจำกัดอยู่หลายประการ เริ่มตั้งแต่ขีดจำกัดข้อแรกที่มองเห็นอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ สื่อสมัยใหม่นั้นเป็นสื่อของคนกรุงเพื่อคนกรุง และโดยคนกรุง จะเห็นได้ตั้งแต่ลักษณะเนื้อหารายการที่จัด จะเป็นเรื่องราวของคนกรุงเทพฯ และเหยียดหยามคนต่างจังหวัด (ตัวคนใช้ในละครเป็นคนอีสาน ส่วนคุณนายจะเป็นคนกรุงเทพฯ) ความไม่เสมอภาคในการเคารพค่านิยมเมืองและชนบทนี้เอง อาจจะเป็นเหตุปัจจัยตัวหนึ่งที่ทำให้คนต่างจังหวัดละทิ้งหมู่บ้านเข้ามาหาแสงสีในเมือง จนทำให้ชุมชนแตกสลาย แต่แล้วก็มักจะพบกับความผิดหวัง เพราะแท้จริงแล้วเมืองนั้นหลอกชนบท ดังที่มีเสียงเตือนจากชนบทเอาไว้ว่า "อย่าไปเลยบางกอกจะบอกให้"

ขีดจำกัดที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ เนื่องจากสื่อสมัยใหม่บางอย่างเช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีราคาแพงในการลงทุน จึงเป็นไปไม่ได้ที่ชาวชนบทจะเข้ามายึดกุมการใช้สื่อเหล่านี้ และคงเป็นการยากที่จะใช้สื่อเหล่านี้ให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะ ๆ ของแต่ละท้องถิ่น ด้วยเหตุผลทั้งสองประการที่กล่าวมานี้จึงมีแนวคิดที่จะนำเอาบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบหรือเทคนิควิทยาการของสื่อสมัยใหม่บางชนิดที่มีราคาไม่แพงนัก เช่น สไลด์ วิดีโอ สิ่งพิมพ์เอกสาร (ซึ่งค่อนข้างจะเป็นสื่อที่ใช้ภายในกลุ่ม - group media) เข้ามาใช้ในงานพัฒนาชนบทโดยตรง โดยยึดแนวทาง "การใช้สื่อจากข้างล่างขึ้นมา"

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาจากล่างขึ้นบน (Bottom-up)

ปัจจุบันนี้มีกลุ่มนักพัฒนาขององค์กรเอกชนหลายแห่งได้ทดลองใช้วิธีการหลาย ๆ อย่าง เพื่อจะนำสื่อสมัยใหม่บ้าง สื่อสมัยใหม่ประสานกับสื่อพื้นบ้านบ้าง ปรับปรุงสื่อพื้นบ้านบ้าง เพื่อนำมาใช้ในงานพัฒนาโดยตรง วิธีการเหล่านี้อาจจะมีความผิดแผกแตกต่างกันไปบ้าง แต่ก็คงมีหลักการใหญ่ ๆ ร่วมกันดังนี้คือ

สื่อเพื่อการพัฒนาในรูปแบบนี้ หากจะให้อุดมคติอย่างดีที่สุดแล้ว ก็ต้องยึดหลักว่า **"เป็นสื่อของชาวบ้าน โดยชาวบ้าน และเพื่อชาวบ้าน"** หมายความว่า รูปแบบของสื่อไม่ควรมีความซับซ้อนมากนัก เพื่อที่ชาวบ้านจะได้สามารถทำได้เองในอนาคต (อันไม่ยากนัก) แต่ที่สำคัญก็คือ การกำหนดเนื้อหานั้นจะต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมมากที่สุดในฐานะตัวตั้ง โดยอาจจะเริ่มต้นกับผู้นำท้องถิ่น หรือศิลปินพื้นบ้านที่ได้กล่าวมาแล้ว

เมื่อวิเคราะห์ตามแบบจำลองของสื่อ ตัวแรกที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารก็คือ **ผู้สร้างสื่อ** สำหรับการสร้างสื่อเพื่อใช้ในงานพัฒนาแบบนี้ ผู้สร้างสื่ออาจจะเป็นบุคคลภายนอก (ในระยะเริ่มต้น) หรืออาจจะเป็นบุคลากรในท้องถิ่นเอง (ในระยะยาว) ในกรณีที่เป็นบุคคลจากภายนอก จำเป็นจะต้องรู้ความหมายของระบบการสื่อสารที่มีอยู่ในชุมชนนั้น เพื่อจะได้ส่งสารให้สื่อความหมายได้อย่างที่ตั้งใจ ในวงการสื่อสารมวลชนมีเรื่องตลกที่เป็นเหตุการณ์จริง ๆ เกิดขึ้นมากมายในหลายกรณีที่บุคคลภายนอกนำเอาระบบการสื่อสารจากวัฒนธรรมหนึ่งเข้าไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง เช่น สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มีทหารชาวคองโกเข้ามาร่วมรบในฝ่ายสัมพันธมิตร ในระหว่างพักผ่อนหย่อนใจได้นำการ์ตูนเรื่อง "เป็ดโดนัลด์ดั๊ก" มาฉายให้ความเพลิดเพลิน ปรากฏว่า ทหารคองโกดูแล้วลุกขึ้นเอาก้อนหินขว้างจอเป็นการใหญ่ เพราะคิดว่าเป็ดโดนัลด์ดั๊ก

เป็นผีร้าย เพราะเป็นสัตว์ แต่พูดได้ (ตามความเชื่อดั้งเดิมของชาวคองโก) เป็นต้น

ดังนั้น การนำเอาสื่อสมัยใหม่มาใช้ในงานพัฒนานั้น นอกเหนือจากความสำคัญเรื่องวิธีการจัดสร้างผลงาน วิธีการใช้ผลงาน (และจะต้องต่อไปถึงเรื่องที่ว่า "จะใช้ในเงื่อนไขอย่างไร") แล้ว เราก็จำเป็นต้องตระหนักว่า การสื่อสารนั้นไม่ใช่เป็นแต่เรื่องของวัตถุ คือมีวัตถุแล้วก็ใช้การได้เท่านั้น องค์ประกอบที่สำคัญไม่แพ้วัตถุก็คือ**ตัวบุคคล**นั่นเอง และกล่าวเฉพาะสำหรับบทบาทของผู้สร้างสื่อแล้ว ความสามารถของผู้สร้างแต่อย่างเดียวคงจะไม่เพียงพอ แต่ผู้สร้างสื่อในรูปแบบนี้จำเป็นจะต้องมีสำนึกที่จะใช้สื่อเพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง ในการสื่อสารจะต้องไม่ใช้วัฒนธรรมของตัวเองเป็นตัวตั้ง แต่จะต้องให้สื่อที่สร้างนั้นก่อตัวมาจากวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อของชุมชนเอง

สำหรับเงื่อนไขและวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อในงานพัฒนานี้ อาจจะมีได้หลายอย่าง แต่ที่นำมาใช้กันมากในแวดวงนักพัฒนาก็คือ ในกิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน เมื่อชุมชนหนึ่งได้ค้นพลเคล็ดลับในการแก้ปัญหาบางอย่างของชุมชน ภูมิปัญญาดังกล่าวก็ควรจะได้รับการบันทึกรวบรวมเอาไว้ในรูปของเอกสารสิ่งตีพิมพ์ สไลด์ หรือวิดีโอ เพื่อนำไปเผยแพร่ยังชุมชนอื่น ๆ เช่น บางหมู่บ้านในภาคเหนือได้ค้นพบว่าประเพณีทานทอด ซึ่งเป็นรูปแบบเก่าแก่ในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน เมื่อบ้านนี้รื้อฟื้นประเพณีทานทอดขึ้นมา ก็สามารถที่จะทำสไลด์แล้วนำไปฉายเป็นแบบอย่างแก่หมู่บ้านอื่น ในบางกรณี สื่อมวลชนระดับกว้างในระบบก็อาจจะนำไปเผยแพร่ได้ด้วย เช่น กรณีกลุ่มชุมชนชาวบ้านที่ทำกิจกรรมการเลี้ยงปลาเพื่อแก้ปัญหาเยาวชนและยาเสพย์ติดที่ลาดปลาเค้าซึ่งโทรทัศน์ได้

ถ่ายทอดให้เห็นเมื่อครั้งนางแนนซี่ ภริยาประธานาธิบดีเรแกนไปเยี่ยมชม เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ ผลงานชนิดนี้มีอยู่จำนวนไม่น้อย เช่น สไลด์ชุด "ชีวิตที่เปลี่ยนไป" ของผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม วิดีโอชุด "ชีวิตของท่านพุทธทาส" การใช้สื่อแบบนี้ พิจารณาจากแง่มุมของเนื้อหาแล้ว นอกจากจะให้คำตอบว่า "อะไร" เป็นหนทางสำหรับแก้ปัญหาสังคมที่เป็นอยู่แล้ว ก็ยังสามารถให้คำตอบได้ด้วยว่า "จะทำได้อย่างไร" ทั้งนี้โดยเราสามารถที่จะประสานข้อเด่นของสื่อสมัยใหม่ที่สามารถจะสาธิตให้เห็นภาพจริงได้ ไม่ว่าจะด้วยเสียง ตัวหนังสือ ภาพการเคลื่อนไหว ซึ่งง่ายต่อการเข้าใจเป็นอย่างยิ่ง

อีกเป้าหมายหนึ่งของการใช้สื่อเพื่องานพัฒนาในแต่ละท้องถิ่นก็คือ การใช้สื่อเพื่อ**ปลุกสำนึก ปลุกจิตปลุกใจ**ผู้รับสารให้เกิดประกายความสำนึกที่สดใสแจ่มกระจ่าง ตัวอย่างของสื่อประเภทนี้ เช่น สไลด์ชุด "ข้าวกับชีวิต" ที่มีเนื้อหาในการรื้อฟื้นคุณค่าของข้าว ความสำคัญของข้าว ขวัญข้าว การผลิตเพื่อกินเพื่อใช้ และคุณค่าอื่น ๆ ที่โยงใยอยู่กับ "ข้าวและชีวิตของชาวนา" ซึ่งเคยเป็นคุณค่าในวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่คุณค่าดังกล่าวกำลังถูกเบียดบังด้วยค่านิยมสมัยใหม่ ทำให้ค่อย ๆ เลือนหายไป เมื่อชาวบ้านได้ดูสไลด์เรื่องนี้แล้วก็เกิดความสำนึกขึ้นมา หรืออย่างกรณีหนังสือเรื่อง "คำหล้า" ที่สะท้อนปัญหาคุณค่าของสตรีในชนบท เป็นต้น

องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการใช้สื่อเพื่องานพัฒนาในสองลักษณะที่กล่าวมาแล้วนั้น นอกจากจะเป็นองค์ประกอบด้านตัวสื่อเอง เช่น ต้องเหมาะสมที่จะเคลื่อนย้ายไปในที่ต่าง ๆ ได้โดยง่าย ใช้ง่าย แพร่หลายได้ง่ายและรวดเร็วแล้ว องค์ประกอบที่สำคัญอีกด้านหนึ่งซึ่งจะลืมเลือนเสียมิได้ก็คือด้าน**ผู้รับสาร** ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อเพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ หรือเพื่อปลุก

สำนึกก็ตาม ผู้ใช้สารจะต้องคำนึงถึงว่า จะต้องจัดบรรยากาศให้ผู้รับสารได้ใช้สื่ออย่างเป็นตัวตั้ง (active) มิใช่เพียงวัตถุรองรับข่าวสาร (passive) เท่านั้น ดังกรณีสันติอโศกที่ได้ยกมาให้ดูเป็นตัวอย่างแล้วว่า หลังจากรับชมรับฟังภาพยนตร์หรือละครนวนิยาย หรือสไลด์เรื่องต่าง ๆ แล้ว จะต้องให้ผู้ชมได้พูดคุย อภิปราย วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระและคุณค่าต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสื่อ รวมทั้งถกเถียงไปถึงประเด็นที่ว่า เรื่องราวนั้นเกี่ยวข้องมาถึงตัวเราเองอย่างไรบ้าง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป เมื่อเวลาล่วงเลยมาจนถึงวันนี้ เส้นที่จะลากแบ่งว่าอะไรเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาหรือไม่ คงจะไม่จำกัดอยู่ที่หลักเกณฑ์ผิวเผินที่ว่า เป็นสื่อที่ใช้เทคนิควิทยาการแบบไหน เป็นของใหม่หรือของที่เคยมีมาตามประเพณีเสียแล้ว เส้นที่ลากแบ่งเพื่อแยกสื่อเพื่อการพัฒนาออกจากสื่อทั่ว ๆ ไปนั้นน่าจะได้แก่การตอบคำถามสำคัญ ๆ 2 ข้อที่ว่า ประการแรก คุณค่าของสื่อนั้นเป็นไปเพื่อเพิ่มพูนผลประโยชน์แห่งความเป็นมนุษย์โดยส่วนรวม หรือเป็นสื่อที่มุ่งทำลายคุณค่าความเป็นมนุษย์กันแน่ ส่วนคำถามที่สองก็คือ คำถามที่เจาะลึกถึงแก่นเนื้อในของความเป็น "สื่อ" เองที่ว่า สื่อนั้นได้ดำเนินพันธกิจพื้นฐานของตน คือการประสานสายสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ให้โยงใยแนบแน่นหรือกลับบั่นทอนสายใยสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ให้ขาดสะบั้นลงกันแน่*

---

*ที่มา: สังคมพัฒนา ฉบับที่ 4 พ.ศ.2530

ตอนที่ 3

ตัวอย่างประเด็น

มิติด้านอุดมการณ์"
ในละครโทรทัศน์ไทย

ว่าด้วยอุดมการณ์กันเสียก่อน

ตามหลักทฤษฎีสังคมวิทยา การที่สังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งมีความขัดแย้งระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ดินทำกินในเขตป่าสงวน การแย่งกันใช้น้ำ การกำหนดค่าจ้างกับกำไร ไปจนถึงเรื่องการกำหนดจำนวนและอำนาจของวุฒิสมาชิก ท่ามกลางความแตกแยกและกระแทกกระทั้นระหว่างกันและกันนี้ การที่กลุ่มคนที่ขัดแย้งยังสามารถอยู่ร่วมกันได้โดยสันติ ไม่เตลิดเข้าป่าไปหรือสังคมยังไม่แตกออกเป็นเสี่ยง ๆ ก็เพราะยังมีมาตรการหลาย ๆ อย่างในการจัดการกับความขัดแย้งนั้น

มาตรการที่มองเห็นได้ง่ายส่วนมากจะเป็น**มาตรการภายนอก** เช่น การใช้ระเบียบกฎหมาย การชุมนุมประท้วงการสร้างกลุ่มพลังต่อรอง การวิ่งเต้นล้อบบี้ คนบางกลุ่มใช้การกินข้าวด้วยกันเป็นการประนีประนอม แต่คนบางกลุ่มก็ใช้การอดข้าวเป็นวิธีต่อรอง

เป็นที่น่าสังเกตว่า มาตรการภายนอกเหล่านี้แม้จะดูหวือหวาโครมคราม แต่ก็เป็นมาตรการที่ถูกนำมาใช้งานเฉพาะในช่วงเวลาวิกฤติเป็นส่วนใหญ่เท่านั้น

แต่มาตรการอีกอย่างหนึ่งที่เดินเครื่องแบบเรียบ ๆ เงียบเสียงมาตลอด แต่ทว่าทรงอิทธิพลไม่น้อยไปกว่ามาตรการภายนอก ก็คือ **มาตรการภายใน** ซึ่งหมายถึงวิธีการที่คนกลุ่มหนึ่งได้ทำให้คู่กรณีของตน "ยอมแพ้ตั้งแต่ในใจ"

พูดแบบภาษาทหารก็คือ สามารถยึดกุมพื้นที่ทางความคิดและจิตใจ

ของคู่กรณีเอาไว้ได้อย่างมั่นคง ด้วยการทำให้คู่กรณีเห็นดีเห็นงามกับการที่ยอมแพ้หรือตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบตั้งแต่อยู่ในมุ้ง

ตัวอย่างของไทยได้มาจากการศึกษาปัญหาและสาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงไทยหลายคนตกเป็นและยอมเป็น "โสเภณี" อย่างต่อเนื่อง เนื่องมาจากจิตสำนึกอุดมการณ์ที่ว่า "รู้เขาหลอก แต่เต็มใจให้หลอก" หญิงจึงต้องซ้ำนอกซ้ำใน และถ้าถามเหตุผลต่อไปว่า ทำไมจึงยอมเช่นนั้น เราก็จะได้ยินคำตอบดั้งเดิมตั้งแต่ยุคพญาลิไทว่า "เพราะเราเกิดมาใช้เวร" เป็นต้น

มาตรการภายในนี้แหละที่นักสังคมวิทยาเรียกว่า **"อุดมการณ์"** บ้าง **"รูปการณ์จิตสำนึก"** บ้าง (ภาษาอังกฤษคือคำว่า ideology)

ถ้าหากถามถึงความหมายของคำว่า "อุดมการณ์" ขึ้นมาท่ามกลางนักวิชาการสำนักต่าง ๆ ก็คงจะได้เกิดสงครามน้ำลายขึ้นมาทันที ทั้งนี้เพราะนักวิชาการบางกลุ่ม (เช่น สำนักมาร์กซิสม์) มักจะตีความคำว่า "อุดมการณ์" ไปในทางลบ และมักจะรังเกียจเดียดฉันท์สิ่งที่เรียกว่า "อุดมการณ์" โดยมักจะกล่าวเป็นนัย ๆ ว่า "ระบบความคิดของ**คนอื่น**เป็นอุดมการณ์" (อาการแบบนี้ไม่สงวนลิขสิทธิ์ในกลุ่มมาร์กซิสม์เท่านั้น)

ในทางตรงกันข้าม ความหมายของอุดมการณ์สำหรับคนบางกลุ่มอาจจะส่อนัยไปในทางบวก โดยถูกนำไปเดินเคียงคู่อยู่กับคำว่า **"อุดมคติ"**

กลุ่มคนที่ให้นิยามคำว่า "อุดมการณ์" ไปในทางบวกนี้ มักจะเป็นกลุ่มที่มีปณิธานและมีการรวมกลุ่มเป็นขบวนการ เพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมปัจจุบันซึ่งตนไม่พอใจอยู่

และในประวัติศาสตร์การเปลี่ยนแปลงของสังคมก็ได้พิสูจน์มาแล้วว่าทุกขบวนการทางสังคมจะต้องมีอุดมการณ์เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของสมาชิก เริ่มตั้งแต่อุดมการณ์ "เสรีภาพ เสมอภาค และภราดรภาพ" ของฝรั่งเศส

ที่ยังเดินทางมาไม่ค่อยถึงประเทศไทยเสียที คงปล่อยให้โอต์กูตูร์และไวน์ดี ๆ ล่วงหน้ามาฝ่ายเดียว

ส่วนพวกนักวิชาการที่ชอบความเป็นกลางก็พยายามจะให้คำนิยามของคำว่า "อุดมการณ์" ในความหมายที่เป็นกลาง ๆ ไม่เข้าข้างใคร ตัวอย่างเช่น คำนิยามที่ว่า *"อุดมการณ์เป็นสำนึกของผู้คนที่ถูกจัดระบบเอาไว้เหมือนเราตั้งโปรแกรมคอมพิวเตอร์เอาไว้ เมื่อมีโปรแกรมดังกล่าวอยู่ในสำนึกแล้วไม่ว่าเราจะรับรู้เหตุการณ์อะไร เราก็จะตีความด้วยความเข้าใจ จะมีอารมณ์ความรู้สึกและจะลงมือดำเนินการไปตามรูปการจิตสำนึกนั้นเป็นส่วนใหญ่"* และนี่คืออิทธิพลอันทรงพลังของอุดมการณ์ที่ใคร ๆ ก็อยากจะเป็นผู้ประมูลตั้งโปรแกรมนี้

ส่วนที่ว่า อุดมการณ์นั้นจะเป็นสัจธรรมหรือเป็นการหลอกลวง เป็นคุณหรือเป็นโทษ ก็คงต้องดูตั้งแต่ว่า ใครเป็นคนตั้งโปรแกรมนั้น โปรแกรมนั้นให้ผลประโยชน์แก่ใครบ้าง หรือโปรแกรมนั้นทนทานต่อการพิสูจน์ทางประวัติศาสตร์มากน้อยแค่ไหน

มีข้อเตือนใจที่น่ารับฟังเล็กน้อยจากนักวิชาการที่เชี่ยวชาญเรื่องอุดมการณ์ โดยเฉพาะ เช่น หลุยส์ อัลธูแซร์

อัลธูแซร์กล่าวว่า เรามักเข้าใจว่า *"อุดมการณ์เป็นเรื่องที่คนกลุ่มหนึ่งเช่นผู้ปกครองประเทศ นำเอาระบบความคิดอันหนึ่งไปหลอกลวงประชาชนผู้อยู่ใต้ปกครอง ทั้ง ๆ ที่ผู้ปกครองเหล่านั้นก็รู้ว่าความคิดอันนั้นเป็นความคิดที่ไม่จริง"* ที่จริงแล้ว ก่อนที่ผู้ปกครองประเทศจะไปหลอกลวงใครนั้น เขาจะต้องหลอกลวงตัวเองจนเชื่อสนิทใจในความคิดนั้นเสียก่อน เขาจึงจะไปหลอกผู้อื่นได้

ฉะนั้น เมื่อจอมพล สฤษดิ์ กล่าวว่า "ข้าพเจ้าขอรับผิดชอบประเทศชาติแต่เพียงผู้เดียว" อัลธูแซร์ได้ยินแล้วคงวิเคราะห์ว่าท่านจอมพลมีความเชื่อ

เช่นนั้นจริง ๆ ว่าท่านสามารถทำได้เหมือนอย่างที่บรรดาบิ๊ก ๆ ทั้งหลายของไทยได้หลอกลวงตัวเองอย่างสนิทใจว่า *"ไม่มีความทะเยอทะยานทางการเมือง ไม่ขอรับเป็นนายกฯ แต่ที่จำเป็นต้องรับเป็นนายกฯก็เพื่อความอยู่รอดของประเทศชาติ"*

ทุก ๆ วันในทั่วทุกมุมโลก มีระบบความคิดได้ถูกผลิตขึ้นมาวันละนับไม่ถ้วนว่ามีจำนวนเท่าไหร่ แต่ก็มีความคิดจำนวนไม่น้อยที่เกิดมาได้ชั่ววูบแล้วก็สูญสลายไป คงเหลือความคิดหลัก ๆ อยู่เพียงไม่กี่ความคิดที่อยู่ยงคงกระพันอย่างทนทานต่อแสงแดดและลมฝน สาเหตุหลักที่ความคิดชุดหนึ่งมีความทนทานนั้นก็เนื่องมาจากความคิดนี้ได้มีโอกาสถ่ายทอดโดยอาศัยผ่านบรรดาสถาบันและกลไกต่าง ๆ ของสังคมให้เป็นที่รับรู้ของสมาชิกในสังคมอย่างสม่ำเสมอ

พูดภาษาสมัยใหม่ก็ต้องว่า เป็นความคิดที่ได้มีโอกาสขึ้นเวทีเปิดตัวแสดงต่อสายตาของสาธารณชนอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวคิดนี้ อัลธูแซร์เรียกว่า "กระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอุดมการณ์" (Reproduction of Ideology) โดยมีหลักเปรียบเทียบง่าย ๆ ว่า อุดมการณ์ก็เหมือนการทาสี จะทาครั้งเดียวแล้วให้ติดสนิทแน่น ไม่ลอกไม่จางนั้นเป็นไปไม่ได้ ฉะนั้นต้องมีการขูดสีเก่าออกแล้วทาทับซ้ำหลาย ๆ ครั้ง

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเราคำนึงถึงว่า อุดมการณ์นั้นเป็นเรื่องนามธรรม ก็ยิ่งจำเป็นต้องมีกระบวนการผลิตซ้ำที่เป็นรูปธรรมมารองรับอยู่เสมอ เพราะฉะนั้น หลังจากเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงทางการเมืองสำคัญ ๆ เช่นในฟิลิปปินส์ เมื่อนางอะคีโนก้าวขึ้นมามีอำนาจ จึงได้มีการสร้างสัญลักษณ์รูปธรรมแทนอุดมการณ์ของผู้ปกครองคนใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สีเหลือง สัญลักษณ์ชู 2 นิ้วเป็นรูปตัวแอล พวงกุญแจ ฯลฯ (และก็ช่วยทำให้เข้าใจถึง

ความจำเป็นที่จะต้องแปรรูปธรรมของสถานที่สร้างอนุสาวรีย์ 14 ตุลา ให้กลายเป็นร้านขายล็อตเตอรี่ เพื่อจะบอกความหมายเป็นนัย ๆ สำหรับเหตุการณ์ครั้งนั้น ก็ขอให้เหมือนว่าประชาชนถูกหวยเลขท้าย 2 ตัวก็แล้วกัน)

การผลิตซ้ำนั้นอาจจะทำได้ในรูปแบบใหม่และเนื้อหาแบบใหม่ แต่ยังคงรักษาอุดมการณ์เดิมเอาไว้ ด้วยเหตุนี้ เราจึงเห็นละครโทรทัศน์เรื่องเดียวกันนำมาเล่นในยุคสมัยต่าง ๆ (เช่น ริษยา คู่กรรม) หรือละครโทรทัศน์หลาย ๆ เรื่องซึ่งมีเนื้อในเป็นอุดมการณ์เดียวกัน เช่น บ้านทรายทอง เคหาสน์สีแดง ฯลฯ

บรรดาสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน ครอบครัว สถานที่ทำงาน คอฟฟี่ช็อป ศูนย์การค้า และที่สำคัญคือสื่อมวลชน (รวมทั้งนิตยสารศิลปวัฒนธรรมด้วย) ต่างก็มีบทบาทเป็นผู้ผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอุดมการณ์อันใดอันหนึ่งด้วยกันทั้งนั้น

ว่าด้วยละครโทรทัศน์ไทย

เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอื่น ๆ ในโทรทัศน์ เช่น ข่าว ภาพยนตร์ต่างประเทศ กีฬา สารคดี ฯลฯ นับว่าละครโทรทัศน์มีจุดเหมาะสมที่สุดในการวิเคราะห์อุดมการณ์ของสังคมไทย ทั้งนี้ เหตุผลประการแรกก็คือ เมื่อเทียบกับภาพยนตร์จากต่างประเทศแล้ว ละครโทรทัศน์มีภูมิหลังและเป็นผลผลิตจากบริบทของสังคมไทยเอง เรียกว่าเมดอินไทยแลนด์ตั้งแต่แก่นเรื่อง บุคลิกของตัวละคร บทสนทนา ฉาก และองค์ประกอบอื่น เป็นแบบไทย ๆ ทั้งนั้น

เมื่อนำไปทาบกับรายการข่าวแล้ว ละครโทรทัศน์มีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากกว่า เพราะรายการข่าวของเมืองไทยมีวาทกรรม (discourse) ที่ค่อนข้างตายตัว เช่น เวลามีนักข่าวไปสัมภาษณ์กรณีที่เกิดปัญหาขัดแย้งต่างๆ เราจะได้ยินวาทกรรมที่เป็นแบบฉบับซ้ำซาก เช่น ผมยังไม่ได้รับรายงาน

เลย ผมไม่ทราบ ไม่มีอะไรหรอกครับ ทุกคนเข้าใจกันดี พวกคุณนักข่าวเขียนกันไปเอง ฯลฯ ในขณะที่ละครโทรทัศน์ยังสามารถมีลูกเล่นได้มากกว่านี้ (แม้ว่าภาพพจน์ของผู้หญิงจะมีอย่างจำกัด เช่น เป็นได้แค่แม่กับเมีย แต่จากแค่ 2 บทบาทนี้ ผู้หญิงในโทรทัศน์ก็แตกคอกออกลูกเป็นแม่และเมียได้อีกหลายสายพันธุ์เลยทีเดียว)

อาจจะมีผู้โต้แย้งว่า หากจะวิเคราะห์เรื่องอุดมการณ์ทางการเมืองก็น่าจะไปวิเคราะห์จากรายการประเภทสนทนาปัญหาบ้านเมืองจะดีกว่า แต่จากจุดยืนของนักศึกษาอุดมการณ์ เราจำเป็นต้องยืนยันว่า รายการที่มีลักษณะเด่นชัดเกินไป ตั้งใจเกินไปในแง่การนำเสนออุดมการณ์ทางการเมืองนั้น รายการแบบนี้จะเป็นได้ก็เพียงแค่ตัวแทนของอุดมการณ์ทางการเมืองที่ **"ควรจะเป็น"** ของสังคมไทยเท่านั้น แต่มิใช่เป็นอุดมการณ์ที่**กำลังเป็นอยู่จริงๆ** ในขณะที่ละครโทรทัศน์ดูเป็นภาพสลัว ๆ ของอุดมการณ์บางอย่างภายใต้รูปแบบของความบันเทิง (เท่านั้นเอง)

ตรงมุมสลัว ๆ นี่แหละ ทำให้ละครโทรทัศน์เป็นแหล่งฟูมฟักที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเจริญเติบโตของอุดมการณ์ต่าง ๆ ของสังคมไทย

(อย่างไรก็ตาม เราก็ต้องยอมรับข้อเท็จจริงประการหนึ่งว่า ในละครโทรทัศน์ของไทยมักจะปักป้าย "เขตปลอดการเมือง" เอาไว้ แต่ป้ายนี้ก็มักจะมีสภาพเหมือนห้องที่ปิดป้าย "ห้ามสูบบุหรี่" แต่ก็วางที่เขี่ยบุหรี่เอาไว้ข้าง ๆ เพราะฉะนั้น ถ้าเราเดินเลยป้ายนี้เข้าไป เราก็จะพบการเมืองในความหมายของ "ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ" แฝงเร้นอยู่ข้างใน)

และที่น่าสังเกตก็คือ การที่พระเอกละครโทรทัศน์มีอาชีพ ส.ส. น้อยกว่าหม่อมราชวงศ์นั้น ทำให้พอจะประเมินจิตสำนึกของคนไทยต่อระบบการ

ปกครองแบบประชาธิปไตยที่มีการเลือกตั้งได้บ้างหรือไม่

ละครโทรทัศน์ไทยกับอุดมการณ์

ในยุคสมัยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้เกือบจะกล่าวได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมนั้นทำกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน จนนักวิชาการขนานนามว่า "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (culture Industry) กันเลยทีเดียว และดาราดวงเด่นที่สุดของอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมนี้ก็คือ โทรทัศน์ ฉะนั้นเมื่อพูดถึงจุดสุดยอดของบรรดากลไกต่าง ๆ ที่สามารถจะสร้างสรรค์และถ่ายทอดเผยแพร่อุดมการณ์ต่าง ๆ แก่คนในสังคม ก็ไม่ต้องสงสัยว่าโทรทัศน์จะต้องได้แชมป์ชนะเลิศอย่างแน่นอน

ดูตั้งแต่ในแง่ปริมาณ หลักของการถ่ายทอดอุดมการณ์มีอยู่อย่างง่าย ๆ และเป็นสามัญสำนึกว่า อุดมการณ์ใดที่มีโอกาสได้นำเสนอตัวเองบ่อยครั้งที่สุดมากที่สุด ก็มีโอกาสจะครอบครองความเป็นเจ้าในพื้นที่ความคิดและจิตใจของผู้คนได้ (ภาษาวิชาการเรียกว่า "hegemony") หลักการของการขายเทปเพลงก็ใช้หลักนี้เช่นเดียวกัน

ดังนั้น ในประวัติศาสตร์ของสังคม ก่อนหน้าที่จะมีสถาบันโรงเรียนเกิดขึ้นมานั้น ส่วนใหญ่แหล่งผลิตและถ่ายทอดอุดมการณ์ก็คือ วัด ซึ่งอย่างน้อยจะถ่ายทอดกระจายเสียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (วันพระ) แต่รัศมีการถ่ายทอดไม่กว้างไกลเท่าใด เพราะอยู่ในขอบเขตบริเวณวัดเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในขณะนั้นสถาบันนี้ยังไม่มีคู่แข่งขันมากนัก จึงสามารถปลูกฝังอิทธิพลทางความคิดได้อย่างลึกซึ้ง

เมื่อเกิดสถาบันโรงเรียนขึ้นมา โรงเรียนก็จัดการกวาดต้อนยุวชนของชาติให้เข้าไปรวมกันในโรงเรียน อย่างน้อยวันละ 6-7 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 5 วัน

ยุทธวิธีของโรงเรียนเริ่มเป็นยุทธศาสตร์แบบรุกมากขึ้น คือ เด็ก ๆ จะต้องถูกบังคับให้ไปโรงเรียน (ไม่เหมือนกับไปวัด ซึ่งมีลักษณะสมัครใจมากกว่า) เวลาที่ใช้ก็ยาวนานกว่าสถาบันศาสนา แถมยังมีการตรวจสอบติดตามผลของการอบรมบ่มเพาะด้วยการสอบอีกต่างหาก

แต่ทว่า สถาบันที่เป็นน้องใหม่มาแรงแซงโค้งในช่วงไม่ถึงศตวรรษนี้ ก็คือ สถาบันสื่อมวลชนนี้เอง แม้ว่าในแต่ละวันเราจะใช้เวลากับสื่อมวลชนน้อยกว่าเวลาที่ใช้กับโรงเรียน (แต่ในสหรัฐอเมริกา ตัวเลขนี้ชักจะสูสีกันทุกที) แต่ก็ต้องไม่ลืมว่า เราใช้สื่อมวลชนอยู่ตลอดชีวิต ในขณะที่เราเรียนหนังสืออยู่เพียงชั่วจังหวะหนึ่งของชีวิตเท่านั้น

ลองมาดูตัวเลขใกล้ ๆ ตัว เอาเฉพาะรายการละครโทรทัศน์เท่านั้นก็พอ จากการสำรวจในปีพ.ศ.2531 พบว่าสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพฯทั้งสี่ช่อง มีรายการละครรวมกันประมาณ 15 เรื่องใน 1 สัปดาห์ ตั้งแต่สัปดาห์ละ 1 ตอน 2 ตอน 3 ตอน และ 5 ตอน แต่ละตอนมีความยาวประมาณ 30 นาที (หรือ 60 นาที) เสนอเป็นประจำทุกวันในเวลาเย็น (ช่วง 17.00 น.-18.00 น.) และค่ำ (ช่วง 20.45-22.30 น.) ส่วนในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีละครให้ดูตั้งแต่ 09.00 น. เป็นต้นไป ปริมาณดังกล่าวแสดงให้เห็นโอกาสที่จะเผยแพร่อุดมการณ์ผ่านละครโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี จนเกือบจะพูดได้ว่า เพียงแค่ปริมาณก็แทบจะกินขาดแล้ว เรื่องคุณภาพคงแทบไม่ต้องพูดถึง

จากปริมาณและความสม่ำเสมอของโทรทัศน์และละครโทรทัศน์นี้เอง ทำให้เรื่องราวของละครโทรทัศน์เกือบจะผนวกรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น เช่น ในขณะที่ละครเรื่อง "วนิดา" ดำเนินมาถึงจุดไคลแม็กซ์ คือ คุณนิดกำลังจะคืนดีลงเอยกับคุณใหญ่นั้น หากว่าเรามีอันต้องติดธุระหรือต้องไปลอยกระทง (ปลายเดือนพฤศจิกายน

2534) จนพลาดดูตอนใดตอนหนึ่งไป เราก็สามารถทำนายได้เลยว่า ในวันรุ่งขึ้นเราสามารถจะถามเรื่องราวตอนที่เราพลาดชมได้ตั้งแต่แม่ค้าขายของในตลาด กระเป๋ารถเมล์ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง คนขับรถแท็กซี่ ภารโรง นักการที่ทำงาน หรือบรรดาเพื่อน ๆ ร่วมงานของเราเอง ปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นเรื่องปกติของสังคมไทยในปีพ.ศ.2534 นี้

และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบในแง่คุณภาพระหว่างโทรทัศน์กับสถาบันถ่ายทอดอุดมการณ์อย่างอื่น ๆ แล้ว ก็ต้องสรุปว่า โทรทัศน์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งละครโทรทัศน์นั้น ได้เปรียบอยู่หลายช่วงตัว เช่น ประการแรก ผู้เข้ามาใช้สื่อประเภทนี้เข้ามาด้วยความสมัครใจ (เมื่อเทียบกับระบบโรงเรียน) นอกจากนั้น การดูละครโทรทัศน์ยังให้ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องของความบันเทิงที่เป็นเครื่องดึงดูดใจได้อย่างดี (ในแง่ persuasive communication) ตามหลักทฤษฎีการยอมรับอุดมการณ์ ถ้าทำให้รู้ตัวว่าเนื้อหาสาระนั้นกำลังถ่ายทอดอุดมการณ์และมีลักษณะบังคับผู้รับ คนเรามักจะต่อต้าน แต่ถ้าดึงดูดเข้ามาอย่างสมัครใจด้วยความบันเทิง การถ่ายทอดอุดมการณ์จะมีผลดีมากที่สุด ด้วยเหตุนี้ เยาวชนของชาติจึงชมชอบปีศาจหน้าจอแก้วมากกว่าปีศาจหน้ากระดานดำ และเด็ก ๆ ก็ร้องเพลงไตเติ้ลของละครหลังข่าวได้เร็วกว่าจำสูตรคูณ ทั้ง ๆ ที่ไม่มีใครสั่งให้ท่องเลย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมานี้ แม้ว่าละครโทรทัศน์อาจมีข้อเสียเปรียบเล็กน้อยตรงที่เป็นสื่อที่เพิ่งเกิดมาได้ไม่นานนัก ตามประวัติของละครโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกาก็เพิ่งเข้ามาในช่วงปีค.ศ.1950 (ในประเทศไทยก็คงหลังจากนั้นไม่กี่ปี คือมีละครโทรทัศน์ในช่วงปีพ.ศ.2505) โดยพัฒนาเข้ามาแทนที่ละครวิทยุ แต่ทว่าละครโทรทัศน์ของไทยก็มีรูปแบบเป็นความบันเทิงระดับชาติที่กลุ่มผู้สร้างและผู้อุปถัมภ์รายการมองกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มผู้หญิงโดยเฉพาะ

ลักษณะดังกล่าวดำเนินไปในรอยเดียวกับต้นตำรับ คือประเทศตะวันตก ซึ่งผู้อุปถัมภ์รายการประเภทนี้มักจะเป็นบริษัทห้างร้านที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือน เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน แชมพู สระผม ฯลฯ จนรายการละครโทรทัศน์ถูกขนานนามอย่างกระแนะกระแหนว่า "โอเปร่าขายสบู่" (Soap Opera) สำหรับในช่วงระยะแรกนั้น ละครโทรทัศน์จะมุ่งที่ผู้หญิงแม่บ้านเป็นกลุ่มใหญ่ แต่ต่อมาก็เริ่มขยับขยายออกไปถึงกลุ่มผู้หญิงทั่ว ๆ ไป

ท่ามกลางพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของละครโทรทัศน์ที่เพิ่งเกิดขึ้นประมาณ 30-40 ปีนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดหลายประการไม่ว่าจะเป็นการสร้างฉาก บทละคร ตัวแสดง เทคนิคการถ่ายทำ ความฉับไวในการดำเนินเรื่อง แม้แต่กลุ่มผู้ดูเองก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน

แต่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงนี้ก็มีบางสิ่งบางอย่างที่ถาวรคงทนอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลง นั่นคือ **แม้เนื้อหาสาระของละครโทรทัศน์อาจจะดูเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่ข่าวสาร** (message) **หรือแก่นแท้ที่ละครโทรทัศน์สื่อแก่ผู้ชมนั้นยังมีการเปลี่ยนแปลงไปน้อยมาก จนอาจกล่าวได้ว่าทุกอย่างแทบจะเหมือนเดิม**

นั่นคือ ละครโทรทัศน์ยังคงทำหน้าที่เป็นส่วนใหญ่ในการถ่ายทอด "อุดมการณ์หลัก ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอยู่โดยทั่วไปของสังคม" (ภาษาวิชาการเรียกว่า dominant ideology) เช่น ผู้หญิงไทยที่เป็นนางเอกควรจะเป็นฝ่ายถูกไล่ล่า มิใช่เป็นฝ่าย "ได้แล้วก็ทิ้งขว้าง" เช่น เมขลาในละครโทรทัศน์เรื่อง”แม่เบี้ย”

การถ่ายทอดนี้กระทำผ่านเรื่องราวของละครที่มักจะเกี่ยวกับเรื่องความรัก หน้าที่ต่อครอบครัว ความสัมพันธ์เชิงชู้สาว ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในโลกของละครโทรทัศน์ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

มีอุดมการณ์อะไรบ้างในละครโทรทัศน์

ในที่นี้จะขอกระโดดข้ามคำถามชวนปวดเศียรเวียนเกล้าที่ต้องตั้งเป็นประเด็นทุกครั้งในการพูดถึงเรื่องสื่อมวลชน ก็คือ

1. สิ่งที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนนั้นเป็นภาพสะท้อนความเป็นจริงในสังคมมากน้อยแค่ไหน นี้ก็เป็นคำถามมาตั้งแต่สมัยหลักจารึกของสุโขทัยแล้วว่า "ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว" นั้นเป็นเครื่องแสดงสภาพความเป็นจริงของสุโขทัยหรือไม่ เพราะฉะนั้น "ผู้หญิงใจแข็งใจร้ายอย่างหม่อมชุลี" ในละครโทรทัศน์เรื่อง**ริษยา**นั้น เป็นภาพสะท้อนของผู้หญิงไทยโดยทั่วไปหรือเปล่า คำถามนี้ขอโดดข้ามไปก่อนด้วยการตอบอย่างสุกเอาเผากินในที่นี้ "มันก็คงมีส่วนสะท้อนอยู่บ้างไม่มากก็น้อย" และเราควรจะศึกษาต่อไปว่า "ทำไมบางอันมันสะท้อนมาก บางอันมันสะท้อนน้อย"

2. เรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นมีมากหรือน้อยต่อผู้ชม และมีมากหรือน้อยในแง่ใด ตัวอย่างเช่น ผู้เขียนได้ยินเรื่องเล่าว่า จากผลของละครเรื่อง **"แม่เบี้ย"** ไม่ยักกะสามารถทำให้แม่จวงสาวใช้ของเพื่อนผู้เขียนเปลี่ยนรสนิยมมาเป็นสาวเปรี้ยวแบบเมขลาได้ แต่กลับมีอิทธิพลทำให้คุณเธอลงทุนพนมมือยกขึ้นไหว้งูเขียวที่โผล่ขึ้นมาที่บ้าน พร้อมกับพูดว่า "ไปเสียเถอะนะคุณเดี๋ยวเขาจะมาทำร้ายเอา" คำถามข้อนี้ผู้เขียนก็จะขอโดดข้ามไปก่อนโดยไม่ขอแปรญัตติ

สิ่งที่ผู้เขียนจะสำรวจในตอนต่อไปนี้ก็คือ จะสำรวจว่าในบรรดาละครโทรทัศน์เดือนละหลายสิบเรื่องที่ผ่านสายตาท่านผู้ชมนั้น เนื้อในของละครโทรทัศน์เหล่านั้นได้บรรจุอุดมการณ์อะไรเอาไว้บ้าง โดยที่ความหมายของ

อุดมการณ์ในที่นี้จะแปรรูปให้ง่าย ๆ ขึ้น สื่อมวลชนนั้นมีหน้าที่ด้านการสร้างและเผยแพร่อุดมการณ์ คือ

1. เป็นผู้บอกว่า **อะไรเป็นอะไร** เช่น ถ้าเกิดเป็นแม่พลอย สาวชาวรั้วชาววังก็ต้องทำกับข้าวเก่ง เป็นต้น

2. เป็นผู้บอกว่า **อะไรควรเป็นอะไร** เช่น ถ้าเกิดมาเป็นผู้หญิง ก็ควรทำหน้าที่เป็นแม่และเมียมากกว่าจะเป็นนักการเมือง

3. เป็นผู้บอกว่า **อะไรเกี่ยวข้องกับอะไร** เช่น เพราะแม่ช้อยเธอยังติดนิสัยแบบชาววังที่ทำอะไรกินก็ถูกสอนให้ใช้แต่ของดี ๆ ทำ เธอยังไม่มีจิตใจและนิสัยเป็นแม่ค้าแม่ขายอย่างจริงจัง เมื่อเธอหันมาทำห่อหมกหรือทำขนมขาย เธอจึงขาดทุนอยู่ร่ำไป

หากกล่าวแบบภาษาของนักอุดมการณ์แล้ว ความคิดที่มีลักษณะเป็นอุดมการณ์นั้น จะเป็นความคิดที่บอก**เป้าหมาย**ของชีวิตคนแต่ละกลุ่ม แต่ละเพศ แต่ละชนชั้น และยังบอก**หนทาง**ไปสู่เป้าหมายนั้น เช่น พิศมัยแห่งเรื่อง**วนิดา**เป็นตัวอย่างของผู้หญิงที่เป็นสาวใช้อยู่ในรั้วในวัง **เป้าหมาย**ในชีวิตของเธอ (ซึ่งก็เป็นเป้าหมายใหญ่ของผู้หญิงไทยทั่ว ๆ ไป) ก็คือ การได้แต่งงานกับผู้ชายดี ๆ มีฐานะร่ำรวย มีตระกูลสูงส่ง ได้ครอบครองเป็นเจ้าของบ้านใหญ่โตหรูหรา มีเครื่องเพชรใส่เป็นประจำ และ**วิธีการ**เดียวที่เธอจะใช้ในการเลื่อนชนชั้นในชีวิตก็คือ การแต่งงาน (ซึ่งคุณหญิงปรานีได้สาธิตให้เธอเห็นล่วงหน้าไปก่อนแล้ว แม้จะไม่ครบสูตรครบเครื่องก็พอกล้อมแกล้มไปได้)

ดังนั้น จากละครโทรทัศน์หลาย ๆ ประเภท เช่น ละครรักๆใคร่ๆ ละครชีวิตครอบครัว ปู๊ ประเภทผีหรือไสยศาสตร์ ละครพงศาวดาร ละครตลก ฯลฯ เราก็จะได้เห็นตัวอย่างของอุดมการณ์ประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. อุดมการณ์ศักดินา

แม้ว่าจะมีข้อถกเถียงกันในยุคสมัยหนึ่งว่า สังคมไทยเป็นสังคมอะไรกันแน่ เช่น กึ่งเมืองขึ้น กึ่งทุนนิยม กึ่งศักดินา หรือในอีกปีกหนึ่ง กำลังมีกระแสโหมแรงว่า สังคมไทยกำลังกลายเป็นนิกส์ไปแล้ว แต่ที่แน่นอนยิ่งกว่านั้นก็คือ **อุดมการณ์หลักจำนวนมากมายที่นำเสนออยู่ในละครโทรทัศน์นั้นเป็นอุดมการณ์ศักดินาอย่างแน่นอน**

อุดมการณ์ศักดินาแสดงออกทั้งในความเชื่อที่ว่า มนุษย์เรามีความไม่เท่าเทียมกันอันเนื่องมาจากชาติตระกูล สถานภาพทางสังคมของบุคคล (Socials status) นั้นวัดด้วยชาติกำเนิด รวมทั้งให้ความชอบธรรมที่ชนชั้นสูงจะใช้อำนาจในการกำหนดชีวิตของลูกหลานและบริวาร ตัวอย่างที่กำลังแสดงออกในขณะนี้ก็คือ หม่อมชุลีแห่ง "ริษยา" ซึ่งกำชะตาชีวิตของคุณชายหริพันธ์ คุณหญิงวรรศิกา รวมทั้งตัวอบสวาทด้วย และเหตุผลที่เธอรังเกียจนายนพก็คือ ชาติกำเนิดของเขานั่นเอง

เป็นที่น่าสังเกตว่า ด้วยลักษณะอุดมการณ์ศักดินา (เจือปนด้วยอุดมการณ์ทุนนิยม) ทำให้เป็นเรื่องน่าแปลกว่า ในการที่สภาพความเป็นจริงจำนวนประชาชนไทยที่เป็นชาวไร่ชาวนา กรรมกร คนหาเช้ากินค่ำในสลัม มีมากกว่าคุณหญิงเล็ก คุณหญิงอร คุณหญิงวรรณ แต่ทว่าเรื่องราวของละครโทรทัศน์จะมีเรื่องที่เกี่ยวกับคนส่วนใหญ่ของประเทศน้อยมาก อันอาจเนื่องมาจากความคิดที่ว่า เรื่องราวของคนเหล่านั้นไม่มีความสลักสำคัญพอที่จะนำมาเสนอต่อสาธารณชนได้

2. อุดมการณ์ทุนนิยม

เนื้อหาของอุดมการณ์ทุนนิยมนั้น ในด้านหนึ่งมีลักษณะต่อต้านอุดมการณ์ศักดินา กล่าวคือ เริ่มปฏิเสธความเหลื่อมล้ำของคนที่ใช้ชาติตระกูล

เป็นเกณฑ์ แต่ทว่าอุดมการณ์ทุนนิยมก็ยอมรับความเหลื่อมล้ำของคนที่ใช้เงินตราเป็นเครื่องแบ่ง ทุกสิ่งทุกอย่างในสังคมสามารถซื้อขายได้ และมีราคาเช่นสินค้า ไม่ยกเว้นแม้แต่ชีวิตของผู้คน ดังนั้น ชะตากรรมของตัวละครตามแบบอุดมการณ์ทุนนิยมจึงถูกกำหนดจากอำนาจของเงินตรา

ในขณะที่กำลังเขียนอยู่นี้ ตัวละครที่กำลังถูกซื้อขายกัน ก็มีกานพลู จาก "ลิขิตพิศวาส" ซึ่งตกที่นั่งเดียวกันกับปรานีจาก "วนิดา" แม้แต่นายทหารยศนายพันเช่นผู้พันประจักษ์ ก็ดูเหมือนจะถูกซื้อตัวแบบทางอ้อม ๆ เช่นกัน

เนื่องจากอุดมการณ์ทุนนิยมนั้นมีหลายยุค คือ ตั้งแต่ยุคก่อร่างสร้างตัว ซึ่งเป็นทุนนิยมยุคต้น เน้นการเอาชนะโชคชะตาฟ้าลิขิต (อุดมการณ์บางส่วนของศักดินา) ความขยันขันแข็ง ความหมั่นเพียร ประหยัดมัธยัสถ์ การทำงานหนักแบบที่เรามองเห็นได้จากภาพยนตร์อเมริกันประเภท "โบนันซ่า" แต่สำหรับประเทศไทยเรานั้น ได้เลือกวิธีการโตแล้วเรียนลัดดีกว่า โดยการเลือกอุดมการณ์ทุนนิยมในยุคปลาย ซึ่งมีความมั่งคั่งพอสมควรแล้ว ดังนั้น จึงมีการเน้นเรื่องการบริโภคและความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต

ฉะนั้น การนำอุดมการณ์ทุนนิยมมาเสนอจึงดำเนินไปโดยผ่านการสร้างฉาก ในละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่จึงเป็นฉากที่เกี่ยวกับการบริโภคมากที่สุด เช่น โต๊ะอาหาร ศูนย์การค้า ฯลฯ และชีวิตการทำงานของตัวละคร ดูจะเป็นสิ่งที่ละครโทรทัศน์ลืมเลือนไปเลย

3. อุดมการณ์เรื่องคุณค่าของแต่ละเพศและความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างอุดมการณ์ทั้งสองอย่างที่นำเสนอมาแล้วในละครโทรทัศน์จะมีการบรรจุอุดมการณ์เรื่องคุณค่าของแต่ละเพศ และการกำหนดรูปแบบเนื้อหาของความสัมพันธ์ระหว่างเพศเอาไว้มากที่สุด ทั้งนี้เพราะ

ลักษณะของละครโทรทัศน์จะมีเนื้อหาที่ว่าด้วยเรื่องรักๆใคร่ๆ เรื่องชีวิตครอบครัว และความสัมพันธ์เชิงชู้สาวเป็นหลักนั่นเอง

เป็นที่แน่นอนว่า อุดมการณ์หลักของความสัมพันธ์ระหว่างเพศก็คือการสะท้อนลักษณะสังคมที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบันคือ สังคมแบบถือชายเป็นใหญ่ ดังนั้น ชีวิตของตัวละครผู้หญิงไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทใด นับตั้งแต่นางเอก นางผู้ร้าย แม่ เมีย พี่สาว น้องสาว ล้วนแล้วแต่ถูกกำหนดให้อยู่ภายใต้อำนาจของชายเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างตัวละครที่เป็นสุดยอดของแบบฉบับคือ "คุณนิ่ม" แห่ง "ใครกำหนด" ซึ่งชีวิตของเธอถูกกำหนดอย่างครบวงจรตั้งแต่เป็นลูกที่ดีของพ่อ เป็นลูกสะใภ้ที่ดี เป็นลูกจ้างที่ดี และพร้อมที่จะเป็นเมียที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเมียของท่านทูตหรือเมียนักธุรกิจก็ตาม (พร้อมกันนั้นเธอยังเชื่อฟัง "ผู้กำกับ" ที่กำหนดให้เธอรักษาพรหมจารีมาจนถึงมือพระเอกตัวจริงอีกด้วย)

ส่วนการให้คุณค่าระหว่างหญิงกับชายอย่างไม่เท่ากัน โดยการบอกว่าเกิดเป็นหญิงนั้นมีค่าน้อยกว่าชาย เราจะเห็นการแสดงออกในเรื่องนี้ได้อย่างชัดเจนใน "กำแพงบุญ" ถ้าลองเกิดมาเป็นลูกผู้หญิงอย่าง "ยายโอบ" กับ "ยายบัว" ต่อให้กตัญญูต่อพ่อแม่หรือรับผิดชอบต่อครอบครัวสักเพียงใด ก็ดูจะมีค่าด้อยกว่า "พ่ออุ้ม" อยู่วันยังค่ำ และยังเป็นที่น่าเจ็บกระดองใจที่ว่า ผู้หญิงเราด้วยกันเองนี่แหละ ที่เป็นฝ่ายพ่นพิษถ่ายทอดเผยแพร่อุดมการณ์ที่เหยียดหยามคุณค่าของเพศตนเองให้สืบทอดต่อไป

4. อุดมการณ์ชาตินิยม

ภายใต้สังคมแบบรัฐชาติ (Nation-state) นั้น อุดมการณ์อันหนึ่งที่กลไกรัฐจำเป็นต้องกำหนดให้สมาชิกในสังคมก็คือ อุดมการณ์แบบชาตินิยม แต่เนื่องจากละครโทรทัศน์ไทยไม่สู้จะมีมิติการเมืองมากนัก และประวัติศาสตร์ของชาติไทยสมัยใหม่ก็ไม่ได้ผ่านการต่อสู้เพื่อกอบกู้ชาติดังเช่นชาติอื่น ๆ ใน

แถบเอเชีย ที่ต้องประสบกับลัทธิล่าอาณานิคมอย่างเปิดเผย ดังนั้น ละครโทรทัศน์ที่บรรจุอุดมการณ์ชาตินิยมจึงมักจะต้องถอยหลังไปไกลในประวัติศาสตร์คือยุคกรุงศรีอยุธยา เช่น ละครอิงประวัติศาสตร์บางเรื่อง อาทิ "สายโลหิต" ซึ่งไทยเรามีศัตรูเจ้าเก่าขาประจำคือพม่านั่นเอง

นอกจากนั้นเราก็อาจจะพอกล้อมแกล้มได้ว่า ละครประเภท "สี่แผ่นดิน" (ฉบับที่วิเคราะห์จากเนื้อเพลงไตเติ้ลของละคร) ก็พอจะมีเป้าหมายในเรื่องการปลูกฝังให้รักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ อยู่ด้วย

ตามปกติแล้ว การถ่ายทอดอุดมการณ์รักชาตินั้นมักจะไม่ได้นำเสนอตัวเองอย่างศิลปินเดี่ยวในละครโทรทัศน์ แต่มักจะต้องเข้าคู่เป็นตัวประกอบให้กับแก่นเรื่องอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ละครเรื่อง "คู่กรรม" ก็อาจจะพิจารณาได้ว่าสามารถสะท้อนความรู้สึกรักชาติของคนไทยในช่วงที่กำลังถูกข่มขู่เรื่องอธิปไตยเหนือแผ่นดินได้บ้าง

แต่อย่างไรก็ตาม ละครเรื่องนี้ก็แสดงให้เห็นว่า เป็นเรื่องยากลำบากเหลือเกินสำหรับคนไทย และช่วงเป็นเวรเป็นกรรมเสียอย่างยิ่งที่จะ "รักชาติไทยอย่างสุดใจขาดดิ้น" ให้ได้อย่างที่รัฐชาติต้องการจริง ๆ (คนไทยในทศวรรษนี้ตกที่นั่ง "อังศุมาลิน" กันเป็นแถว)

5. **อุดมการณ์เกี่ยวกับการใช้ความรุนแรง**

สำหรับอุดมการณ์ในละครโทรทัศน์ในส่วนที่เกี่ยวกับความรุนแรงนี้ จะเป็นการสอนให้ผู้ชมรู้จักความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม สอนให้รู้ว่าใครเข้มแข็ง ใครอ่อนแอ ใครมีความชอบธรรมที่จะใช้อำนาจกับใครได้ เช่น ตำรวจมีความชอบธรรมเสมอที่จะใช้ความรุนแรงกับผู้ร้าย เพราะความแค้นและความเข้าใจผิดของพระออก จึงทำให้มีความเหมาะสมและชอบธรรมแล้วที่ "โสรยา" แห่ง "จำเลยรัก" จะต้องตกเป็นเหยื่อแห่งความรุนแรง

นอกจากนั้นละครก็ยังบอกอีกว่า ที่มาของอำนาจที่จะใช้ความรุนแรงอย่างชอบธรรมนั้นมาจากอะไรได้บ้าง เช่น หม่อมชุลีแห่ง "ริษยา" สามารถจะใช้อำนาจของผู้อาวุโสกล้อนผมหรือจับคุณหญิงวรรศิกาขังห้องมืดได้ แม้แต่จะสั่งให้ชนนีลูกสะใภ้มานั่งร้อยดอกไม้ทั้งวันก็ยังได้ นอกจากนั้นก็ยังมีอำนาจจากเงินตรา อำนาจจากยศถาบรรดาศักดิ์ หรืออำนาจทางกายภาพ ฯลฯ

6. อุดมการณ์แห่งไสยศาสตร์

เป็นตัวอย่างอุดมการณ์หนึ่งที่มีเอกลักษณ์ของไทยอย่างมาก และทุกครั้งที่มีการวิพากษ์วิจารณ์ว่า ละครโทรทัศน์ไทยถึงทางตันหรือเน่าเสียเพราะวนอยู่ในอ่าง เมื่อนั้นละครประเภทไสยศาสตร์ก็จะเปิดตัวออกมาช่วยกู้สถานการณ์ไปเสียทุกครั้ง ฉะนั้น หน้าจอทีวีไทยจึงมีละครประเภทผีๆสางๆในเนื้อหาและรูปแบบต่าง ๆ วนเวียนกลับมาให้เห็นอยู่เป็นระยะ ๆ มิได้ขาดตอนเลย

การดำรงอยู่อย่างอยู่ยงคงกระพันของละครประเภทนี้สะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์หลายอย่างของไทย กล่าวคือ ในโลกทัศน์ของคนไทย เรื่องของมนุษย์กับเรื่องของสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ (เช่น จิตวิญญาณ) นั้น ยังไม่อาจจะแยกขาดจากกันไปได้ ตัวอย่างเช่น ละครเรื่อง "ปีศาจหรรษา" "ผีขี้เหงา" (แสดงว่าอาการขี้เหงาแบบนายนีโน่ได้ระบาดไปถึงเมืองผีแล้ว) และสังคมไทยยังสามารถยอมรับให้สองสิ่งที่ไม่อาจจะร่วมกันได้โดยสันติในโลกตะวันตกคือ วิทยาศาสตร์และไสยศาสตร์ (ซึ่งในประวัติศาสตร์ตะวันตกได้ต่อสู้กันอย่างดุเดือดเลือดพล่านเพื่อเบียดบังฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งให้ตกเวทีประวัติศาสตร์ไป)

แต่ในประเทศไทย ทั้งสองอย่างนี้สามารถอยู่รวมกันได้อย่างสันติและสบายมาก (ถ้าจะสืบค้นคำตอบในเรื่องนี้ ก็คงต้องย้อนกลับไปดูประวัติศาสตร์ของการให้วีซ่าแก่ความคิดวิทยาศาสตร์ที่เข้ามาในสังคมไทย)

สำหรับละครประเภทผีๆสางๆ นี้มีข้อที่น่าสนใจอยู่ประการหนึ่งคือ อุดมการณ์แบบมนุษยนิยมที่เชื่อมั่นในการเป็นเจ้าชะตาชีวิตของตัวเอง อันมีเนื้อหาที่ตรงกันข้ามกับอุดมการณ์แบบอำนาจเหนือธรรมชาติ (เช่น พรหมลิขิต จิตวิญญาณ) เป็นตัวกำหนด ในโลกตะวันตก เราจะเห็นอุดมการณ์หลักของสังคมตะวันตกมีลักษณะแบบมนุษยนิยมที่ถือว่า มีแต่ความพยายามของมนุษย์เท่านั้นที่สามารถฝ่าฟันและแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ มนุษย์เราจึงไม่ควรก้มหัวให้โชคชะตาหรือเทวดาฟ้าดินองค์ใดทั้งสิ้น

แต่สำหรับสังคมไทยแล้ว ดูเหมือนว่าอุดมการณ์แบบมนุษยนิยมแบบดังกล่าวยังลงรากฝังได้ไม่ลึกซึ้งนัก ฉะนั้น บ่อยครั้งละครแบบไสยศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็น "รัตติกาลยอดรัก" "ห้องหุ่น" "ปีศาจหรรษา" "ผีขี้เหงา" แม้แต่ "นาคราช" ซึ่งแม้จะมีเนื้อเรื่องหลักแตกต่างกัน แต่ก็มีจุดร่วมประการหนึ่ง คือ ตัวละครมนุษย์ในเรื่องหมดปัญญาที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตของตน หรือหมดปัญญาจะสร้างเกณฑ์ในสังคมให้เป็นไปตามทำนองคลองธรรม ดังนั้นจึงต้องอาศัยความสามารถของบรรดาจิตวิญญาณทั้งหลายให้มาช่วยปกปักรักษาคนดีเอาไว้ด้วย

ถ้าละครโทรทัศน์ของไทยประเภทนี้สะท้อนความเป็นจริงของสังคมไทยอย่างแท้จริง ก็อาจพยากรณ์ได้ว่า ในขณะที่สังคมไทยกำลังจะก้าวไปเป็นนิกส์นั้น เราก็จำเป็นต้องอัญเชิญเทพยดาฟ้าดินและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายให้มาปกป้องคุ้มครอง (หรือพูดภาษาสมัยใหม่ว่า "ให้ก้าวเดินไปพร้อม ๆ กับ") ลูกช้างในยุคนิกส์ด้วยอย่างเด็ดขาดแน่นอน

การเล่นหวยกับสื่อมวลชน

บทบาทที่ทฤษฎีอาจจะลืมกล่าวถึง

(1) บทนำ : การทำหน้าที่เกินสื่อ

นักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และด้านสื่อมวลชนทุกคน แม้ในวันเวลาที่เพิ่งจะเริ่มก้าวเข้ามาสัมผัสกับเนื้อหาของวิชาการสาขานี้ ต่างก็คุ้นเคยกันอย่างดีกับการบรรยายบทบาทหน้าที่หลาย ๆ ประการของสถาบันสื่อมวลชน (รู้สึกว่าสถาบันสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันน้องใหม่ในประวัติศาสตร์สังคมของมนุษยชาตินั้น พอถือกำเนิดมา "ก็ต้องทำหน้าที่ทำการงานกันทันที")

บทบาทหน้าที่ตามอุดมคติที่ควรจะเป็นของสื่อมวลชนนั้นมีอยู่หลายอย่างเช่น ทำหน้าที่คล้ายเป็นยาม สำรวจตรวจตราสอดส่องความเคลื่อนไหวของสังคม แล้วก็ "ทำรายงาน" แจ้งให้ทราบ ทำหน้าที่คล้าย ๆ กับเป็นครู เพราะเป็นผู้ให้ความรู้ความเข้าใจ ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานสัมพันธไมตรี สร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในสังคม (อาจจะคล้าย ๆ บทบาทของ "เจ้าอาวาส" ในชุมชนชนบท) รวมทั้งทำหน้าที่เป็นศิลปินให้ความรื่นเริงบันเทิงใจแก่สมาชิกในสังคม

แม้จะมีหน้าที่อย่างที่ "ควรจะเป็น" อยู่หลายอย่างแล้ว แต่ในสภาพความเป็นจริงก็ยังปรากฏว่า สื่อมวลชนยัง "ทำหน้าที่เกิน" เพิ่มเติมจากอุดมคติไปเสียอีก ตัวอย่างเช่น นักจัดรายการวิทยุ "ดี.เจ." ของไทยนั้นไม่เพียงแต่จะต้องเปิดเพลงเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่พูดปลอบปลอบใจน้อง ๆ แฟนรายการที่สอบเอนทรานซ์ไม่ติด หรือคอลัมน์ลุงหนวดในหนังสือพิมพ์ต้องทำหน้าที่แม่สื่อแม่ชักอันเป็นหน้าที่สำคัญของคนกลุ่มหนึ่งในสังคมจีนโบราณ

การทำหน้าที่เกินดังกล่าวนี้มักจะถูกมองไปในแง่ลบมากกว่าแง่บวก

ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดก็คือ หน้าที่ของละครโทรทัศน์แบบน้ำเน่า (soap opera) ที่มักจะทำหน้าที่ที่ทฤษฎีสื่อสารมวลชนไม่พึงประสงค์ คือ การทำให้คนหลบหนีจากสภาพความเป็นจริงเข้าไปอยู่ในโลกแห่งความเพ้อฝัน (escapist) หรือกล่าวให้ง่ายกว่านี้ก็คือ ละครโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นยาฝิ่นมอมเมาผู้คนให้ลืมปัญหาที่แท้จริง

สำหรับทัศนะต่อการทำหน้าที่เกินของสื่อมวลชนนี้ ผู้เขียนขอตั้งข้อสังเกต 2 ประการคือ ประการแรก ในเรื่องการทำหน้าที่เป็นยาฝิ่นของประชาชนนั้น ผู้เขียนคิดว่า ประชาชนจะใช้ยาฝิ่นก็ต่อเมื่อเขามีความเจ็บปวดบางอย่าง และต้องการสิ่งมาระงับความเจ็บปวดนั้น ต้นตอของปัญหาที่แท้จริงจึงเป็น "ความเจ็บปวด" มิใช่ "ยาฝิ่น" และหากเราดึงเอายาฝิ่นออกไปจากประชาชนโดยยังคงทิ้งความเจ็บปวดเอาไว้ และไม่มีสิ่งอื่นมาทดแทน สถานการณ์ก็จะยิ่งเลวร้ายยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตประการที่สอง ในกรณีที่สื่อมวลชนทำหน้าที่ส่งเสริมพฤติกรรมการเสี่ยงโชคและการเล่นอบายมุขของประชาชนทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม ดังที่จะเป็นเนื้อหาที่บทความนี้จะกล่าวถึงต่อไปนั้น ก็อาจจะพิจารณาได้ด้วยมุมมองเดียวกับข้อสังเกตประการแรก แต่ในกรณีของ "การเล่นหวยเสี่ยงโชค" นี้ อาจจะมิได้มาจากสาเหตุความเจ็บปวด แต่ทว่ามาจากข้อเท็จจริงของมนุษย์ว่า มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาและมีความใฝ่ฝันที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะมนุษย์กลุ่มที่มีความทุกข์ยากแร้นแค้น ความหวังและความใฝ่ฝันนั้นก็จะยิ่งรุนแรงและจะขาดเสียมิได้ ปัญหาก็คือ จะมีวิธีการใดบ้างที่จะแปรเปลี่ยนความหวังและความใฝ่ฝันนั้นให้กลายเป็นความจริงขึ้นมา

หากเราดึงฟางเส้นเดียวและเส้นสุดท้ายที่คนว่ายน้ำไม่เป็นกำลังเกาะ

อยู่ออกไปจากตัวเขา อะไรจะเกิดขึ้นเล่า หากเราเองก็ยังไม่มีชูชีพอันใหม่ที่จะโยนลงไปให้ทดแทน

และในขณะที่เรานักวิชาการสื่อมวลชนกล่าวว่า หากสื่อมวลชนทำหน้าที่ส่งเสริมพฤติกรรมการเล่นหวยเสี่ยงโชคนั้น ก็เป็น "การทำหน้าที่อย่างผิด ๆ" แต่สำหรับประชาชนแล้ว เขาจะกล่าวเช่นเดียวกับนักวิชาการก็เฉพาะในกรณีที่สื่อใบ้หวยแล้วไม่ถูกเท่านั้น แต่เมื่อใดที่สื่อสามารถจะบอกเลขเด็ดได้อย่างถูกต้อง เมื่อนั้น "สื่อก็ทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้องจริง ๆ" ในสายตาของประชาชน

(2) เมื่อสถาบันใหม่ถูกสอดใส่เข้ามาในโครงสร้างสังคมเก่า

ในการศึกษากรณีที่สื่อสิ่งพิมพ์ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริม "วัฒนธรรมการเล่นหวย" ทั้งแบบทางตรงและทางอ้อม (ดังจะได้กล่าวถึงรายละเอียดต่อไป) เป็นกรณีที่แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าบรรดาสื่อสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ วิดีโอ ฯลฯ จะเป็นเทคโนโลยีแบบใหม่ที่สังคมไทยนำเข้ามาจากภายนอก แต่ทว่าเมื่อสื่อเหล่านี้ผ่านเข้ามาอยู่ในสังคมแล้ว ก็จำเป็นต้องปรับตัวในบางส่วนให้เข้ากับสิ่งที่มีอยู่แล้วในวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย

"การเล่นหวย" เป็นผลิตกรรมทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมไทยมาช้านานแล้ว โดยก่อกำเนิดมาจากการกลายรูปของวัฒนธรรมการเสี่ยงทายเพื่อจะล่วงรู้อนาคตในเรื่องต่าง ๆ เช่น เสี่ยงทายดูความอุดมสมบูรณ์ของดินฟ้าอากาศเพื่อการทำมาหากิน ไปจนกระทั่งการเสี่ยงทายเพื่อหาคู่ครอง ในชั้นต่อมา พิธีกรรมการเสี่ยงทายเหตุการณ์ในอนาคตได้ถูกนำมาปรับรูป และ

กลายมาเป็นรูปแบบหนึ่งของการเล่นเพื่อนันทนาการในชีวิตและสังคมในรูปแบบของการพนันเพื่อความสนุกสนาน จนกระทั่งในท้ายที่สุดได้กลายรูปมาเป็น "การพนันเพื่อชีวิต" อย่างจริงจัง

"การเล่นหวย" ก็เหมือนรูปแบบวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เมื่อได้ถือกำเนิดขึ้นมาแล้วพัฒนาจนเจริญเติบโต แต่กว่าการที่รูปแบบวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ จะมีชีวิตยืนนานมาได้มากน้อยเพียงใดนั้น จำเป็นจะต้องมี "กลไก" ทางสังคมหล่อเลี้ยงเอาไว้ วัฒนธรรมใดก็ตามที่ขาดกลไกทางสังคมช่วยทำหน้าที่อุปถัมภ์ค้ำชูก็ย่อมถึงกาลอาวสานในวันใดวันหนึ่ง

ท่ามกลางบรรดากลไกทางสังคมหลาย ๆ ประการของสังคมนั้น "สื่อมวลชน" ได้ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญตัวหนึ่งที่ช่วยค้ำยันให้วัฒนธรรมการเล่นหวยนั้นสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมนี้ และยังช่วยส่งเสริมให้วัฒนธรรมนั้นเฟื่องฟูขยายตัว (หรืออย่างน้อยก็เท่าตัว) อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังอาจจะสร้างผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนี้อีกด้วย

และด้วยการทำหน้าที่อย่างเอาการเอางานของสื่อมวลชนในการอุ้มชูและส่งเสริมวัฒนธรรมการเล่นหวย ทำให้ในปัจจุบัน สถานภาพของการเล่นหวยที่อาจจะมีพื้นฐานสาเหตุมาจากความยากจน ได้ยกระดับขึ้นมาเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของ "วัฒนธรรมประจำชาติ" (national character) (ดังจะเห็นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นคนกลุ่มใด ชนชั้นใด ถ้าเป็น "คนไทย" แล้ว ต้องมีจิตใจรักการเสี่ยงโชคอยู่ในสายเลือด) และจนกระทั่งได้กลายมาเป็น "อุปนิสัย" (habit) ที่ต้องปฏิบัติอยู่เป็นประจำในชีวิตประจำวัน (แม้จะไม่ได้หวังร่ำรวย แต่ก็ซื้อหวยจนติดเป็นนิสัยเสียแล้ว) อันเป็นสถานภาพที่มีความมั่นคงที่สุดของรูปแบบวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ

ความมั่นคงของรูปแบบวัฒนธรรมนี้ตกผลึกอยู่ในประโยคที่ว่า "สำหรับ

คนไทยปัจจุบันนี้ คนจนก็เล่นหวย คนรวยก็เล่นหุ้น" (แต่ด้วยจิตใจเดียวกับการเล่นหวยนั่นเอง)

(3) พัฒนาการของ "การเล่นหวย" ในสังคมไทย : เริ่มจากยุควัฒนธรรมพื้นบ้านสู่วัฒนธรรมประชาชน

แบบฉบับที่นิยมใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับสื่อมวลชนนั้น มักจะแบ่งขั้นตอนพัฒนาการของวัฒนธรรมออกเป็น 2 ขั้น คือ เริ่มต้นด้วยวัฒนธรรมพื้นบ้าน (folk culture) และขยายมาเป็นวัฒนธรรมประชาชน (popular culture) จนกระทั่งยกระดับมาเป็นวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) ในท้ายที่สุด

ในที่นี้ก็จะอาศัยกรอบดังกล่าวมาพิจารณาพัฒนาการของการเล่นหวยในสังคมไทย โดยเริ่มต้นจากยุคที่การเล่นหวยยังมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน

รูปแบบการพนันทั้งสามชนิด คือ การเล่นโป การเล่นถั่ว และการเล่นหวย ล้วนแล้วแต่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีนทั้งสิ้น และในขณะที่สังคมไทยโบราณมีอู่อารยธรรมสำคัญจาก 2 แห่ง คือ จีนและอินเดีย สังคมไทยก็ได้รับวัฒนธรรมดังกล่าวเข้ามา

มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ยืนยันว่า สังคมไทยได้รับวัฒนธรรมการเล่นการพนัน 3 รูปแบบจากจีนมาตั้งแต่ครั้งสมัยสุโขทัย โดยผ่านทางพ่อค้าจีนที่เดินทางเข้ามาค้าขายยังประเทศไทย ในระยะเริ่มแรก การละเล่นดังกล่าวยังคงจำกัดอยู่ในหมู่ชาวจีนเท่านั้น และรัฐไทยก็มิได้ยื่นมือเข้าไปเกี่ยวข้องแต่อย่างใด ในชั้นนี้ เรายังถือว่าการเล่นหวยเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มชนบางกลุ่มอยู่

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงบันทึกสาเหตุที่รัฐไทยเริ่มเข้าไปเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการเล่นหวยว่า ในสมัยรัชกาลที่ 3 (ซึ่งเศรษฐกิจแบบใช้เงินตราเริ่มขยายตัว) ทั้ง ๆ ที่พระคลังได้ออกเงินประเภทต่าง ๆ ไปมากมาย แต่ราษฎรกลับเอาเงินไปฝังไว้ไม่เอาออกมาใช้ มีนายอากรสุราชื่อเจ๊สัวหง ได้ทูลแนะนำให้มีการตั้งหวยเล่นกันขึ้นมา กระแสเงินจะได้สะพัด รัชกาลที่ 3 ทรงเห็นด้วย การเล่นหวยจึงถือกำเนิดมาตั้งแต่พ.ศ.2378 ในระยะเริ่มแรกก็เล่นเฉพาะในเขตกรุงเทพ ต่อมาราษฎรนิยมแพร่หลาย จึงได้ขยายออกไปสู่ต่างจังหวัด ทางการได้แต่งตั้งนายอากรเก็บภาษีบ่อนเบี้ยมีบรรดาศักดิ์เป็นขุนบานเบิกบุรีรัตน์ ซึ่งชาวบ้านเรียกว่าว่า "ขุนบาน"

การบริหารกิจการในโรงหวยโดย "ขุนบาน" นั้น มีการจัดระบบเครือข่ายกันเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งแขวงรับผิดชอบ การตั้งโต๊ะผู้แทนรับแทงหวยจากลูกค้า การลดลงสมุดบันทึกหรือโผ การรับและจ่ายเงิน ฯลฯ การจัดระบบที่ดีเช่นนี้เอง เป็นปัจจัยหนึ่งในการอธิบายความยืนยงของการเล่นหวยไม่ว่าจะเป็นในหรือนอกระบบกฎหมายก็ตาม อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าการดำเนินงานเรื่องการเล่นหวยนี้เป็นกิจการของภาคเอกชน (ขุนบาน) บทบาทของรัฐนั้นมีเพียงการเก็บอากรเท่านั้น

สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ แม้ว่าทั้งรูปแบบและเนื้อหาของการเล่นหวยนั้นจะนำมาจากประเทศจีน แต่ผลิตกรรมทางวัฒนธรรมจาก "นอก" ชิ้นนี้ก็ได้ผ่าน "กระบวนการทำให้เป็นไทย" (Thainization) เช่น หวยจากเมืองจีนนั้นจะวาดเป็นรูปภาพคนหรือสัตว์ พร้อมกับเขียนตัวหนังสือจีนกำกับเพื่อให้คนเลือกแทงได้ แต่ทว่าคนไทยอ่านหนังสือจีนไม่ออก แม้แต่ดูรูปก็แยกไม่ออกว่าเป็นตัวไหน เจ๊สัวหงซึ่งเป็นขุนบานต้นตำรับคนแรกจึงได้ดัดแปลงให้คนไทยจดจำได้ ด้วยการเอาตัวอักษรไทยเข้ากำกับ เช่น ตัวอักษร ก ไก่ ข ไข่ นี้ จึงเป็น

ที่มาของชื่อเรียกว่า "หวย ก ข" พร้อมทั้งมีการแต่งเป็นบทกลอนให้คล้องจองตามอุปนิสัยเจ้าบทเจ้ากลอนของคนไทย

พร้อม ๆ กับการเก็บอากรหวย ก็มีการตั้งโรงหวยขึ้นในที่ต่าง ๆ และเนื่องจากมีหลักประกันว่า การเล่นหวย ก ข เป็นการพนันเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย จึงทำให้เป็นที่แพร่หลายและนิยมมากไปกว่าเดิมที่เคยเล่นกันในหมู่ชาวจีนกลุ่มเล็ก ๆ เพราะมีให้เล่นเป็นประจำ เป็นที่เป็นทาง วงเงินและรายได้ยิ่งขยายไปมากกว่าเดิม ทำให้ความคาดหวังในเรื่องกำไร-เงินตรามีมากขึ้น เป้าหมายเรื่องความสนุกสนานที่เคยมีมาแต่เดิมลดน้อยลง แต่กลายเป็นความคาดหวังที่จะรวยทางลัดมากขึ้น วัฒนธรรมการเล่นหวย ก ข ในช่วงนี้จึงจัดว่าอยู่ในรูปแบบของวัฒนธรรมประชาชน (popular culture) มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

ล่วงมาถึงสมัยรัชกาลที่ 5 มีพระราชดำริจะเลิกอากรหวยนี้ แต่ยังปฏิบัติไม่ได้ เพราะรัฐมีผลประโยชน์อย่างมากจากภาษีประเภทนี้ ถ้าเลิกทันทีทันใดก็จะกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ จนกระทั่งถึงรัชกาลที่ 6 ได้โปรดเกล้าฯให้กระทรวงการคลังรวบรวมเงินเหลือจ่ายประจำปี เพื่อเตรียมทดแทนเงินอากรจากหวยที่จะหายไป และออกประกาศยกเลิกการเล่นหวยเมื่อปี พ.ศ.2459 (ถูกกฎหมายอยู่เกือบร้อยปี)

แม้ว่ารูปแบบของการเล่นหวยที่ถูกต้องตามกฎหมายจะถูกยกเลิกไปแล้ว แต่วิวัฒนาการวัดดวงของคนไทยกลับมิได้สิ้นสุดตามไปด้วย หากแต่ได้ผลิตซ้ำสืบทอด (reproduce) ในรูปแบบและเนื้อหาใหม่ที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่แปรเปลี่ยนไป

(4) เมื่อการเล่นหวยมุดลงใต้ดิน

เมื่อยุคของการเล่นหวยที่มีต้นกำเนิดจากอารยธรรมฝั่งตะวันออก คือประเทศจีนปิดฉากลง ฉากใหม่ของวัฒนธรรมการวัดดวงของไทยก็เปิดขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ครั้งนี้แหล่งกำเนิดของการเสี่ยงโชคนี้มาจากซีกตะวันตก คืออารยธรรมของประเทศยุโรป ในรูปแบบที่เรียกว่า "ล็อตเตอรี่"

รูปแบบการเล่น "ล็อตเตอรี่" แบบที่เราเห็นอยู่ในทุกวันนี้ เกิดขึ้นในยุคกลางของประเทศอิตาลีเป็นแห่งแรก แล้วจึงแพร่กระจายไปยังประเทศอื่น ๆ รูปแบบหลักคือ รัฐจะเป็นผู้พิมพ์สลากออกเป็นหมายเลข แล้วแบ่งจำหน่าย มีการออกเป็นงวด ๆ อาจจะเป็นวาระโอกาสพิเศษหรือออกเป็นประจำ และเนื่องจากรายได้จำนวนมหาศาลจากการเสี่ยงโชคของประชาชนด้วยวิธีนี้ ทำให้รัฐบาลหลายประเทศตกลงใจออกกฎหมายรับรองให้เป็นสิ่งถูกกฎหมาย

หากเราเทียบความแตกต่างระหว่างการเล่นหวยกับล็อตเตอรี่จะเห็นจุดเด่นอยู่ 2 ประการ คือ ในขณะที่การเล่นหวยนั้นเป็นกิจการของเอกชน ในกรณีของล็อตเตอรี่นั้น รัฐเป็นผู้ดำเนินการเอง ประการที่สอง เป้าหมายในระยะแรกๆ ของล็อตเตอรี่นั้น รัฐมักจะดำเนินการโดยมีเป้าหมายการกุศลหรือเป็นเป้าหมายที่จะหาเงินบำรุงกิจการของส่วนรวมบางอย่าง (หรือมองในด้านหนึ่งก็คือ การเก็บภาษีแบบทางอ้อม และประชาชนสมัครใจที่จะให้รัฐหาเงินมาใช้ในกิจการส่วนรวม)

ในปีพ.ศ.2417 มีการออกสลากกินแบ่งตามแบบยุโรปเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เนื่องในงานพระราชพิธีเฉลิมพระชนพรรษาของรัชกาลที่ 5 ต่อจากนั้นก็มีการออกล็อตเตอรี่ในวาระโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ในสมัยรัชกาลที่ 6 มีการออกล็อตเตอรี่เพื่อนำเงินมาบำรุงสภากาชาดสยามและกองเสือป่า

เป็นต้น

ในระหว่างปีพ.ศ.2476-2477 (มีกฎหมายยกเลิกการเล่นหวยแล้ว) กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ได้เริ่มออกล็อตเตอรี่เพื่อหารายได้ชดเชยเงินรัชชูปการที่ยกเลิกไป และในปีพ.ศ.2482 ก็ได้มีการจัดตั้ง "สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล" ขึ้นต่อกระทรวงการคลัง ดำเนินการออกล็อตเตอรี่อย่างเป็นกิจจะลักษณะที่แน่นอนมาจนถึงปัจจุบัน

แม้ว่าความตั้งใจของรัฐนั้นจะยกเลิกการเล่นหวย ก ข แบบเดิม และนำเสนอรูปแบบใหม่ของล็อตเตอรี่ให้ประชาชนจำกัดการเสี่ยงโชคอย่างอยู่ในขอบเขตของกฎหมายก็ตาม แต่ทว่าผลที่เกิดขึ้นกลับไม่เป็นไปตามความต้องการของรัฐ สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ การเล่นล็อตเตอรี่และการเล่นหวยของชาวบ้านกลับกลายเป็นคู่ฝาแฝดที่เจริญเติบโตมาพร้อม ๆ กัน และอย่างพึ่งพาอาศัยกัน

สำหรับการเจริญเติบโตของแฝดผู้พี่นั้น นับตั้งแต่รัฐเริ่มมีการพิมพ์ล็อตเตอรี่ออกจำหน่ายครั้งละมาก ๆ มีการกำหนดช่วงเวลาในการออกที่ชัดเจน การเสนอเงินรางวัลที่สูง ๆ การกระจายผ่านยี่ปั๊วทั้งหลายทั่วประเทศ (ซึ่งกิจการหวยใต้ดินได้จัดวางรูปองค์กรและเครือข่ายเอาไว้ให้เรียบร้อยแล้ว) ตลอดจนการยอมรับให้การพนันเสี่ยงโชครูปแบบล็อตเตอรี่นี้ถูกกฎหมาย ซึ่งนับเป็นการขยายตลาดผู้บริโภคให้กว้างขวางขึ้น การเล่นเพื่อความสนุกดูยิ่งจะหมดไปทุกที หากแต่เปลี่ยนเป็นการเล่นเพื่อหวังผลตอบแทนเป็นหลัก วัฒนธรรมประชาชนได้กลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) อย่างแท้จริง

ในการนี้ สื่อมวลชนเองได้มีบทบาทสนับสนุนให้กิจการประเภทนี้ดำเนินไปได้อย่างราบรื่นคล่องตัว โดยเฉพาะในขั้นตอนของการออกหมายเลขสลาก

ซึ่งในครั้งอดีตของหวย ก ข นั้นต้องมีการจัดการอย่างรัดกุม ป้องกันความผิดพลาด แต่เมื่อเกิดสื่อวิทยุขึ้นมา และมีการถ่ายทอดการออกสลากล็อตเตอรี่ ประชาชนก็สามารถจะติดตามโชคชะตาของตนเองได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ก็ได้มีบทบาทส่งเสริมด้วยการตีพิมพ์ผลการออกสลาก ซึ่งกลายเป็นคอลัมน์ประจำที่หนังสือพิมพ์ทุกประเภทจะขาดเสียมิได้ (และจะต้องใส่ใจการการตรวจปรู๊ฟมิให้ผิดพลาดไปได้) รวมทั้ง "สื่อขนาดเล็ก" เช่น เรียงเบอร์ ที่จะต้องออกมาตอบสนองความต้องการของผู้รับสารอย่างทันทีทันใด

ส่วนความเจริญของแฝดผู้น้องนั้น ก็เกิดขึ้นเป็นเงาตามตัวของล็อตเตอรี่ ทั้งนี้เพราะวิธีการดำเนินงานของการเล่นหวย (ซึ่งหลังจากที่กลายเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายแล้ว ก็ได้ "มุดลงดิน" กล่าวคือ มีการลักลอบเล่น จึงถูกขนานนามใหม่ว่า "หวยใต้ดิน") ได้พึ่งพาวิธีการของล็อตเตอรี่นั่นเอง แม้จะไม่มีบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรว่าหวยใต้ดินเริ่มมีขึ้นเมื่อใด และใครเป็นคนริเริ่มคนแรกก็อาจสันนิษฐานได้ว่า คงจะเกิดขึ้นในระยะเวลาไล่เลี่ยกับการกำเนิดอย่างเป็นหลักเป็นฐานของสลากกินแบ่งของรัฐบาล และเจ้ามือรายแรก ๆ นั้นน่าจะมีพื้นฐานมาจากเจ้ามือหวย ก ข นั่นเอง

กติกาของการเล่นหวยใต้ดินจะยึดเอาผลการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละงวดเป็นหลัก แต่สำหรับรูปแบบการซื้อหานั้น ในขณะที่รูปแบบสลากกินแบ่งของรัฐบาลนั้นมีอยู่เพียงรูปแบบเดียว คือ ต้องซื้อเป็นใบ ๆ รูปแบบการเล่นของหวยใต้ดินกลับมีความพลิกแพลงหลากหลายอย่างมาก เพราะทางเลือกของผู้แทงจะมีตั้งแต่แทง 3 ตัวบน 3 ตัวล่าง 2 ตัว เลขวิ่ง แทงโต๊ด แทงเต็ง ฯลฯ โดยที่รางวัลตอบแทนจะแปรผันไปตามระดับของความเสี่ยงอย่างยุติธรรม (กล่าวคือ เสี่ยงมากก็มีรางวัลตอบแทนสูง)

ด้วยเหตุนี้ ในขณะที่พัฒนาการความเจริญเติบโตของแฝดผู้พี่คือ ล็อ

ตเตอรี่ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ การเจริญเติบโตของแฝดผู้น้อง "หวยใต้ดิน" กลับยิ่งเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการที่ล็อตเตอรี่ไม่อาจจะตอบสนองความต้องการของนักเสี่ยงโชคทุกรุ่นทุกกลุ่มได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินตอบแทนที่มากกว่า การลงทุนที่ไม่จำกัดจำนวนและปริมาณมาก-น้อย โอกาสในการแทงที่มากกว่า และจุดสำคัญก็คือ สายใยสัมพันธ์ทางสังคม (social bond) เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ของคนเดินโพยร่วมชุมชนเดียวกันที่เคยมีความสัมพันธ์กับผู้เล่นในลักษณะที่รัฐและล็อตเตอรี่ไม่อาจจะเข้ามาทดแทนได้ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าธุรกิจเสี่ยงโชคแบบนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากชาวบ้าน และมีระดับความไว้เนื้อเชื่อใจกัน รวมทั้งมีความคุ้นเคยเคยชินที่ไม่อาจจะตัดขาดจากกันได้ (มีกรณีจำนวนไม่น้อยที่นักเดินโพยหวย ก ข ได้ขยายสถานภาพมาเป็นนักขายล็อตเตอรี่รายย่อย และดำเนินกิจการทั้ง "บนดิน" และ "ใต้ดิน" ไปพร้อม ๆ กัน)

และเนื่องจากที่มาของการเสี่ยงโชคทั้งถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย (แต่ "ถูกใจ" ชาวบ้าน โดยเฉพาะถ้าแทงถูก) มีแหล่งที่มาจากที่เดียวกัน จึงคาดการณ์ได้ว่า ตราบใดที่ยังมี "ล็อตเตอรี่ของรัฐบาล" อยู่ ตราบนั้น "หวยใต้ดิน" ก็ไม่มีวันจะหมดไป

สิ่งที่หวยใต้ดินได้ปรับปรุงตัวเองก็คือ การตัดขั้นตอนบางขั้นที่รัฐได้จัดทำขึ้นแล้วออกไป เช่น ขั้นการออกหมายเลขสลาก ซึ่งช่วยทำให้ผู้ดำเนินกิจการหวยใต้ดินไม่ต้องยุ่งยาก และไม่ต้องมีปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือบรรดาผู้ดำเนินกิจการเหล่านี้เพียงแต่ลัดช่วงมาที่ขั้นรับแทง และจ่ายเงินเท่านั้น และมีหลายแห่งที่ใช้วิธี "ยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว" กล่าวคือหมายเลขที่รับแทงนั้นก็ใช้ใบสลากกินแบ่งของรัฐบาลนั่นเอง แต่ทำข้อตกลงพิเศษกันเองระหว่างเจ้ามือกับผู้รับแทงว่าได้แทงในเงื่อนไขใดบ้าง

หลังจากมีล็อตเตอรี่ของรัฐบาลแล้ว กิจการของหวย ก ข ก็ยิ่งเพิ่มคุณลักษณะของการเป็นวัฒนธรรมมวลชนที่แพร่หลายกว้างขวางยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นกิจการแบบ "ใต้ดิน" ดังนั้น การจัดสาขาออกเป็นเครือข่ายต่าง ๆ ที่มีความไว้วางใจกัน รู้จักคุ้นเคยกัน ทั้งตัวเจ้ามือ คนเดินโพยและผู้แทง จึงมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น (เพราะขาดหลักประกันว่าเมื่อแทงถูกมาก ๆ เจ้ามืออาจจะหลบหน้าหายไป และไม่อาจฟ้องร้องตามกฎหมายได้)

(5) บทบาทของสื่อมวลชนในการธำรงรักษาวัฒนธรรมการเล่นหวย

เราได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า วัฒนธรรมแบบหนึ่ง ๆ เมื่อถือกำเนิดขึ้นมาแล้วในสังคม จำเป็นจะต้องมีกลไกและกระบวนการในการผลิตซ้ำสืบทอดจึงจะสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยาวนาน

จากประวัติศาสตร์ของการเล่นหวยแบบชาวบ้าน เราได้เห็นว่าความสามารถในการปรับตัวภายในของวัฒนธรรมนี้เอง เป็นส่วนหนึ่งที่อธิบายได้ว่า เหตุใดการเล่นหวยจึงสามารถยืนยงคงกระพันอยู่ได้ในสังคมไทย และนอกจากขีดความสามารถดังกล่าว วัฒนธรรมการเล่นหวยยังสามารถผนวกเอาสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันใหม่ในสังคม ให้เข้าไปทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมดังกล่าว ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม

องค์ประกอบที่สำคัญมากส่วนหนึ่งของ "การเล่นหวย" ก็คือ ปัญหาหลักของนักเล่นหวยที่ว่า "แล้วเราจะได้ตัวเลขเด็ดมาจากไหน" ในขณะที่ **ความต้องการ**ตัวเลขสักตัวหนึ่งที่มีความเป็นมาความเป็นไปที่น่าเชื่อถือได้ยังมีอยู่อย่างสม่ำเสมอในประวัติศาสตร์ความคิดของนักเล่นหวย แต่ทว่า**วิธีการ**ที่จะ

ได้ข้อมูลข่าวสารนี้ได้พัฒนาก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง

มีผู้ศึกษาพบว่า คนไทยมีช่องทางหาเลขเด็ดเพื่อจะเอามาเล่นหวยอยู่เกือบ 10 วิธีการ เช่น การขอจากพระสงฆ์ การแก้ฝัน ขอจากเจ้าที่เจ้าทางหรือเจ้าพ่อเจ้าแม่ การดูตัวเลขจากยอดทำบุญ อายุคนตาย เสี่ยงทาย ขูดต้นไม้ บนบานศาลกล่าว ฯลฯ

และเมื่อเกิดแหล่งข่าวสารข้อมูลที่มีลักษณะเป็นแหล่งข่าวสาธารณะขึ้นมา เช่น ต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ที่ให้เลขเด็ด หรือเจ้าพ่อเจ้าแม่ที่ใบ้หวย ในอดีตนั้นการถ่ายทอดข่าวสารดังกล่าวนี้มีลักษณะเป็นการบอกต่อ ๆ กันเป็นแบบปากต่อปาก (oral communication) และมีการแพร่ข่าวอยู่ในกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น แต่ปัจจุบันนี้ เมื่อสื่อมวลชนทุกชนิด ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ได้นำข่าวดังกล่าวมาเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของรายงานข่าว สารคดี ฯลฯ การเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวก็กลายเป็นลักษณะของการสื่อสารมวลชนทันที

จากการซักถามชาวบ้านที่เดินทางจากที่พักซึ่งอยู่ห่างไกลจากสถานที่ที่มีแหล่งใบ้หวย จะพบว่าส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้ ชาวบ้านจะรู้ข่าวเรื่องแหล่งเลขเด็ดนี้จากสื่อมวลชน เช่น จากหน้าหนังสือพิมพ์ จากข่าววิทยุ จากข่าวโทรทัศน์ และเมื่อซักถามว่า ชาวบ้านมีความเชื่อถือหรือเชื่อมั่นเพียงใดในความแม่นยำของการเก็งเลข ก็มักจะได้รับคำตอบว่า เป็นเรื่องที่น่าเชื่อถือ เพราะถ้าไม่แม่นยำจริง ๆ แล้ว "หนังสือพิมพ์จะลงข่าวได้อย่างไร" หรือ "ขนาดโทรทัศน์ยังมาทำข่าวเลย" จากคำตอบประเภทนี้แสดงให้เห็นว่า "ความน่าเชื่อถือ" (credibility) ของสื่อมวลชนได้ถูกถ่ายโยงไปสู่เรื่องตัวเลขเพื่อตอบสนองการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่เห็นได้อย่างชัดเจน ชาวบ้านมีความเชื่อว่าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นนายทวารประตู เตะเฉพาะ "เลขที่ถูก" เท่านั้นให้ผ่านประตูบนหน้าหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์

แม้ว่าจะมีเสียงแผ่ว ๆ ที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับ "บทบาท หน้าที่ และจรรยาบรรณ" ของสื่อมวลชนว่า เป็นการสมควรหรือไม่ที่จะรายงานข่าวที่สามารถจะนำไปตีความเป็นเลขเด็ดเช่นนี้ หากแต่เป็นที่น่าสังเกตว่า วงการสื่อสารมวลชนไทยไม่ได้พิจารณาประเด็นดังกล่าวนี้ว่าเป็นเรื่องที่สลักสำคัญเพียงพอที่จะถกเถียงเพื่อหาข้อสรุปให้ได้ ทั้งนี้เพราะแม้แต่ในประเด็นที่ "เบาๆ" กว่าเรื่องนี้ เช่น การโฆษณาพระเครื่องอย่างเอกเกริกผ่านสื่อมวลชนเป็นเรื่องสมควรหรือไม่ ก็ดูเหมือนจะมีข้อสรุปว่าไม่เห็นสมควรที่จะห้ามมีการโฆษณาพระเครื่องอย่างเด็ดขาด ทั้งนี้เพราะการโฆษณาดังกล่าวก็ยังเป็นรูปแบบหยาบๆ รูปแบบหนึ่งของการเผยแผ่พุทธศาสนา รวมทั้งยังเป็นความต้องการของประชาชนด้วย เพราะฉะนั้น การลงข่าวเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของต้นไม้เจ้าพ่อเจ้าแม่ ฯลฯ ก็คงจะไม่เป็นปัญหาเช่นเดียวกัน

อีกประการหนึ่ง การรายงานเหตุการณ์ที่แปลกประหลาดดังกล่าว เช่น แม่หมูออกลูกมามี 3 ขา ต้นไม้รูปร่างประหลาดคล้ายนางเงือก ฯลฯ ดูจะมีคุณสมบัติที่ตรงกับเหตุการณ์ที่มีคุณค่าจะเป็นข่าวได้ คือ เป็นเหตุการณ์ที่แปลก ใหม่ เป็นที่สนใจของประชาชน ฉะนั้น ในทางปฏิบัติอาจเป็นการยากที่จะขีดเส้นแบ่งได้ว่า การลงข่าวเช่นนั้นเป็นเพียงการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือเป็นการชี้ช่องแหล่งใบ้หวยแห่งใหม่กันแน่

(6) **คู่มือนักเสี่ยงโชค : ธุรกิจบนความเป็นไปได้**

จากกรณีที่กล่าวมาข้างต้น อาจจะถือได้ว่า สื่อมวลชนได้เข้าไปมีบทบาทในการส่งเสริมวัฒนธรรมการเล่นหวยโดยทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้มีสื่อมวลชนจำนวนหนึ่งที่ได้เข้าไปมีบทบาทส่งเสริมวัฒนธรรม

ดังกล่าวแบบโดยตรง

จากการสำรวจสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไปพบว่า ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสารเฉพาะด้าน นิตยสารพระเครื่อง นิตยสารโป๊ หนังสือผี นิตยสารบันเทิง ดารา ฯลฯ มักจะต้องมีการจัดหน้าหรือคอลัมน์ประจำและพิเศษไว้ให้กับการเสี่ยงโชคจากตัวเลข

นอกจากนั้นก็ยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อการเสี่ยงโชคโดยเฉพาะ ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ นิตยสารเฉพาะด้าน หนังสือรวมสูตร (เป็นหนังสือแบบ how to สำหรับเก็งเลขเด็ด) และเรียงเบอร์

กล่าวเฉพาะนิตยสารเฉพาะด้านนั้น กิจการนิตยสารประเภทนี้เฟื่องฟูไม่แพ้นิตยสารประเภทอื่น ๆ เพราะมีจำนวนกว่า 30 ฉบับ อาทิ ล็อตเตอรี่นำโชค วงล้อนำโชค เลขนำโชค ชี้โชค ยอดโหร ยอดนักคิด เลขชาวบ้าน เลขทิพย์ แหล่งทรัพย์ เมนูหวย ชี้เลขวงล้อ เลขคอมพิวเตอร์ เวทีเลข แหล่งเลข ฯลฯ

สำหรับเนื้อหาที่มีอยู่ในนิตยสารเฉพาะด้านเหล่านี้ อาจจะจำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใบ้เลข และโฆษณาอาจารย์ใบ้เลขสำนักต่าง ๆ และเนื้อหาที่เป็นเรื่องอื่น ๆ เช่น เรื่องพระเครื่อง อภินิหาร สรรพคุณยา นิยาย ฯลฯ

สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใบ้หวยนั้น เนื้อหาที่จะพบอย่างสม่ำเสมอในนิตยสารเหล่านี้โดยรวมก็คือ สูตรคำนวณจากทีมงาน สูตรคำนวณจากผู้อ่าน โฆษณาให้เลข ผลสลากครั้งล่าสุดและถอยหลังไป 3-6 ปี (เพื่อใช้ในการคำนวณ) และหลังจากที่ให้สูตรต่าง ๆ แล้ว ก็มีการเผื่อเหลือเผื่อขาดสำหรับผู้ที่ไม่สามารถจะคิดคำนวณ หรือใจร้อนต้องการบทสรุปอย่างรวดเร็ว โดยการนำเสนอรูปแบบลักษณะการเก็งเลขแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับการเล่นหวยแบบมวลชน เช่น ให้เลขตัวเดียวเพื่อวิ่ง ให้เลข 3 ชุด แยกเป็นล่าง-บน เป็น

ต้น นี่ย่อมแสดงว่า ผู้ส่งสารมีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสารอย่างลึกซึ้งถูกต้อง

เนื้อหาอีกประเภทหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้สำหรับนิตยสารใช้เลขก็คือ คอลัมน์โฆษณา ซึ่งมีเอกลักษณ์เป็นพิเศษ กล่าวคือ จะเป็นวิธีการโฆษณาที่เกี่ยวกับการใบ้เลขแบบลักษณะเฉพาะตัวต่อตัว เช่น ให้สอดซองติดแสตมป์เขียนชื่อที่อยู่เพื่อรับเลข หรือส่งตั๋วแลกเงิน-ธนาณัติเพื่อซื้อซองเลข หรือให้หมายเลขติดต่อทางโทรศัพท์เพื่อกระซิบเลขเด็ดแบบเฉพาะราย เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาพลักษณ์ที่คอลัมน์โฆษณาเหล่านี้จะสร้างขึ้นก็คือ ในด้านของผู้ให้บริการนั้นจะเป็นแบบ "บริการก่อน จ่ายทีหลัง" กล่าวคือ ทางผู้ให้บริการจะมอบซองตัวเลขให้ก่อน ถ้าถูกจึงจ่ายเงินหรือสมนาคุณ ส่วนทางด้านผู้รับสารนั้น ก็สร้างภาพลักษณ์ว่า เรื่องโชคดีนั้นเป็นเรื่อง "เฉพาะตัวใครตัวมันแบบบุญทำกรรมแต่ง" จึงต้องส่งข่าวสารแบบเฉพาะราย มิใช่บริการสาธารณะแก่มวลชนทั่วไป

รูปแบบปฏิบัติการสื่อสารทั้งด้านผู้ส่งสารและผู้รับสารดังกล่าวนี้ มีร่องรอยพื้นฐานที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการเสี่ยงโชคแบบไทย ๆ อยู่มาก เนื่องจากคนไทยมีความนึกคิดดั้งเดิมว่า รายได้ที่ได้มาจากการเล่นหวยนั้นมิได้มาจากการลงแรงหรือการลงทุน หากแต่ได้มาเพราะ "โชคลาภ" ปัจจัยที่จะส่งเสริมโชคลาภให้ทบทวีขึ้นมานั้นก็คือ การทำบุญทำทาน หรือการทำสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นมงคลเพิ่มพูนขึ้น ดังนั้น หลังจากมีโชคลาภจากการถูกหวยแล้ว ผู้โชคดีมักจะทำบุญอย่างใจป้ำ ฉะนั้นเจ้าของกิจการหรือสิ่งพิมพ์ใบ้หวยเหล่านี้ก็อาจจะได้รับ "ส่วนเกิน" แห่งความโชคดีนั้นตามไปด้วย

อนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ชื่อทั้งหมดของนิตยสารเหล่านี้ จะพบว่ามีแนวคิดอยู่ 4-5 แนวคิดที่เป็นกรอบวิธีคิดพื้นฐานของกิจกรรมการเล่นหวย

แนวคิดแรกก็คือ ความโชคดีในเรื่องทรัพย์สินวัตถุ ดังจะเห็นได้ว่า จะมีคำว่า "โชค" และคำที่แสดง "ความร่ำรวย" อยู่มากกว่าครึ่ง แนวคิดที่สองเกี่ยวกับหลักการคิดคำนวณความเป็นไปได้ของกลไกตัวเลข ซึ่งเป็นแนวคิดที่ทันสมัยมากขึ้นกว่าแนวคิดแรก เพราะผู้เล่นไม่จำเป็นต้องอาศัย "ดวงดาว" แต่เพียงอย่างเดียว แต่สามารถจะฝึกปรือ "ฝีมือ" ให้แม่นยำได้ด้วย และแนวคิดสุดท้ายคือ การเชิดชูตัวบุคคลบางคนที่มีความสามารถพิเศษ เช่น ตาทิพย์ หรือมองเห็นอนาคตได้ อันเป็นแนวคิดที่สืบทอดมาจากเรื่อง "แหล่งอำนาจศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ"

(7) บทบาทของสื่อมวลชนในการยกระดับทางวัฒนธรรมของการเล่นหวย

จากการวิเคราะห์ชื่อและเนื้อหาของนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใบ้หวยจะพบว่า ในส่วนหนึ่งจะยังคงเป็นการสืบทอดจากรากฐานวิธีคิดดั้งเดิมของไทย คือ การเล่นหวยเป็นเรื่องของการเสี่ยงโชค แต่ในอีกส่วนเสี้ยวหนึ่งจะเห็นลักษณะความทันสมัย ลักษณะที่เป็นวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะหลักเรื่อง "ความเป็นไปได้" ทางสถิติ (probability) เข้ามาเป็นสูตรผสมด้วย ในส่วนเสี้ยวหลังนี้แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของวัฒนธรรมการเล่นหวย และได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันนี้วิธีคิดเกี่ยวกับการเล่นหวยของคนไทยได้เริ่มแตกกระแสออกเป็น 2 สาย

กระแสแรก คือ ความเชื่อว่าการออกตัวเลขนั้นเป็นไปตามเจตจำนงของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่มีใครไปบังคับได้ เป็นไปตามอำเภอใจของพระพรหมโดยไม่มีหลักเกณฑ์ สิ่งที่บรรดาหมอดูใบ้หวยหรือเจ้าพ่อเจ้าแม่กระทำได้ก็คือความสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ล่วงหน้าก่อนเวลาหวยออก แล้วนำมาแจ้ง

ข่าวแก่บรรดาสานุศิษย์ที่มาขอเลขเด็ด

วิธีการให้ข้อมูลเช่นนี้ บรรดาหมอดูใบ้หวยหรือเจ้าพ่อเจ้าแม่จึงไม่จำเป็นต้องให้คำอธิบายอย่างยืดยาวว่า ทำไมจึงเป็นเลขตัวนั้นตัวนี้ นอกจากนั้น ผู้ที่ไปขอแต่ละรายอาจจะได้ตัวเลขมาไม่เหมือนกัน บางรายก็ถูกรางวัล บางรายก็ถูกกิน ซึ่งเหตุผลของผู้เล่นหวยจะถือว่า ความรับผิดชอบนั้นอยู่ที่ปริมาณของบุญกรรมและวาสนาบารมีของผู้เล่นเอง

ส่วนกระแสที่สองนั้นจะค่อนข้างลดน้ำหนักความเชื่อเรื่องโชคลางลงไปบ้าง หากแต่เริ่มปรับปรุงระบบหวยใต้ดินให้มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์เป็นคณิตศาสตร์มากขึ้น โดยเชื่อว่ากระบวนการเกี่ยวข้องกับตัวเลขนั้นเป็นไปอย่างมีกฎเกณฑ์ เหมือนกับกฎเกณฑ์เรื่องแรงดึงดูดของโลก หลักสำคัญทางคณิตศาสตร์ที่ถูกนำมาใช้คือ "หลักความเป็นไปได้" ดังนั้น ความพยายามของผู้เล่นจึงมิใช่ความพยายามเอาอกเอาใจให้เจ้าพ่อเจ้าแม่โปรดปรานหากแต่เป็นการพยายามหาสูตรคำนวณให้ถูกต้อง

ฉะนั้น ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับแนวคิดกระแสที่สองนี้จึงเป็นเรื่องของการเก็บข้อมูลสถิติ การทำฐานข้อมูลตัวเลขที่เคยออก และในการนี้ สื่อมวลชน เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ มีบทบาทที่จำเป็นในการให้เหตุผล หรือให้คำอธิบายได้ว่า ตัวเลขที่ออกแต่ละตัวนั้นมีที่มา มีความเป็นมาอย่างไร คำอธิบายที่ยืดยาวดังกล่าวนี้จะต้องอาศัยเนื้อที่ของสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น จึงจะสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลของกลุ่มผู้ที่เดินทางสายที่สองได้

พิจารณาในอีกด้านหนึ่ง หากกระแสความคิดการเล่นหวยแบบที่สองเฟื่องฟูขึ้น ก็ย่อมหมายความว่า มนุษย์ผู้เล่นหวยยุคใหม่ได้ลดทอนอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่จะดลบันดาลตัวเลขให้เป็นไปตามอำเภอใจ มาเป็นสิ่งที่มีกฎเกณฑ์อย่างแน่นอน ซึ่งหากมนุษย์เข้าถึงกฎนั้นได้ อำนาจการควบคุมก็มี

มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการที่เกิดมีการคิด "สูตรคำนวณตัวเลข" ขึ้นมา ก็เป็นการดึงความรู้หรืออำนาจพิเศษเฉพาะตัวที่เคยมีอยู่ในบรรดาหมอดูตาทิพย์ทั้งหลายให้กลายมาเป็น "คู่มือ how to" ที่คนทุกคนสามารถจะเดินทางไปสู่จุดมุ่งหมายได้ถ้าเลือกเส้นเดินทางให้ถูกต้อง สำหรับนักเล่นหวยยุคใหม่นั้น หากพวกเขาแทงตัวเลขไม่ถูก ก็อาจจะไม่ใช่เพราะเหตุผลที่ว่า "ไม่มีโชค" เสียแห้ว หากแต่เป็นเพราะ "สูตรของเรายังคำนวณไม่ถูกต้อง" และต้องค้นคว้าต่อไป

(8) ปิดฉาก

จากคำถามที่ตั้งเอาไว้ตั้งแต่เริ่มแรกว่า ผลกระทบที่เกิดจากการทำหน้าที่เกินของสื่อมวลชนในเรื่องวัฒนธรรมการเล่นหวยนั้นมีอะไรบ้าง ในตอนสุดท้าย เราอาจจะสรุปแบบขมวดปมให้กระชับได้ดังนี้

ประการแรก สื่อมวลชนได้ช่วยต่ออายุของวัฒนธรรมเช่นนี้ให้ยาวนานต่อไป และยังช่วยทำนุบำรุงส่งเสริมให้วัฒนธรรมดังกล่าวเติบโตงอกงามขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้น พร้อม ๆ กับตัวสื่อที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนี้ก็ขยายตัวตามไปด้วยเช่นกัน

ประการที่สอง ในส่วนของวัฒนธรรมการเล่นหวยที่พัฒนามาให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยมากขึ้นนั้น สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการยกระดับ (upgrade) ภาพลักษณ์ดังกล่าว และสร้างรากฐานความน่าเชื่อถือแบบใหม่โดยการใช้หลักคณิตศาสตร์เข้ามาช่วย (อาจจะเป็นแบบเสริมพื้นฐานเดิมหรือทดแทนพื้นฐานเดิมก็แล้วแต่ท่วงทำนองของสื่อแต่ละอย่าง)

อย่างไรก็ตาม เมื่อกระบวนการในการได้ข้อมูลที่เป็น "ตัวเลขเด็ดชุดหนึ่ง" มีความซับซ้อนมากขึ้น และเข้ามาเกี่ยวพันกับระบบสื่อมวลชน วัฒนธรรมการเล่นหวยก็ต้องปรับปรุงตัวเองเช่นกัน สมัยก่อน ผู้ที่เล่นหวย

เพียงแต่บากบั่นเดินทางไปตามแหล่งให้เลขเด็ดก็จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต้องการแล้ว แต่ในระบบสมัยใหม่ บรรดาผู้ที่ใช้สูตรคำนวณนั้นจำเป็นต้องมีทักษะในการคิดคำนวณตามสูตรที่กำหนดมาให้ (ปัจจุบันนี้จึงได้เกิดกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่ทำหน้าที่เป็น "ตัวกลาง" คิดสูตรคำนวณให้ และขายเป็นบริการ)

และเมื่อข้อมูลข่าวสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ข้อมูลข่าวสารนั้นก็เปลี่ยนฐานะจากที่เคยเป็น "บริการสาธารณะ" จากบรรดาเจ้าพ่อเจ้าแม่ หรือการขูดตัวเลขจากต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ มามีสถานภาพใหม่ คือเป็น "สินค้า" ฉะนั้น ผู้ที่จะเข้าถึงข้อมูลประเภทนี้ก็ต้องมีต้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายอยู่จำนวนหนึ่ง

นักเล่นหวยยุคใหม่จึงไม่จำเป็นต้องเป็น "ฝ่ายรุก" เข้าไปหาแหล่งข่าวสาร เพราะการเข้าถึงแหล่งข่าวสารนั้นเป็นไปอย่างง่ายดาย เพียงแต่เปลี่ยนค่าใช้จ่ายที่จะต้องบุกบั่นเดินทางไปหาตัวเลข มาเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อข่าวสารข้อมูลที่มีคุณสมบัติเป็นสินค้าตามประเพณีนิยมของสังคมยุคสารสนเทศก็แล้วกัน*

*หมายเหตุ บทความนี้เป็นผลงานเขียนร่วมกับเด่นเดือน เหลืองเซ็ง

เอกสารประกอบการค้นคว้า

นฤมล เจริญมา, "ภาษาหวย", **ภาษาและวัฒนธรรม** ปีที่ 3: 1 (มกราคม-มิถุนายน 2526)

พิเนตร น้อยพุทธา, "จากหวยถึงสลากกินแบ่ง", **วัฒนธรรมไทย** ปีที่ 26: 7 (กรกฎาคม 2530)

วุฒิชัย เขียนประเสริฐ และสุดารา สุจฉายา, "ล็อตเตอรี่ ความร่ำรวยบนความฝันและตัวเลข", **สารคดี** ปีที่ 3: 35 (มกราคม 2531)

"สลากกินแบ่ง-กินรวบ: ความหวังของคนไทยยุคนี้", **สรุปข่าวธุรกิจ** ปีที่ 27: 6 (16-31 มีนาคม 2529)

สยามโพสต์ วันอาทิตย์ 10 พฤษภาคม 2536 (คอลัมน์โลกสีฟ้า)

ธรรมเกียรติ กันอริ, "ทวิภพของการพนันไทย", **ผู้จัดการรายวัน** : (4-5 มิถุนายน 2537)

ภาษากับสื่อมวลชน
ทัศนะจากผู้สังเกตการณ์

1. ทฤษฎีกิ่งทองใบหยกที่ว่าด้วย "ภาษากับสื่อมวลชน"

เนื่องจากผู้เขียนไม่ใช่นักภาษาศาสตร์ที่มีความรู้เรื่องหลักและการใช้ภาษาอย่างดี รวมทั้งไม่ใช่ผู้ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาในวงการสื่อมวลชน (ตามชื่อหัวข้อที่ระบุไว้ของข้อเขียนนี้) พูดภาษาของสื่อมวลชนก็คือ "ไม่ใช่ตัวจริงเสียงจริง" ในเรื่องนี้

แต่เหตุผลที่ได้ไปข้องแวะกับเรื่องนี้ อาจจะเป็นเพราะผู้เขียนมีอาชีพสอนหนังสือแก่ผู้ที่จะออกไปทำงานด้านสื่อมวลชน จึงต้องสนใจเรื่องราวถ้อยคำ หรือวาทกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างเลี่ยงไม่ได้ และโดยอาศัยที่ผู้เขียนมีภูมิหลังทางการศึกษาเป็นนักสังคมวิทยา ผู้เขียนจึงใช้ท่าทีแบบนักสังคมวิทยาทำการสังเกต "ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภาษาสื่อมวลชน" ซึ่งปรากฏว่า ในปี 2537 อันเป็นปีรณรงค์วัฒนธรรมไทยนั้นมีปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่าง "ชุกชุม" ทีเดียว

เพียงแต่เริ่มมีการจ่าหัวว่า "วันนี้จะมีการพูดถึงเรื่องภาษากับสื่อมวลชน" เท่านั้น ก็แทบจะเชื่อขนมกินได้เลยว่า เราจะได้ยินได้ฟังวาทกรรมโต้แย้งในลักษณะดังต่อไปนี้

สำหรับผู้พูดที่ไม่ได้อยู่ในวงการสื่อมวลชนก็จะเริ่ม "ลูบหลัง" สื่อมวลชนด้วยการกล่าวว่า ปัจจุบันนี้สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้คน มากกว่าทุกสถาบันในสังคม แต่ทว่าเมื่อใดที่สื่อมวลชนทำอะไรผิดพลาด เมื่อนั้นผลกระทบ

ก็จะมีถึงคนส่วนใหญ่ทันที แล้วรายการ "ตบหัว" สื่อมวลชนก็จะถูกยกตัวอย่างในกรณีของการที่สื่อมวลชนเป็นตัวการนำในการใช้ภาษาไทยผิด ๆ พร้อมทั้งยกตัวอย่างของจริงประกอบให้เห็น และจบท้ายด้วยการขอให้สื่อมวลชนกลับเนื้อกลับตัวเสียใหม่ ศึกษาภาษาไทยให้แตกฉานรวมทั้งระมัดระวังในการใช้ภาษาไทยให้มากขึ้น

ข้างฝ่ายสื่อมวลชนก็ตอบโต้ว่า การกล่าวหาดังกล่าวนั้นเป็นการหาแพะรับบาปเท่านั้น โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันนี้ สื่อมวลชนจะมีฐานะเป็นถังขยะใบใหม่ ใครมีอะไรก็มาโยนทิ้งลงที่นี่ อันที่จริงแล้วภาษาที่สื่อมวลชนใช้นั้นก็หยิบยืมมาจากที่คนในสังคมเขาใช้กันอยู่แล้ว

ทีนี้เราก็จะได้เห็นทฤษฎี "กิ่งทองใบหยก" เพราะต่างฝ่ายต่างก็โยนกลองโทษกันไปโทษกันมา โดยผลัดกันรุกผลัดกันรับ แต่เข้าจังหวะกันได้อย่างเป็นปี่เป็นขลุ่ยเหมือนกัน

2. บทบาทและความเป็นมาของแพะรับบาปเรื่องภาษา

ผู้เขียนมีความสนใจในแง่มุมที่มีการใช้สื่อมวลชนเป็นแพะรับบาปเรื่องภาษาในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเราขยายมุมมองออกไปในแง่ประวัติศาสตร์ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสถาบันน้องใหม่ที่มีอายุอานามไม่กี่ร้อยปี ดังนั้น จึงมีคำถามว่า ก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชนนั้น สังคมไทยเราใช้ "อะไร" เป็นแพะบูชายัญเรื่องความผิดเพี้ยนทางภาษาเล่า จากการลองค้นคว้าเล่น ๆ ก็ได้พบว่า การใช้แพะรับบาปนั้นมีมาตั้งแต่ครั้งอดีตแล้ว ดังในรัชสมัยรัชกาลที่ 4 ได้มีการบ่นว่า "พวกชาววัด" ที่มีแฟชั่นชอบพูดไทยคำ พูดบาลีคำ ยิ่งต่อมาในรัชสมัยรัชกาลที่ 6 ซึ่งเป็นยุคสมัยที่วัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านภาษาได้ไหลบ่าเข้ามาในสังคมไทยอย่างรุนแรง กลุ่มคนที่นำเข้ามาก็คือ

"พวกนักเรียนนอก" ซึ่งกลายเป็นแพะตัวใหม่ ในช่วงระยะเวลานั้น วิกฤตการณ์ทางภาษาคงมีความรุนแรงอยู่ไม่น้อย เพราะรัชกาลที่ 6 ได้ทรงแสดงออกอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ในรูปแบบของกาพย์ที่พวกเราท่องจำบทได้ว่า

"อ่านอ่านรำคาญฮือ แบบหนังสือสมัยใหม่"

ปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาษาและแพะรับบาปที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนอีกช่วงระยะหนึ่ง คือ ยุคสมัย "การปฏิวัติวัฒนธรรม" ของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ในระยะแรกดูเหมือนว่า ท่านจอมพลจะโยนบาปไปให้ภาษาไทยว่า เป็นปัจจัยหนึ่งท่ามกลางปัจจัยอื่น ๆ (เช่น การกินหมาก การนุ่งโจงกระเบน) ที่ยังถ่วงรั้งความศิวิไลซ์ของชาติไทย ดังนั้นจึงได้มีการ "ยกเครื่อง" ภาษาไทยกันเสียใหม่ แต่ในระยะต่อมา การณ์ก็กลับปรากฏว่า "ผู้บูชายัญ" เช่น จอมพล ป. ต้องแปรสถานะเป็นแพะรับบาปเสียเอง

ผู้เขียนคิดเล่น ๆ ในใจว่า เราน่าจะมีการวิจัยเรื่อง "แพะรับบาปด้านภาษาในประวัติศาสตร์ทางสังคมไทย" กันเสียที เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องนี้ และอาจจะเป็นประโยชน์สำหรับแพะตัวต่อ ๆ ไปในอนาคตด้วย

3. "สื่อมวลชน": แพะร่วมสมัย

กระแสเสียงที่โยนระเบิดใส่สื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวการนำพาภาษาไทยไปในทางเสียหายนั้นมีมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และกระแสนี้จะรุนแรงมากขึ้นหากสื่อมวลชนประเภทนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก (ซึ่งแปลว่า "ผลกระทบและอิทธิพลย่อมมากขึ้นเป็นเงาตามตัว") ยกตัวอย่างเช่น เมื่อคุณดนุพล แก้วกาญจน์ หรือ "พี่แจ้" นักร้องยอดนิยมออกเสียง "จ จาน หรือ ช ช้าง" กระเดียดไปทาง "ch" และกลายเป็นแฟชั่นของการออกเสียงที่คนรุ่น

หลังดำเนินรอยตามเป็นแถว

แม้แต่คนที่อยู่ในวงการสื่อมวลชนเองก็ยังแสดงความห่วงใยใน "อาการน่าเป็นห่วง" ของภาษาไทยของเรา เช่น อาจจะเนื่องจากความประทับในในรายการโทรทัศน์ยอดนิยมรายการหนึ่งที่เกี่ยวกับภาษา (ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่หาดูได้ยากในเมืองไทย) คือ "รายการภาษาไทยวันละคำ" ทำให้วงดนตรี "วสันต์-อัสนี" (เป็นวงดนตรีร็อคแบบยาน ๆ) แต่เพลง "กุ้มใจไม่มี ล ลิง" ซึ่งแสดงให้เห็นปัญหาของการใช้ภาษาไทยในยุคปัจจุบัน คือการไม่ออกเสียงควบกล้ำ

ดังนั้น ในปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย คนไทยในทุกวงการ (รวมทั้งวงการสื่อมวลชน) จึงเข้มงวดเป็นพิเศษกับการออกเสียงควบกล้ำภาษาไทย โดยเฉพาะการกระดกลิ้นเพื่อออกเสียง "ร เรือ" และเป็นปรากฏการณ์ธรรมดาทางด้านภาษาอีกเช่นกันว่า เมื่อมีความระมัดระวังมากจนเกินไป มีกติกามารยาทมากเกินไป ย่อมทำให้ผู้ใช้ภาษาเกิดความกังวลในการใช้ภาษา การออกเสียงควบกล้ำ "ร เรือ" โดยบรรดาโฆษกหรือผู้อ่านข่าวโทรทัศน์จึงมีมากเกินเหตุ ออกเสียงชัดเจนจนผิดธรรมชาติ เพราะความตั้งใจที่มีมากเกินขนาด

จากที่กล่าวมาตั้งแต่ต้น ชวนให้นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า สังคมจำเป็นต้องมี "แพะรับบาปทางภาษา" อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้นักภาษาศาสตร์ได้ให้คำอธิบายว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นการทำงานของกลไกทางด้านภาษาเพื่อที่จะรักษาความคงตัวของภาษาเอาไว้ ทั้งนี้เพราะ "ภาษา" มีคุณสมบัติที่ตรงกันข้ามอยู่ 2 อย่างในตัว คุณสมบัติแรก คือ ลักษณะที่แน่นอน คงที่ (เช่น ถ้ามีควบกล้ำก็ต้องออกเสียง) ส่วนคุณสมบัติที่ 2 คือ ลักษณะที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหว (เช่น คนบางคนเวลาพูด "ร เรือ" ก็ไม่กระดกลิ้น) ดังนั้นเมื่อสัดส่วนของการ

เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวชักเพิ่มมากขึ้นจนจะล้นออกมานอกกรอบ คุณสมบัติตัวแรกก็ต้อง "โวยวาย" เพื่อจัดแถวตรงเสียใหม่ ด้วยกลไกการทำงานด้านภาษาเช่นนี้ จึงทำให้ "ภาษา" สามารถมีอายุยืนยาวกว่า "ผู้ที่ใช้ภาษา" นั้น (เช่น คนสมัยกรุงศรีอยุธยาตายไปหมดแล้ว แต่ภาษาไทยที่ใช้กันตั้งแต่สมัยอยุธยายังมีชีวิตยืนยาวมาได้จนถึงทุกวันนี้)

ในสายตาของนักสังคมวิทยาก็ค่อนข้างจะเห็นด้วยกับคำอธิบายดังกล่าว เพราะหลักการทางสังคมวิทยาก็ได้อธิบายเช่นเดียวกันว่า บรรดาสถาบันทางสังคมที่ถูกจัดสรรขึ้นมาแล้ว ย่อมติดตั้งกลไกการธำรงรักษาตัวเองเอาไว้ด้วย ฉะนั้น "ภาษา" ที่เป็นส่วนประกอบของสถาบันทางสังคมที่สำคัญทุกสถาบันย่อมจะมีวิธีการทำงานในลักษณะเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคำอธิบายข้างต้นจะลงตัวในระดับความคิด แต่ในทางปฏิบัติแล้ว ยังมีปัญหาที่แก้ไขไม่ตกหลายประการ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ถึงแม้ "ภาษา" จะเป็นเรื่องที่มีหลักเกณฑ์ถูกต้องแน่นอนสามารถชี้ระบุตัวได้ว่า "อันใดเป็นการใช้ภาษาอย่างถูกต้อง อันใดเป็นการใช้ภาษาอย่างผิด ๆ" แต่ทว่าหลักการนี้ก็ยังมีการเปิดวงเล็บเอาไว้ว่า แต่ถ้าเมื่อใดที่การใช้ภาษาผิด ๆ นั้นเป็นการใช้โดยคนส่วนใหญ่ ซึ่งแปลว่า "คนส่วนใหญ่ยอมรับ" เมื่อนั้นก็ไม่อาจยึดหลักเกณฑ์ภาษาได้ เพราะความผิดนั้นจะกลายเป็นความถูกต้องไป (ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคำนิยามของภาษาเองว่า "เป็นประดิษฐภัณฑ์ของมนุษย์ที่คนส่วนใหญ่ยอมรับร่วมกัน") และลักษณะดังกล่าวนี้ยังเป็นลักษณะอย่างหนึ่งเสียด้วยซ้ำไปของภาษาที่ยังไม่ตาย (อันหมายความว่าคนใช้ภาษานั้นยังไม่ตายด้วย)

กรณีตัวอย่างของภาษาไทยก็คือ การใช้คำว่า "ภาพพจน์" และ "ภาพลักษณ์" ซึ่งเป็นคำแปลมาจากคำว่า "image" ในภาษาอังกฤษ ตามหลัก

ภาษาแล้ว คำว่า "ภาพลักษณ์" มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษมากกว่าคำว่า "ภาพพจน์" แต่เนื่องจาก "ภาพพจน์" นั้นถูกนำมาใช้ก่อน (เมื่อจู่โจมก่อนย่อมได้เปรียบ) และผู้คนใช้จนสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไว้ได้อย่างหนาแน่นแล้วว่า ถ้าพูดถึง "ภาพพจน์" ก็แปลว่า "image" ฉะนั้น ในตอนนี้หลักภาษาก็ต้องถอยมาหนึ่งก้าวด้วยการอนุโลมให้ถือว่า "ใช้ได้" ทั้งสองคำ

จากการเปิดวงเล็บของหลักการที่ใช้ "ปริมาณคนส่วนใหญ่ยอมรับ" นั้นจะก่อให้เกิดปัญหาตามมาเป็นพรวนในกรณีของสื่อมวลชน ทั้งนี้เพราะความแตกต่างระหว่างแพะร่วมสมัยกับแพะโบราณนั้นอยู่ที่ว่าอิทธิฤทธิ์ของแพะตัวใหม่นี้มีอย่างล้นเหลือ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีลักษณะ "มาเร็ว มาแรง มาบ่อย มาซ้ำซาก" ดังนั้น หากถ่ายทอดการใช้ภาษาออกไปแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็น "อย่างถูก ๆ หรืออย่างผิด ๆ ก็ตาม" ด้วยอิทธิฤทธิ์ของสื่อมวลชน ก็อาจสามารถดลบันดาลให้กลายเป็นถูกได้เสมอ

อาจจะเนื่องด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ขบวนการเฆี่ยนตีสื่อมวลชนในเรื่องการใช้ภาษาทวีความเข้มข้นรุนแรงตามมาด้วยเช่นกัน และอาจจำเป็นต้องมีการลากเส้นแบ่งกั้นให้ชัดเจนระหว่างการใช้ภาษาผิด ๆ ที่พออนุโลมได้ (โดยถือว่าเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางภาษา) กับที่อนุโลมไม่ได้เลย ตัวอย่างเช่นที่อาจารย์นิตยา กาญจนะวรรณ ได้ยกตัวอย่างการใช้ภาษาที่ผิดอย่างไม่อาจจะอภัยให้ได้ของสื่อมวลชน เช่น การใช้คำว่า "หุ้นตกมหาราช" "โดนรุมทำสังฆกรรม" เป็นต้น

4. แนวคิดว่าด้วย "การเวียนว่ายตายเกิด" ของภาษา

ทัศนะที่มองว่าสื่อมวลชนเป็นตัวสร้างความบกพร่องทางภาษานั้นเป็นทัศนะด้านหนึ่ง และตอนนี้เราจะเคลื่อนย้ายมุมมองมาเป็นแบบใหม่โดย

พิจารณาว่าความบกพร่องนั้นเป็น "การเกิดใหม่" ตามแนวคิดเรื่องการเวียนว่ายตายเกิดของภาษาที่กล่าวว่า การที่ภาษายังมีการแหวกแนว ยังเกิดคำใหม่ ยังมีคำสแลง ยังมีการนอกคอก แสดงว่าภาษานั้นยังมีลมหายใจอยู่ ยังไม่ตาย ยังดิ้นรนได้ ดังนั้น บรรดาภาษาที่ยังมีชีวิตอยู่ ไม่ว่าจะเป็นภาษาใดก็ตาม ย่อมมีการเวียนว่ายตายเกิดอยู่ตลอดเวลา ดังเช่น อาจารย์เจตนา นาควัชระ เคยเขียนถึงยุคนาซีว่า ได้ทำการยกเครื่องภาษาเยอรมันให้เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก

มุมมองใหม่นี้จะประเมินค่าการเปลี่ยนแปลงทางภาษาไปในทางบวกมากขึ้น โดยถือว่าภาษาจำเป็นต้องมีการเกิดใหม่ ต้องมีการสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะ "ภาษาเป็นสมบัติคู่กายของสังคม" เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป สมบัติคู่กายก็ต้องปรับเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน

อัตราการเกิดใหม่ของภาษาจะมีสูงมากเป็นพิเศษในช่วงระยะเวลาที่สังคมมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัตถุ เมื่อสังคมรับเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามา ก็เกิดความจำเป็นที่ต้องประดิษฐ์ฐานภาษาที่เกี่ยวข้องกับวัตถุใหม่นั้น เช่น เมื่อหลวงพี่นำเครื่องขยายเสียงเข้าไปใช้ครั้งแรกในงานวัดของหมู่บ้าน ก็จะมี "ครอบครัวของภาษาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องขยายเสียง" ตามไปเป็นพรวน เริ่มตั้งแต่การเรียกชื่อของวัสดุอุปกรณ์ เช่น "ไมค์ ลำโพง เครื่องขยาย ฯลฯ" รวมทั้งบรรดาคำกริยาต่าง ๆ เช่น ฮัลโหล เทสต์ เทสต์ เครื่องมันหอน หรี่เสียงหน่อย ฯลฯ"

จากงานวิจัยของอาจารย์จ่าง วิบูลย์ศรี เรื่อง "ภาษากับสื่อมวลชน: วิวัฒนาการของภาษาเพื่อเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์" ได้แสดงให้เห็นว่า ในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นยุคสมัยที่มีการก่อตัวของสถาบันใหม่ ๆ และแนวคิดใหม่ ๆ มากมาย จนกระทั่งภาษาไทยเกิดตามไม่ทัน ดังนั้นในระยะแรกๆ จึงมีการใช้

ภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษไปพลาง ๆ ก่อน เช่น คำว่า ฟรีเอแกะดีม์ (free academy) เคาเวอเมนท์ มิชชั่นนารี เบรศเคนต์ ศกุนเนอ แจระแมน (gentleman) เป็นต้น

ดังนั้น การเกิดใหม่ของภาษาอาจจะเป็นสัญญาณบ่งบอกอาการหรือทิศทางการเคลื่อนไหวของสังคมได้ด้วย ดังเช่นผู้เขียนสังเกตเล่น ๆ ว่า ปัจจุบันนี้ในภาษาอังกฤษมีการนำคำนามจำนวนมากมาทำเป็นคำกริยา ปรากฏการณ์ทางภาษานี้อาจจะเป็นเครื่องบ่งบอกว่าสังคมปัจจุบันได้เคลื่อนย้ายจากสังคมที่เน้น "แนวคิด" เฉย ๆ มาเป็น "สังคมที่เน้นการกระทำการ" มากขึ้น หรือการที่ภาษาไทยใช้คำว่า "ได้รับ" มากเป็นพิเศษ (ได้รับการต้อนรับ/ได้รับกำลังใจ/ได้รับการสนับสนุน/ได้รับเกียรติ/ฯลฯ) ก็อาจจะตีความได้ว่า สังคมไทยค่อย ๆ เคลื่อนคล้อยจากสังคมที่ "พร้อมที่จะ" มาเป็น "พร้อมที่จะรับ" มากขึ้น

วิธีการเกิดใหม่ของภาษา โดยเฉพาะที่คลอดออกมาจากสื่อมวลชนนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษา ผู้เขียนสังเกตว่า สื่อมวลชนมักจะสร้างคำใหม่เพื่อใช้บรรยายสภาพการณ์แบบใหม่ ๆ ซึ่งสื่อมวลชนจำเป็นต้องเกี่ยวข้องอยู่ด้วย เช่น นักข่าวการเมืองจำเป็นต้องประดิษฐ์คำว่า "เซลียร์" (มาจากเซียร์+เลีย) “ม็อบจัดตั้ง” (มาจากม็อบ+จัดตั้ง) เพื่ออธิบายเหตุการณ์ใหม่ ๆ ทางการเมือง หรือเราจำเป็นต้องหยิบยืมคำว่า "คิกขุอาโนเนะ" ซึ่งแปลว่า "น่ารัก" มาใช้ (แต่ต้องระบุอย่างชัดเจนว่า ต้องน่ารักตามแบบฉบับญี่ปุ่นเท่านั้น ไม่ใช่น่ารักแบบอเมริกันหรือรัสเซียเด็ดขาด)

ในระหว่างที่เขียนข้อเขียนนี้อยู่ ผู้เขียนก็ได้เห็นกระบวนการเกิดใหม่ของภาษาไทย โดยการคงรูปเดิมของคำเอาไว้ แต่เปลี่ยนแปลงความหมายใหม่โดยการเปลี่ยนบริบทที่ใช้ อันเนื่องมาจากกรณีขโมยเพชรซาอุที่เกิดขึ้นมา 5 ปีที่แล้ว แต่ถูกนำมารื้อฟื้นคดีใหม่ ทำให้คำว่า "อุ้ม" ได้เกิดมาใหม่ในความหมาย

ใหม่ (มีทีมตำรวจที่เกี่ยวข้องกับการขโมยเพชร ได้ฆาตกรรมภรรยาและลูกชายของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายเพชร โดยการ "อุ้มไปทุบหัว") แต่เดิมนั้น คำว่า "อุ้ม" เป็นคำที่ใช้ภายในครอบครัว มักใช้กับ "การอุ้มเด็ก" ต่อมาก็ได้ขยายมาเป็นความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย เช่น "การอุ้มสม" จนกระทั่งประวัติศาสตร์การเมืองสมัยใหม่ได้หยิบยืมคำว่า "อุ้ม" มาใช้ในบริบททางการเมือง ในกรณีที่ "ม.ร.ว.คึกฤทธิ์อุ้มรัฐบาลเปรม" (แต่ความหมายแบบนัยประวัติก็ยังส่อไปในทางบวก เพราะหมายถึง "การสนับสนุน") แต่จบท้ายในปีพ.ศ.2537 เมื่อสื่อมวลชนนำมาใช้กรณีที่ "ตำรวจกลุ่มหนึ่งอุ้มสองแม่ลูกตระกูลศรีธนะขัณฑ์" (ที่เกี่ยวข้องคดีเพชรซาอุ) เพื่อเอาไปทุบครั้งนี้ ความหมายแบบนัยประหวัดของคำว่า "อุ้ม" นั้นแรงมาก "ถึงตาย" เลยทีเดียว

เส้นทางเดินทางประวัติศาสตร์ของคำว่า "อุ้ม" ในแวดวงของสื่อสารมวลชนนั้น เป็นเรื่องที่สามารถศึกษาเป็นกรณีตัวอย่าง เพื่อทำความเข้าใจกับกระบวนการเวียนว่ายตายเกิดของภาษาไทยในสื่อมวลชนได้อย่างน่าสนใจ

เมื่อเราเปลี่ยนมุมมองใหม่มามองว่า ภาษาย่อมมีการเวียนว่ายตายเกิดแล้ว ปัญหาที่เกิดจากมอมมองใหม่นี้จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในทัศนะของผู้เขียน แม้ว่าเราจะเห็นปรากฏการณ์การสร้างคำใหม่ ๆ ขึ้นมามากมายผ่านสื่อมวลชน เช่น สะแด่วแห้ว โป๊ะเชะ กระดี๋กระด๋า อย่าให้เซด เม้าท์ วีน เซอร์เริด ฯลฯ แต่ทว่าผู้เขียนคิดว่า ปริมาณของคำที่เกิดขึ้นใหม่นี้ยังมีน้อยกว่าปริมาณของคำที่ "ตายไปจากใจ" ของคนไทย

หลักฐานที่จะยกมายืนยันคือ ภาษาที่ใช้เป็นบทเพลงในปัจจุบันหรือบทสนทนาในละครโทรทัศน์ ซึ่งเราจะพบว่า ถ้อยคำ ประโยค และวิธีพูดในเนื้อหาของสื่อมวลชนเหล่านี้ค่อนข้างจำกัด วนเวียนแบบเดิมและซ้ำซาก (ตัวอย่าง

ชัดเจนที่สุด คือ คำที่เรียกผู้หญิง ซึ่งในอดีตภาษาไทยมีใช้อย่างมากมายหลากหลายมาก แต่ปัจจุบันมีใช้อย่างจำกัด) และสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจจะเป็นเพราะว่าบุคลากรรุ่นใหม่ที่เข้ามาทำงานในสื่อมวลชนมีฐานความรู้ด้านภาษาไทยไม่แตกฉานกว้างขวางเท่ากับคนไทยรุ่นก่อน เมื่อฐานแคบเสียแล้วปลายก็ย่อมเรียวเล็กตามไปด้วย

5. การเปลี่ยนช่องใหม่ในการมองเรื่อง "ภาษากับสื่อมวลชน"

ทั้งทฤษฎีแพะรับบาปและทฤษฎีเวียนว่ายตายเกิดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น เป็นการมองความสัมพันธ์ระหว่าง "ภาษากับสื่อมวลชน" แบบคนละมุมมอง แบบมุมแดงกับมุมน้ำเงิน และคราวนี้ผู้เขียนจะไม่เปลี่ยนเพียงแค่มุมมองเท่านั้น แต่จะขอเปลี่ยนช่องในการพิจารณาประเด็นเรื่องนี้เลย เมื่อเปลี่ยนช่องแล้วภาพที่เห็นในเรื่องภาษากับสื่อมวลชนจะปรากฏดังนี้

(1) สื่อมวลชนเป็นแหล่งที่มีภาษาที่เป็นแบบฉบับประจำวงการของตัวเองเหมือนวงการอื่น ๆ เช่น วงการทูต ที่พูดว่า "ใช่" แต่แปลว่า "อาจจะ" และคำว่า "อาจจะ" จะแปลว่า "ไม่" หรือวงการเมืองที่เราเรียนรู้ภาษาในวงการนี้จากการดูรายงานข่าวโทรทัศน์ทุกวัน ประโยคแบบฉบับของวงการนี้ เช่น "ยังไม่ได้รับรายงานเลยครับ ก็ต้องพูดจากัน ไม่เห็นจะมีปัญหาอะไร สื่อมวลชนพูดกันไปเอง" เป็นต้น

ภาษาของสื่อมวลชนนั้นเป็นภาษาที่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง เอกลักษณ์ร่วมของสื่อมวลชนทุกสาขาก็คือ เป็นภาษาที่ต้องแสดงตัวเองในพื้นที่และเวลาอันจำกัด แต่ต้องมีขีดความสามารถที่จะตรึงเวทีความสนใจของผู้ดูและผู้ชมผู้อ่านให้ได้

ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ ข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะพาดหัวข่าว ซึ่งมีเนื้อที่เพียงเล็กน้อย แต่ต้องสามารถ "ดึงดูดสายตา" และ "ปะทะจิตใจ" ของผู้ที่มองผ่านเพียงแวบแรกให้เข้ามาอ่านให้ได้ หรือภาษาของบรรดาพิธีกรในรายการเกมโชว์ต่าง ๆ ก็ต้องเป็นภาษาที่ก่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นสนุกสนานอยู่ตลอดเวลานานนับเป็นชั่วโมง

ผู้ที่อ่านรายงานข่าวหุ้นคงจะต้องมีวิธีการนำเสนอข้อมูลหุ้นที่มีลักษณะเฉพาะตัว วิธีการนำเสนอนั้นจะต้องสามารถสร้างบรรยากาศดี ๆ ให้ตลาดหุ้นได้ เช่น เวลาอ่านข่าวที่ตลาดหุ้นคึกคัก ราคาหุ้นพุ่งขึ้น วิธีการอ่านข่าวก็ต้องทำให้นักเล่นหุ้นมีจิตใจเปี่ยมไปด้วยความหวัง แต่ในยามที่ตลาดหุ้นเริ่มซบเซา ราคาหุ้นดิ่งลง นักอ่านข่าวก็ยังคงต้องมีวิธีการอ่านให้นักเล่นหุ้นมีจิตใจขึ้นอยู่บ้าง ไม่ตกต่ำจนถึงระดับแห้งผากไปเสียเลย

ภาษาโฆษณาก็เป็นอีกภาษาหนึ่งที่มีจารีตในการสร้างที่เคร่งครัดอย่างยิ่ง ประณีตอย่างที่สุด ผ่านการกลั่นกรองอย่างเป็นระบบ และหลายขั้นตอน (และแน่นอนว่าต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการประดิดประดอยนี้ไม่น้อย) เนื่องจากเป็นภาษาที่มีเป้าหมายจะ "จู่โจม" จิตใจของผู้ฟังให้จดจำได้อย่างไม่ลืมเลือน ทุกวันนี้เมื่อเราได้ยินคำว่า "ความสุขที่คุณดื่มได้ เอกลักษณ์ของเอกบุรุษ คู่รักคู่รส นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต ฯลฯ" เราก็ยังระลึกได้ว่านี่เป็นโฆษณาของสินค้าอะไร

(2) เป็นที่น่าสังเกตว่า ยุคสมัยปัจจุบัน อันเป็นวัฒนธรรมของการใช้ภาษาของสื่อมวลชนนั้น วัฒนธรรมของการใช้ภาษาของเราได้ก้าวขึ้นอีกขั้นตอนหนึ่ง ในยุคแรกของการสื่อสาร มนุษย์เราใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนที่เป็นภาพ ยุคที่สองอันเป็นยุคประวัติศาสตร์ เราก็เริ่มมีการใช้ภาษาเขียนที่เป็นตัวอักษร ในยุคนี้มนุษย์เราใช้เวลาอยู่นานเพื่อที่จะทำให้คนส่วนใหญ่สามารถมี

ทักษะในการใช้ตัวอักษรสื่อสารได้ ที่เรารู้จักกันในโครงการรณรงค์เพื่อการอ่านออกเขียนได้ (Literacy Program)

แต่ในยุคปัจจุบัน ภาษาที่เราใช้กันในยุคก่อนอักขระกำลังย้อนกลับมาใหม่ แต่เป็นการกลับมาในรูปแบบและเนื้อหาใหม่ กล่าวคือ กลับมาเป็นภาษาที่มีการผสมภาพและเสียงเข้าด้วยกัน โดยเปลี่ยนจากภาพนิ่งในอดีตมาเป็นภาพที่เคลื่อนไหว ดังที่เราเห็นจากโทรทัศน์อยู่เป็นประจำทุกวัน (โลกปัจจุบันและอนาคต โทรทัศน์จะเป็นศูนย์กลางในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมทุกอย่าง รวมทั้งวัฒนธรรมในการใช้ภาษาด้วย)

เมื่อด้านผู้ผลิตมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสร้างสรรค์การสื่อสารแล้ว ก็มาถึงคำถามด้านผู้รับสารว่า เราได้เรียนรู้วิธีการอ่านภาพและเสียงที่เคลื่อนไหวแบบใหม่นี้หรือยัง ทักษะในการอ่านสื่อแบบนี้เป็นทักษะที่แตกต่างไปจาก "การอ่านออกเขียนได้" ในยุคก่อน ซึ่งเราอาจจะเรียกว่าเป็นทักษะแบบ "Media Literacy" (อ่านสื่อให้ออก ตีความสื่อให้ได้)

ผู้เขียนมีข้อสรุปชั่วคราวว่า เรายังไม่ได้มีการรณรงค์เรื่อง "การอ่านสื่อสมัยใหม่ อ่านภาษาสื่อมวลชน" เท่าที่ควรนัก หลักฐานประกอบข้อสรุปนี้ก็เช่น กรณีที่มีการโฆษณาแป้งเด็กชนิดหนึ่ง ที่ทำให้ภาพยนตร์โฆษณาเป็นภาพที่เอาเด็กอ่อนมาว่ายน้ำ พ่อแม่หลายคนอ่านโฆษณาไม่ออก เลยตีความเข้าใจตามภาพที่เห็นว่า เด็กทารกสามารถว่ายน้ำได้เอง และเลียนแบบตาม โดยเอาทารกไปว่ายน้ำตามบ้าง ปรากฏเกิดเป็นข่าวว่าทารกจมน้ำตายไปหลายราย ทั้งนี้เพราะพ่อแม่ต่างไม่ทราบถึงเบื้องหลังการถ่ายภาพยนตร์ชุดนี้ว่า เกิดจากเทคนิคการตัดต่อภาพ มิใช่เป็นการถ่ายภาพจากสถานการณ์ที่เป็นจริงตลอดทั้งเรื่อง

ปัจจุบัน เรามีสถาบันการศึกษาที่สอนผู้ผลิตสื่อแล้ว แต่ทว่าเรายังไม่มี

องค์กรหรือสถาบันใดที่สอนผู้รับสื่อ ดังนั้นช่องว่างทางความรู้ระหว่างผู้ผลิตและผู้รับก็มีแต่จะขยายกว้างออกไปทุกที อาการอ่านภาษาสื่อไม่ออก หรือการรู้ไม่เท่าทันสื่อของมวลชน จะเป็นปัญหาสำคัญในอนาคต

(3) ปัญหาที่ต่อเนื่องมาถึงเรื่องความจำเป็นที่จะต้อง "อ่านสื่อให้ออก ตีความสื่อให้ได้" นั้น เนื่องมาจากลักษณะบางประการทางประวัติศาสตร์ที่ติดค้างมากับสื่อมวลชนจนถึงยุคปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น "สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น" หรือที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Seeing is believing" และดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ปัจจุบันนี้ ภาษาที่เป็นหลักของสื่อมวลชน คือภาษาภาพและเสียงที่มากับโทรทัศน์ ทำให้ผู้คนได้รับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงจาก "การเอาตาดูหูฟัง" และก็เชื่อถือเพราะ "ได้ยินกับหู ได้เห็นกับตา"

ปรากฏการณ์นี้มีหลักฐานพิสูจน์จากหลายเหตุการณ์ เช่น ในการสัมภาษณ์ชาวบ้านที่เล่นหวยล็อตเตอรี่ เราจะเห็นพัฒนาการของระดับความเชื่อถือที่ข่าวสารถูกเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ แต่เดิมเมื่อแหล่งเลขเด็ดถูกเผยแพร่ผ่านระบบบอกต่อ ๆ กันแบบ "ปากต่อปาก" ผู้รับสารก็จะดูความน่าเชื่อถือจากตัวบุคคลที่มาบอก ต่อมาเมื่อมีการลงข่าวประเภท "หมูออกลูกสามขา ต้นไม้ใหญ่มีตัวเลขปรากฏ" ตามหน้าหนังสือพิมพ์ ชาวบ้านก็จะเริ่มเพิ่มความเชื่อถือมากขึ้น ด้วยเหตุผลว่า "ถ้าไม่เป็นความจริง หนังสือพิมพ์จะเอามาลงหรือ" และในขั้นตอนสุดท้าย เมื่อข่าวสารแบบนี้เผยแพร่ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ระดับความน่าเชื่อถือก็พุ่งถึงจุดสุดยอด เพราะครั้งนี้ "ได้เห็นกับตาเลย โทรทัศน์เขาถ่ายภาพมาให้ดู"

ในขณะที่ "ภาพและเสียง" เป็นวิธีการสื่อสารด้วยรูปแบบภาษาที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือนั้น ผู้เขียนได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ภาพที่ปรากฏออกมาจากสื่อนั้นเป็น "ภาพเทียมหรือภาพที่ปรุงแต่งแล้ว" มิใช่ภาพที่เป็นตัวแทนของ

ความเป็นจริง เพราะภาพดังกล่าวได้ผ่านกลไกและเทคนิคต่าง ๆ ของสื่อสมัยใหม่ทั้งสิ้น ตัวอย่างก็เช่น เวลาเราเห็นคนอ่านข่าวผู้หญิงหน้าใหม่ในวันแรก ๆ จะรู้สึกว่าเธอไม่สวย แต่เมื่อติดตามดูไปเรื่อย ๆ ก็รู้สึกว่าเธอสวยขึ้นทุกวัน นี่ก็เป็นเพราะเหตุผลด้านการแต่งหน้า แต่งผม มุมกล้อง การจัดแสง ฯลฯ ข้อสรุปจากเดิมที่ว่า "Seeing is believing" นั้น ในกรณีภาษาของสื่อมวลชนจึงอาจจะมีกรณีจำนวนมากที่ต้องใช้ข้อสรุปว่า "Seeing is deceiving" (ที่เห็นนั้นล้วนแต่ภาพลวงตา)

ตัวอย่างลักษณะ "ลวงตา" ที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำทุกค่ำคืน แต่เป็นการลวงตาแบบล้ำลึก คืออาการที่ดูเสมือนมีการเคลื่อนไหว แท้จริงแล้วมีแต่ความหยุดนิ่ง เช่น ในรูปแบบรายการของข่าวโทรทัศน์ ซึ่งเฉพาะรูปแบบเหล่านั้นก็บ่งบอกแล้วว่า "เป็นรายการที่เป็นจริงเป็นจัง มีความน่าเชื่อถือ" (เมื่อเทียบกับรายการละครโทรทัศน์หรือหนังการ์ตูนซึ่งเป็นรายการประเภทแฟนตาซี) ในรายการสัมภาษณ์ทัศนะของผู้หลักผู้ใหญ่ที่รับผิดชอบบ้านเมืองต่อประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เมื่อมองดูเพียงภาพ เราอาจจะเห็นว่ามีอาการเคลื่อนไหว มีการถามตอบ แต่ถ้าเราสกัดเฉพาะถ้อยคำสัมภาษณ์ออกมา เราจะเห็นประโยคที่มีลักษณะหยุดนิ่ง เช่น "เรื่องนี้ผมยังไม่ได้รับรายงาน ก็ได้สั่งดำเนินการไปแล้ว ต้องรอให้มีการประชุมของคณะกรรมการก่อน" ไปจนถึงกระทั่งประโยคประเภท "ไม่มีอะไร พวกเราพูดกันไปเอง" และ "วันนี้พอแค่นี้นะ ระวังเหยียบสายไฟนะหนู" เป็นต้น

สำหรับเรื่องระดับ**ความเชื่อถือของผู้รับสาร**ที่มีต่อภาษาแบบต่าง ๆ ของสื่อมวลชนนั้น เป็นหัวข้อที่น่าสนใจที่จะศึกษาต่อไปอย่างยิ่งว่า มวลชนผู้รับสารได้ใช้เกณฑ์อะไรเป็นหลักยึดความน่าเชื่อถือ และเกณฑ์ดังกล่าวนั้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับเกณฑ์ของทางผู้ส่งสารหรือเปล่า ตัวอย่างที่น่าสนใจ คือ

งานศึกษาเรื่อง "คอลัมน์ซุบซิบในหน้าหนังสือพิมพ์" ของสิรินี ดิลกเจริญ ซึ่งพบว่า ในขณะที่ผู้ส่งสารมีทัศนะว่า ข้อความที่ปรากฏในบทบรรณาธิการนั้นเป็นข้อความที่น่าเชื่อถือได้มากที่สุด เพราะได้ผ่านกระบวนการกลั่นกรองมาอย่างละเอียด เนื่องจากเป็นข้อความที่แสดงจุดยืนของหนังสือพิมพ์ ส่วนข้อความในคอลัมน์ซุบซิบนั้น มีความเป็นจริงเป็นจังไม่มากนัก เพราะมีการหยอกเย้าปะปนไปด้วย แต่ในทัศนะของผู้อ่านแล้ว จะให้ความเชื่อถือและให้ความสำคัญกับคอลัมน์ซุบซิบมากกว่าคอลัมน์บทบรรณาธิการ (และมีคนจำนวนมากที่ไม่รู้จักคอลัมน์นี้ด้วยซ้ำไป)

(4) ในตอนต้นของข้อเขียนนี้ ผู้เขียนได้กล่าวถึงความวิตกกังวลของสังคมที่มีต่อการใช้ภาษาอย่างผิด ๆ ของสื่อมวลชน มาถึง ณ จุดนี้ ผู้เขียนใคร่ขอเสนอความกังวลใจแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภาษากับสื่อมวลชน คือ เรื่องช่องว่างที่นับวันจะถ่างกว้างออกไปทุกที ระหว่างภาษากับความเป็นจริงอันเนื่องมาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลทางภาษาในวงการธุรกิจ (โฆษณา) และในวงการการเมืองที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน และมีผลต่อวัฒนธรรมความคิดและจิตใจของบุคคล

หากเราสังเกตดูการใช้ภาษาในวงการธุรกิจ โดยเฉพาะภาษาโฆษณา เราจะพบถ้อยคำประเภทว่า "เพลงนี้เป็นเพลงอมตะมหานิรันดร์กาล" แล้วในความเป็นจริงก็คือ อีก 6 เดือนต่อมาก็ไม่มีใครได้ยินเพลงนั้นอีกแล้ว หรือประโยคที่ว่า "ลดเราคากระหน่ำอย่างน่าตระหนก" แล้วในความจริงก็คือ ลดประมาณ 5-10 เปอร์เซ็นต์ หรือถ้อยแถลงของพิธีกรในรายการเกมโชว์ที่บอกเกริ่นไว้ก่อนว่า “รายการวันนี้พิเศษสุดจริง ๆ ครับ อย่าพลาดนะครับ ติดตามชมให้ได้” แล้วในความเป็นจริงก็คือ ทุกอย่างของรายการก็เหมือนกับอาทิตย์ที่แล้ว

เมื่อผู้คนมีชีวิตอยู่ในสังคมที่มีการใช้ภาษาเช่นนี้ ย่อมผ่านพบประสบการณ์การใช้ภาษาดังกล่าวอย่างซ้ำซาก และคงจะได้ข้อยืนยันกับตัวเองว่า "ภาษา" กับ "โลกแห่งความเป็นจริง" นั้น มีช่องว่างระหว่างกันมากน้อยแค่ไหน หรือกลายเป็นคนละเรื่องเดียวกันเลย และเมื่อนั้น วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับภาษาก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปอย่างแน่นอน

แรกเริ่มทีเดียวนั้น เราสร้างภาษาขึ้นมาเพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ตัวแทนของโลกแห่งความเป็นจริงเป็นส่วนใหญ่ เช่น เมื่อในโลกแห่งความเป็นจริงมี "แมว" เราจึงมีคำพูดและภาษาเขียนว่า "แมว" เกิดขึ้นมา ในอดีตช่องว่างระหว่างภาษากับโลกความเป็นจริงจะไม่ค่อยห่างกันมากนัก เพราะคนโบราณเคร่งครัดเรื่อง "การพูดจริงทำจริง" ดังที่เราได้ยินกันว่า "คนสมัยก่อนไม่ค่อยโกหก" (เป็นหนึ่งในศีลห้าของเราทีเดียว)

นอกจากนั้น เรายังมีรูปแบบพิเศษของภาษาที่สร้างขึ้นมาเพื่อกระชับโลกของภาษากับโลกแห่งความเป็นจริงให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน "คำมั่นสัญญา" ซึ่งในยุคแรกนั้น เพียงแค่ระดับ "คำพูด" ก็ใช้การได้แล้ว (ที่ภาษาไทยใช้คำว่า "ตกปากรับคำ" คำพูดของผู้ใหญ่ศักดิ์สิทธิ์ "พูดคำไหนแล้วเป็นคำนั้น" "เป็นกษัตริย์ตรัสแล้วไม่คืนคำ" "ลูกผู้ชายต้องรักษาคำพูด") แต่ในระยะต่อมา "สัญญาด้วยวาจา" ก็ต้องหลีกทางให้แก่ "สัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร" เมื่อมีการใช้ระบบตัวบทกฎหมาย แต่ในปัจจุบันนี้รูปแบบภาษาของสัญญา ไม่ว่าจะเป็นคำพูด ลายลักษณ์ สัตยาบัน สัจจะ ฯลฯ ก็แทบไม่มีความหมายบ่งบอกว่ามีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงอะไรกันบ้างระหว่างภาษากับความเป็นจริง

เป็นที่น่าคลุ่นคิดว่า เราจะมีชีวิตอยู่ในโลกที่ถ้อยคำไม่ได้เป็นตัวแทนของโลกแห่งความเป็นจริงกันได้ต่อไปในรูปแบบไหน

(5) ในเรื่อง "ภาษากับสื่อมวลชน" ที่มองจากมุมมองของสื่อมวลชนเอง

มักให้ความสนใจกับการคาดการณ์ต่อไปในอนาคตว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ ซึ่งได้สร้างสรรค์ภาษาเฉพาะตัวขึ้นมา เมื่อมนุษย์ในอนาคตเริ่มใช้ภาษาที่มาจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อเนื่องไปถึงความคิดอ่านของมนุษย์อย่างไรบ้าง เช่น ภาษาที่เป็นภาษากลาง ๆ ไม่มีอายุ ไม่มีเพศ ไม่มีชั้นวรรณะของคอมพิวเตอร์ จะทำให้เด็ก ๆ เรียนรู้ว่า "จะพูดกับใคร ก็ถามว่าจะกด y หรือ n เท่านั้น เหมือนกันหมด" หรือเปล่า หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วในขณะนี้คือ เมื่อเรามอบหมายให้คอมพิวเตอร์เป็นผู้ตัดสินใจในการแบ่งวรรคตอนหรือตัดคำ เราก็แทบจะอ่านเรื่องราวด้วยรหัสวรรคตอนแบบเดิมไม่รู้เรื่อง ต่อไปเด็ก ๆ ที่อ่านหนังสือพิมพ์มาก ๆ อาจจะเรียนรู้ไวยากรณ์ไทยว่า ตัวสะกดท้ายคำไม่จำเป็นต้องอยู่บรรทัดเดียวกันกับคำนั้นทั้งคำก็ได้ เพราะการพิมพ์จากคอมพิวเตอร์มีตัวอย่างเช่นนั้นบ่อย ๆ และผู้เขียนคาดเดาว่า ในอนาคตคอมพิวเตอร์จะเข้ามาแบกรับภารกิจเป็น "แพะรับบาปตัวใหม่ทางด้านภาษา" ต่อไป

อีกประเด็นหนึ่งที่สื่อมวลชนมองไปในอนาคตก็คือ ในยุคสมัยก่อนมนุษย์เรามีชีวิตอยู่ในยุคของ "การขาดแคลนข่าวสารข้อมูล" ดังนั้น ทักษะทางภาษาที่เราจำเป็นต้องมีก็คือ ต้องรู้จักเสาะแสวงหาข้อมูล แต่ในอนาคตเมื่อก้าวเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร (Information Age) สถานการณ์ก็จะเปลี่ยนแปลงไป เพราะเรากำลังจะก้าวเข้าสู่ "ยุคข้อมูลท่วมท้น" ตัวอย่างเช่นปัจจุบันนี้ แม้แต่จะซื้อน้ำเปล่ากินสักขวดหนึ่ง เราก็มีข้อมูลจำนวนมากมายเกี่ยวกับน้ำดื่มนั้น (ทั้งราคาและยี่ห้อ รวมทั้งวิธีการทดสอบความสะอาด ฯลฯ) ดังนั้น ทักษะทางภาษาของมนุษย์สมัยใหม่จึงอาจจะต้องเปลี่ยนแปลงไปจากการที่รู้จักแสวงหาข้อมูลมาเป็นการจำแนกแยกแยะข้อมูล หรือรู้จักเลือกข้อมูลทิ้งไปบ้าง รวมทั้งการปะติดปะต่อข้อมูลที่มาเป็นชิ้นส่วนย่อย ๆ ทีละส่วนประกอบกันให้เป็น

รูปร่างที่มีความหมายขึ้นมา

โลกในอนาคตอันใกล้นี้ เรื่อง "ความคิดความอ่านผ่านภาษา" จะเป็นเรื่องที่เปลี่ยนโฉมหน้าไปอย่างตื่นตาตื่นใจอย่างยิ่ง!!*

---

*ที่มา: เอกสารประกอบการอภิปรายในการประชุมวิชาการ เรื่อง "จากความคิดสู่ความอ่านผ่านภาษา" จัดโดย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ วันที่ 21-23 พฤศจิกายน 2537 พิมพ์ใน **สังคมศาสตร์ปริทัศน์**, ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (มกราคม-มิถุนายน 2538)

เอกสารประกอบการค้นคว้า

จำนง วิบูลย์ศรี, **อิทธิพลของภาษาต่อความคิดในเหตุผลของเด็กไทย**, สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธ์, **ภาษากับสื่อมวลชน : วิวัฒนาการของภาษาเพื่อการเสนอข่าวในสังคมไทย**, ฝ่ายวิจัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

นิตยา กาญจนะวรรณ, **ภาษาไฮเทค**, สำนักพิมพ์แอตพับลิชชิง, ตุลาคม 2535.

สิรินี ดิลกเจริญ, **"คอลัมน์ซุบซิบในหน้าหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย"** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2536.

อวยพร พานิช, **พัฒนาการของคำขวัญในงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์**, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

‘คติชน’บนถนน‘โฆษณา’

ดร.กาญจนา แก้วเทพ*

ดร.สมสุข หินวิมาน**

เกริ่นนำ: ‘เหล้าเก่าๆ’ ของนิทานพื้นบ้าน ใน ‘ขวดใหม่ๆ’ ของโฆษณาโทรทัศน์

Raymond Williams (1974) นักวัฒนธรรมนิยมชาวอังกฤษ เคยแสดงทัศนะไว้ว่า สื่ออิเลคโทรนิคส์สมัยใหม่ เฉกเช่น ‘โทรทัศน์’ นั้น เป็นสื่อที่‘ใหม่’ก็แต่เฉพาะ‘ตัวสื่อ’เท่านั้น แต่ทว่าบรรดา‘วัตถุดิบ’ที่นำมาบรรจุไว้ในตัวสื่อนั้น โทรทัศน์ล้วนแต่หยิบยืมจากรูปแบบ‘เก่า’ของการสื่อสารที่มีมาก่อนการอุบัติขึ้นของตัวมันแทบทั้งสิ้น

ข้ามฝั่งจากเกาะอังกฤษมาสู่สังคมไทย ทัศนะข้างต้นของ Raymond Williams ดูน่าพิจารณายิ่งนัก รายการข่าวโทรทัศน์เป็นตัวอย่างของการหยิบยืมนำรูปแบบการเล่าสู่กันฟังของชาวบ้าน หรือแม้แต่การเล่าค่าวซออันเป็นสื่อพื้นเมืองทางภาคเหนือ ละครโทรทัศน์ปรับประยุกต์ขึ้นมาจากการเล่นลิเกและการแสดงพื้นบ้านหลายประเภท รวมทั้งละครเวที รายการเพลงมีการต่อยอดออกมาจากการร้องเล่นเพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ และเพลงพื้นบ้านทั้งหลาย

---

*รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

**อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เกมโชว์มีต้นกำเนิดมาจากการเล่นปริศนาคำทายของเด็ก ๆ และรายการกีฬาก็ปรับตัวมาจากกีฬาที่เคยเล่นมาแต่ดั้งเดิม (เช่น ชกมวย) ไปจนถึงรูปแบบกีฬาใหม่ ๆ ที่ดัดแปลงขึ้นมา (เช่น การเล่นโปโลที่ดัดแปลงมาจากการตีคลี)

'วัตถุดิบ' จากรูปแบบของระบบการสื่อสารที่มีการหน้านั้น เมื่อมาถึงยุคสมัยใหม่ ได้ถูกสื่อโทรทัศน์นำมาผลิตใหม่กันหลายวิธี นับตั้งแต่การนำมาใช้แบบตรง ๆ (เช่น รายการกีฬาชกมวยไทย) การนำมาดัดแปลง (เช่น รายการข่าวจะดัดแปลงวัฒนธรรมการเล่าข่าวแบบดั้งเดิมให้สั้นและกระชับในขอบเขตเวลาที่จำกัด) การนำมาตัดทอน (เช่น การตัดทอนโขนมาเล่นเป็นบางตอน) หรือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบบางอย่าง (เช่น รายการเกมโชว์เพิ่มเติมเงินรางวัล ซึ่งอาจไม่เคยมีในการละเล่นแบบดั้งเดิม) เป็นต้น

โดยนัยแห่งวัฒนธรรมตามทัศนะของ Raymond Williams นี้ อาจแปลความได้ว่า ทุกครั้งที่เราเปิดดูโทรทัศน์ ก็เท่ากับว่า เรากำลังนั่งชมเวทีแห่งการพบปะกันระหว่างวัฒนธรรมใหม่ (สื่อโทรทัศน์) กับวัฒนธรรมเก่า (รูปแบบการสื่อสารที่มีก่อนยุคโทรทัศน์) ลักษณะการพบปะกันทางวัฒนธรรมเช่นนี้ คงจะมีหลากหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบการผสมผสานกัน รูปแบบที่ขัดแย้งกัน รูปแบบที่ต่างฝ่ายต่างพยายามครอบงำอีกฝ่ายหนึ่ง รูปแบบที่พยายามต่อรองกันและกัน ฯลฯ และด้วยเหตุที่งานเขียนชิ้นนี้มุ่งความสนใจไปยังสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ในหัวข้อถัดไป ผู้เขียนจะทำการสำรวจการพบกันระหว่างวัฒนธรรมไทยแบบต่าง ๆ เพื่อบ่งชี้ให้เห็นว่า 'เหล้าเก่าในขวดใหม่' ที่โฆษณารินและชงใส่จอแก้วนั้นมีรูปลักษณ์เช่นไร

ว่าด้วยโลกาภิวัตน์และท้องถิ่นนิยม

จากอดีตตราบถึงปัจจุบัน สังคมไทยได้บ่มเพาะวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองขึ้นมา แต่ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมไทยก็ต้องพบปะต่อรองกับรูปแบบวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดมา ในครั้งบรรพกาล แม้แต่สิ่งที่เรียกว่า 'วัฒนธรรมไทย' นั้น ก็เป็นการประสานกันระหว่างวัฒนธรรมใหญ่สองวัฒนธรรมคือ วัฒนธรรมจีนและอินเดีย ที่ถูกนำเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมของกลุ่มคนต่างๆที่อยู่ในอุษาคเนย์ (Southeast Asia) ภายใต้การพบกันของวัฒนธรรมกลุ่มอุษาคเนย์ที่หลากหลาย และการแลกเปลี่ยนกันกับวัฒนธรรมจากภูมิภาคภายนอก วัฒนธรรมไทยของเราจึงมีการวิวัฒน์อยู่อย่างเรื่อยมา

อย่างไรก็ตาม นับแต่กลางศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ลักษณะการแลกเปลี่ยนและปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมภายนอกได้แสดงรูปลักษณ์ที่**แตกต่าง**ไปจากเดิม เมื่อสยามประเทศได้สัมผัสกับลัทธิล่าอาณานิคมจากตะวันตก ซึ่งแผ่อิทธิพลเข้ามายังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้เพราะการแผ่ขยายของจักรวรรดินิยมจะมีลักษณะของการ**ครอบงำ**มากกว่าการ**แลกเปลี่ยน**ทางวัฒนธรรม อำนาจแห่งเรือปืนของชาติตะวันตกจะเน้นการให้ได้มาซึ่งอาณานิคมที่เติบขยาย จนทำให้ประเทศในภูมิภาคเอเซียอาคเนย์ (รวมถึงประเทศไทย) ต้องมีการปรับตัวกันขนานใหญ่ในทุก ๆ ด้าน

ธงชัย วินิจจะกูล (2539) ได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดแบบคู่ขนาน (dichotomy paradigm) เพื่อเปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยเมื่อ 150 ปีที่แล้ว กับวัฒนธรรมตะวันตก ในห้วงแห่งการล่าอาณานิคม ดังแบบจำลองต่อไปนี้

วิทยาศาสตร์	**ศาสนา**
โลก	ธรรม
วัตถุ	จิต
เทคโนโลยี	ศีลธรรม
สมัยใหม่, ทันสมัย	ประเพณี
ตะวันตก, ฝรั่ง	ไทย
ความเป็นสากล	วัฒนธรรมไทย
โลกภายนอก	สังคมไทย
สุขภาพ	
การเมือง	
เศรษฐกิจ	
องค์ความรู้เกี่ยวกับความเจริญ	องค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย
การพัฒนา	วัฒนธรรมไทย

ธงชัย วินิจจะกูล อธิบายกระบวนทัศน์ของวิธีคิดแบบคู่ขนาน (dichotomy) นี้ว่า ระบบความคิดหลักสองระบบที่หล่อเลี้ยงสังคมไทยร่วมสมัย ได้แก่ ระบบความคิดแบบตะวันตกและแบบไทย อันมีลักษณะแตกต่างกันแบบเป็นคู่ตรงข้าม ก่อนหน้าที่ประเทศไทยจะเปิดรับอารยธรรมตะวันตกนั้น สังคมไทยจะเน้นวิธีคิดแบบทางธรรม (sacred) ยกย่องจิตใจเหนือวัตถุ (ดังภาษิตไทยที่ว่า 'จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว') และย้ำในเรื่องระเบียบศีลธรรม

ในขณะที่สังคมตะวันตกจะมีระบบคิดที่เน้นทางโลก (secular) เชื่อในวัตถุธรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วิธีคิดทั้งสองระบบนี้จะแสดงออกในทุก ๆ มิติทางสังคมที่มันก่อรูปขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพอนามัย ระบบการเมืองเศรษฐกิจ และกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน จากคุณลักษณะที่แตกต่างกันของสองระบบความคิดนี้ ทำให้กระบวนการสั่งสมองค์ความรู้ของสังคมไทยและสังคมตะวันตกมีชุดความรู้ที่แตกต่างกัน

การใช้กระบวนทัศน์ของวิธีคิดแบบคู่ขนานนี้ จัดเป็นวิธีคิดพื้นฐานทั่วไปของการศึกษาเรื่องการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์หรือวัฒนธรรมในระบบสารสนเทศ Marshall McLuhan เคยตั้งข้อสังเกตว่า แม้ในสภาพความเป็นจริงปัจจุบัน โลกจะประกอบด้วยสังคมย่อย ๆ ที่มีวัฒนธรรมเฉพาะตัว ซึ่งเรียกกันว่า 'วัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น' (localism) ทว่าด้วยความเจริญด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร สังคมย่อย ๆ เหล่านั้นจะถูกเชื่อมร้อยเข้าเป็นระบบที่เรียกว่า 'หมู่บ้านโลก' (the global village) เหตุนี้เอง การพิเคราะห์วัฒนธรรมในปัจจุบันจึงมักยืนอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมสองระดับ คือ วัฒนธรรมท้องถิ่น (local culture) และวัฒนธรรมโลก (global culture)

ในมิติทางวัฒนธรรม แนวคิดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นจัดแบ่งได้เป็นสองสำนักใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

(1) **กลุ่มจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม** (cultural imperialism) กลุ่มนี้จะถือหางอยู่ข้างวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักทฤษฎีในสำนักเชื่อว่ามีลักษณะอ่อนแอ นักจักรวรรดินิยมจะย้ำว่าภายใต้เงื่อนไขแห่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศครอบงำ เมื่อวัฒนธรรมโลกมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นโลกจะเข้ารุกรานเซาะกร่อนและดูดกลืนจนความเป็นท้องถิ่นสูญสลายไป ตัวอย่างเช่น เมื่อคนไทยเลิกนุ่งกางเกงประจำ

ชาติและหันไปนุ่งกางเกงยีนส์ (วัฒนธรรมสากล) อุตสาหกรรมทอผ้าและตัดเย็บของไทยก็ต้องหลีกทางให้แก่บรรษัทข้ามชาติผู้ผลิตกางเกงยีนส์ เป็นต้น แกนกลางความคิดของกลุ่มจักรวรรดินิยมจึงเป็นการกล่าวโทษและโยนความผิดให้กับวัฒนธรรมสากล/โลก ที่เข้ามาทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น/ประจำชาติ นักคิดสายพุทธ (เช่น งานของนายแพทย์ประเวศ วะสี 2530 หรือ พระไพศาล วิสาโล 2539) เป็นตัวอย่างชัดเจนของสำนักคิดแบบนี้ เมื่อพวกเขาระบุว่า สื่อมวลชนสมัยใหม่ โดยเฉพาะการโฆษณา เป็นตัวการถ่ายทอดและอัดฉีดค่านิยมตะวันตกให้เข้ามาทำลายรากแก้วแห่งวัฒนธรรมไทย อันมีคุณลักษณะดังที่ ธงชัย วินิจจะกูล เสนอไว้ ปัญหารอบด้านที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบันถูกเชื่อกันว่าเป็นผลพวงจากการไปรับวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบตะวันตกเข้ามาในสังคมของเรานั่นเอง

(2) กลุ่มการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) Homi Bhabha (1990) นักทฤษฎีสาย post-colonialism เคยกล่าวเอาไว้ว่า วัฒนธรรมทุกสายพันธุ์จะมีลักษณะเป็นแบบ 'พันธุ์ทาง' (hybrid) ทั้งสิ้น ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติแล้ว ไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีความหลากหลาย (diverse) และแตกต่าง (different) และที่สำคัญ ไม่เคยปรากฏว่ามีวัฒนธรรมใด ๆ ที่ 'สมบูรณ์ในตัว' หากแต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่น ๆ ตลอดเวลา

หากส่องกล้องเข้าไปในชุดความคิดของ Bhabha กับประเด็นเรื่องความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นแล้ว จะพบหลักการสำคัญ ๆ สองประการด้วยกันคือ ประการแรก วัฒนธรรมทั้งหลายในโลกจะยั่งยืนอยู่ได้ก็ด้วยลักษณะของความเป็นพลวัตร (dynamic) และการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา และประการที่สอง เส้นทางการพบกันระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรม

ท้องถิ่นไม่เคยเป็นไปในทิศทางเดียว หรือไม่ใช่จะมีเพียงลักษณะการครอบงำความเป็นโลกเข้าสู่ท้องถิ่นเท่านั้น ทว่า ปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวน่าจะเป็นไปแบบสองทาง หรือเป็นแบบ 'ซึ่งกันและกัน' สัมพันธภาพแห่งวัฒนธรรมจะสามารถก่อรูปลักษณ์ได้หลายรูปแบบ เช่น การผสมผสาน (articulation) การแลกเปลี่ยน (exchange) การขัดแย้ง (conflict) การเลือกบางเสี้ยวบางส่วน (co-optation) การต่อรอง (negotiation) เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมจึงอยู่บนพื้นฐานของ 'การผสมข้ามสายพันธุ์' (hybridisation) และเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองทางความหมายและการแสดงตน (a new site of negotiation of meaning and representation)

ทัศนะเชิงวัฒนธรรมของ Bhabha ดูจะมีคุณูปการต่อการอธิบายสังคมไทย ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมไทยก็มีลักษณะของการปรับตัวต่อเนื่องตลอดมา เมื่อมองย้อนไปยังอดีต วัฒนธรรมของเราเกิดขึ้นจากการรวมผสานวัฒนธรรมของกลุ่มชนย่อย ๆ หลากหลาย ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมของไทยก็ยังอาศัยกลยุทธ์การ**เปิดรับปรับต่อ**วัฒนธรรมจากภายนอก (open to cultures from the outside world) โดยเฉพาะการเปิดรับวัฒนธรรมอินเดียและจีน (ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมโลกจากยุคบุพกาลได้เช่นกัน) แล้วนำมา**ดัดแปลง**หรือ**ผสมผสาน**ให้เป็น 'แบบไทย ๆ' ที่อาจเรียกได้ว่า 'Thainisation' ตัวอย่างเช่น ขนมจีนน้ำยา ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นอาหารไทยประเภทหนึ่ง อาหารจานนี้ก็เกิดขึ้นมาจากการรับวัฒนธรรมอาหารเส้นจากจีนผสานรวมกับวัฒนธรรมอาหารแกงเครื่องเทศของอินเดีย แล้วพัฒนาขึ้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของอาหาร 'แบบไทยๆ' หรือการที่พระมหากษัตริย์สยามนำเอาวัฒนธรรมการสร้างปราสาทราชวังของกษัตริย์ในยุโรปเข้ามา แต่ได้ทำให้เป็น 'แบบไทย ๆ' ด้วยการลดขนาดให้เล็กลง หรือแม้แต่การที่ไทยนำเข้า

วัฒนธรรมขนมหวานแบบยุโรปที่ทำมาจากไข่ แป้ง และนม แต่เนื่องจากนมเป็นผลิตภัณฑ์ที่หายากในประเทศเขตร้อน คนไทยจึงประยุกต์ใช้กะทิจากมะพร้าวแทน และกลายมาเป็น 'ขนมยุโรปแบบไทย ๆ' เป็นต้น กลยุทธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับปรับประยุกต์วัฒนธรรมตะวันตก และนำมาแปรรูปเป็น 'แบบไทย ๆ' เกิดขึ้นอย่างสืบเนื่องตลอดมา

ธงชัย วินิจจะกูล (2539) ได้ชี้ให้เห็นเพิ่มเติมว่า กระบวนการต่อรอง (negotiation) ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมตะวันตก อันยังผลลัพธ์สู่การก่อรูปร่างใหม่ (reformation) ของอัตลักษณ์ไทยที่ผันไปท่ามกลางกระแสโลก ปรากฏโฉมขึ้นชัดเจนในช่วงหลังของศตวรรษที่ 19 หรือในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 เมื่ออิทธิพลของลัทธิอาณานิคมตะวันตกแผ่ขยายมาสู่ภูมิภาคนี้ ในวาระนั้น ปัญญาชนขุนนางและผู้นำพุทธศาสนาเป็นหัวหอกของวัฒนธรรมไทยที่ต้องเผชิญหน้ากับโลกทัศน์วิทยาศาสตร์ของตะวันตก กลยุทธ์การปรับตัวครั้งนั้นเริ่มตั้งแต่การให้คำอธิบายว่า

- อันที่จริงความรู้ทางวิทยาศาสตร์นั้น พระพุทธเจ้าได้ล่วงรู้มาก่อนแล้ว เพียงแต่ไม่ได้ให้ค่าความสำคัญ เนื่องจากไม่ได้เป็นความรู้ที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาความทุกข์ของมนุษย์ (แนวคิดนี้เป็นกระบวนการลดคุณค่าและลดความสำคัญของวิทยาศาสตร์ลงไป เพื่อป้องกัน 'อาการเห่อ' วิทยาศาสตร์ที่กำลังคุอำนาจการสร้างสรรค์ความรู้และผลิตผลทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ อันดูน่าตื่นตาตื่นใจ)
- ในขณะที่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์นั้น เป็นเพียงแค่ความรู้ทางโลกหรือทางวัตถุ แต่พุทธศาสนาต่างหากที่เป็นความรู้ทางธรรม เป็นความรู้ทางจิตที่สูงส่งกว่า ฉะนั้นความรู้ใหม่ทางวิทยาศาสตร์จึงมิ

อาจหักล้างสัจจะหรือแก่นความรู้ที่สำคัญ ๆ ของพุทธศาสนาได้แต่อย่างไร

- แต่คุณูปการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่นั้นก็มีอยู่คือ การไขปริศนาให้ผู้คนเข้าใจเรื่องทางโลกหรือทางวัตถุ และหลุดพ้นไปจากความงมงายแบบไสยศาสตร์

โดยนัยนี้ กลยุทธ์ของกระบวนการต่อรอง (negotiation) ที่สังคมไทยในอดีตเคยใช้ต่อวัฒนธรรมตะวันตก/วิทยาศาสตร์ คือ การเปิดต้อนรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามา แต่ทว่านำเข้ามาวางไว้ใต้วัฒนธรรมเดิมของสังคมด้วยการให้คุณค่าที่น้อยกว่า กลยุทธ์นี้ยังคงถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่องตราบกระทั่งปัจจุบัน

เมื่อความเป็นโลก (the global) และความเป็นท้องถิ่น (the local) พบกันในสื่อ

หากเราสานต่อแนวคิดเรื่อง 'การผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม' (cultural hybridisation) โดยพิจารณาไปยังองค์ประกอบสองส่วนของความเป็นวัฒนธรรม คือ เนื้อหา (content) และ รูปแบบ (form/format) ที่อยู่ในสื่อ (โดยเฉพาะโทรทัศน์) โครงสร้างการพบกันระหว่างวัฒนธรรมโลก/ตะวันตกกับวัฒนธรรมท้องถิ่น/ไทย สามารถพิเคราะห์ออกมาได้หลายลักษณะด้วยกัน

Paul S.N. Lee (1991) ได้ศึกษาลักษณะการซึมซับและดัดแปลงวัฒนธรรมจีนในฮ่องกง เมื่อต้องเผชิญหน้ากับการตกเป็นอาณานิคมของอังกฤษ มาเป็นเวลากว่า 150 ปี Lee ได้สาธิตให้เห็นว่า การผสมผสานกัน

ระหว่างความเป็นโลก/ตะวันตกกับความเป็นท้องถิ่น/จีน ทั้งในมิติด้านเนื้อหาและรูปแบบ ได้ก่อร่างวัฒนธรรมขึ้นมา 4 แบบด้วยกันคือ

(1) **รูปแบบนกแก้ว** (parrot pattern) รูปแบบนี้คือการรับเอาทั้ง global content และ global form มาใช้แบบตรง ๆ เปรียบเสมือนนกแก้วที่พูดเลียนแบบมนุษย์ทุกอย่าง ในกรณีของฮ่องกงก็คือ การนำเอารายการต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศมาใส่ในผังรายการโทรทัศน์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนใด ๆ ซึ่งมักปรากฏในช่องสถานีภาคภาษาอังกฤษมากกว่าสถานีท้องถิ่นของฮ่องกงเอง ในกรณีของไทยอาจหมายถึงหลาย ๆ รายการทางเคเบิ้ลทีวี เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดทางช่อง HBO หรือ Cinemax หรือรายการโฆษณาสินค้าประเภท global brand เช่น โค้ก เป๊ปซี่ ฯลฯ

(2) **รูปแบบอะมีบา** (ameoba pattern) ตัวอะมีบาเป็นสิ่งมีชีวิตที่เปลี่ยนรูปทรง (form) อยู่ตลอดเวลา แต่ตัวเนื้อในของมันยังคงเดิม เปรียบได้กับการรับเอารายการจากต่างประเทศเข้ามาโดยดัดแปลง**รูปแบบ**ให้เข้ากับรสนิยมท้องถิ่น แต่ยังคง**เนื้อหา**รายการเอาไว้ ในกรณีของฮ่องกง ได้แก่ การนำรายการ That's Incredible จากต่างประเทศมา และรักษาเนื้อหาเอาไว้ทุกอย่าง เพียงแต่เปลี่ยนองค์ประกอบของรูปแบบบางประการ เช่น เปลี่ยนแขกรับเชิญเป็นคนฮ่องกง เพื่อไม่ให้คนดูรู้สึกแปลกตาและไม่เป็นต่างชาติจนเกินไป สำหรับในกรณีของไทย ได้แก่ การนำเข้ารายการ Who Wants to Be a Millionnaire ซึ่งมีเนื้อหาเป็นรายการ quiz show ที่มีเงินรางวัลสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ จนถึงเจ็ดหลัก แต่ใช้รูปแบบเป็น 'แบบไทย ๆ' อาทิ ใช้พิธีกรและแขกรับเชิญเป็นไทย คำถามที่ใช้ก็เกี่ยวพันกับเรื่องของไทย หรือใช้ชื่อรายการเป็นไทยว่า 'เกมเศรษฐี' เป็นต้น โดยสรุปแล้ว รูปแบบอะมีบาจึงหมายถึง การคง global content ไว้ แต่ที่เปลี่ยนไปคือ local form

(3) **รูปแบบปะการัง** (coral pattern) ปะการังเป็นสิ่งมีชีวิตที่ยังคงรูปทรงเดิมไว้เสมอ แม้ว่าเนื้อในจะตายไปแล้ว นัยเปรียบนี้เมื่อเอามาพิจารณาสื่อโทรทัศน์ กล่าวได้ว่า เป็นการนำเอาบางรายการเข้ามาเฉพาะ**รูปแบบ** แต่ทว่าได้เปลี่ยน**เนื้อหา**ไปแล้ว กับกรณีของฮ่องกงได้แก่ การนำเอาเพลงตะวันตกมาใส่เนื้อร้องภาษาจีนจนฟังดูเหมือนเป็นเพลงจีนเอง ในกรณีของเพลงไทยสากลก็เข้าข่ายลักษณะนี้เช่นกัน ส่วนตัวอย่างรายการโทรทัศน์ในลักษณะนี้ได้แก่ การนำเข้ารูปแบบรายการ Sixty Minutes ที่โด่งดังของอเมริกามาทำใหม่ในภาคภาษาไทย โดยยังคงชื่อเดิมว่า 'Sixty Minutes' เป็นการคงลักษณะรูปแบบต้นฉบับเอาไว้ หากแต่เนื้อหาของรายการนั้นจะตอบสนองความสนใจของผู้ชมไทยที่แตกต่างไปจากผู้ชมอเมริกา กล่าวคือ นำ global form มาใส่ local content

(4) **รูปแบบผีเสื้อ** (butterfly pattern) ผีเสื้อเป็นสิ่งมีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและเนื้อหามาจากตัวดักแด้ แต่กระบวนการนี้ต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานพอสมควร Lee ได้ให้ตัวอย่างที่ภาพยนตร์ฮ่องกงได้รับเอาโครงเรื่องแบบ James Bond เข้ามา โดยคงรูปแบบการนำเสนอให้เร็วกระชับแบบตะวันตก แต่ตัดแต่งรูปแบบที่ไม่เข้ากับวัฒนธรรมเอเชียออกไป เช่น ฉากเรื่องเพศหรือการทำลายข้าวของ ในชั้นถัดมา ก็ได้เจาะลึกเข้าไปสู่การปรับเปลี่ยนเนื้อหาที่ไม่เน้นด้านการแย่งชิงอำนาจทางการเมืองหรืออาวุธลับ หากแต่เน้นเรื่องคุณธรรมน้ำมิตรและค่านิยมแบบเอเชียเรื่อง 'มีคุณต้องทดแทน มีแค้นต้องชำระ' จนกระทั่งเราอาจจะแทบดูไม่ออกว่า ภาพยนตร์ฮ่องกงปัจจุบันได้ผ่านการหยิบยืมทั้งรูปแบบและเนื้อหามาจากวัฒนธรรมตะวันตก

‘ความเป็นไทย’ ในงานโฆษณา : มุมมองด้านรูปแบบ

ย้อนรอยประวัติศาสตร์โดยย่อของการนำเข้าสื่อโฆษณามาสู่สังคมไทย เราสามารถเริ่มวินิจปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น ในมิติ**รูปแบบ** (form) ของโฆษณาได้ด้วยคำถามที่ว่า หากเราตระหนักว่าการโฆษณาเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (persuasive communication) แล้ว สังคมไทยในอดีตมีท่าทีอย่างไรต่อรูปแบบการสื่อสารเช่นนี้

บนเหรียญด้านหนึ่ง สังคมไทยดูจะมีท่าทีให้ความสำคัญต่อการรู้จักและต่อทักษะการใช้ความสามารถในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ดังภาษิตดั้งเดิมที่กล่าวถึงลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่มนุษย์พึงมี นั่นคือ

‘ปากเป็นเอก เลขเป็นโท หนังสือเป็นตรี ชั่วดีเป็นตรา’

‘จะพลิกพลิ้วชิวหาเป็นอาวุธ…’

จากตัวอย่างภาษิตที่ยกมานี้ จะเห็นได้ว่า การรู้จักใช้ภาษาเพื่อสื่อสารโน้มน้าวชักชวนดูจะเป็นความสามารถที่สังคมไทยให้คุณค่า หากแต่เมื่อเจาะลึกเข้าไปยังยังวิธีการโน้มน้าวด้วยการบรรยายสรรพคุณความดีของสิ่งที่ต้องการจะโฆษณา (ไม่ว่าจะเป็นคนหรือสิ่งของ) สังคมไทยที่มีรากฐานมาจากพุทธศาสนา ก็กลับมีทีท่าที่ต่อต้านการพูดถึงคุณสมบัติที่ดีที่วิเศษบนเหรียญอีกด้านหนึ่ง ตัวอย่างเช่น พระภิกษุที่สำเร็จเป็นอรหันต์แล้ว จะกล่าวโอ้อวดตนเองหรือเชิดชูอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ของตนเองไม่ได้ กล่าวคือ วัฒนธรรมไทยที่หยั่งรากมาจากพุทธศาสนา ยืนหยัดในคำสอนให้ผู้คนรู้จักอ่อนน้อมถ่อมตน และโดยนัยนี้ แนวคิดพุทธจึงต่อต้านการโฆษณาสรรพคุณความดีความสามารถของตนเอง ดังที่มีสำนวนไทยกล่าวต่อต้านการโฆษณาว่า ‘อย่า

อวดดี' 'อย่าอวดเก่ง' 'อย่าอวดวิเศษ' อันส่อความหมายเชิงลบต่อต้านการโฆษณาแทบทั้งสิ้น

ด้วยเหตุที่ชุดคำอธิบายแบบพุทธดูจะเป็นทัศนะกระแสหลักของสังคม เมื่อเปรียบเทียบกับการยกย่องเชิดชูการอวดโอ้สรรพคุณ ดังนั้นรูปแบบของการโฆษณาสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นมาเมื่อต้นศตวรรษที่ 19 พร้อม ๆ กับการอุบัติขึ้นของสื่อมวลชนแขนงแรกคือ หนังสือพิมพ์ที่มีนายแพทย์ชาวตะวันตกเป็นเจ้าของ จึงยังมิอาจก้าวไปถึงขั้นของการพรรณนาสรรพคุณ หากทว่าเป็นเพียง**การบอกแจ้งข่าวสารให้ทราบ**เท่านั้นว่า ได้มีสินค้าชนิดใดเกิดขึ้นแล้ว วางจำหน่ายที่ใด และราคาเท่าใด (โปรดดู เอนก นาวิกมูล 2538)

มิติของการโฆษณาเคลื่อนย้ายจากแวดวงธุรกิจของสื่อมวลชน มาสู่การรับรู้ของสังคมในระดับมหภาค เมื่อมีการนำเอารูปแบบโฆษณามาใช้รณรงค์ในทางการเมือง อันเป็นระยะที่ประเทศไทยกำลังก้าวผ่านการปกครองระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ระบอบประชาธิปไตย ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ (transition) นั้น ผู้นำทางการเมืองที่เป็นทหารของไทย ซึ่งได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากเผด็จการฮิตเล่อร์ ได้ก่อตั้ง**กรมโฆษณาการ** เลียนแบบมาจาก The Ministry of Publicity ของเยอรมัน แนวทางการโฆษณาในยุคนี้เป็นไปในลักษณะของ **การโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda)** ที่เริ่มต้นจากแนวคิดเรื่อง 'ชาตินิยม' 'เอเชียนิยม' มาถึงลัทธิ 'เชื่อผู้นำชาติพ้นภัย' ในที่สุด

หลังจากสงครามโลกครั้งที่สองและการต่อสู้ทางการเมืองภายในประเทศสงบลง รูปแบบของการโฆษณาก็ย้อนกลับคืนไปสู่แวดวงธุรกิจอีกครั้ง การขยายตัวของสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ นับตั้งแต่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเลคโทรนิคส์ใหม่ (เช่น วิทยุและโทรทัศน์) เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการขยายตัวของธุรกิจโฆษณา ตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1960s อันเป็นผลพวง

ต่อเนื่องมาจากการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย และการส่งเสริมลัทธิอุตสาหกรรมนิยม สำนึกเกี่ยวกับความสำคัญของการโฆษณายุคนี้ สะท้อนออกมาเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์ที่เชื่อกันว่าสร้างสรรค์ขึ้นโดยผู้กำกับรุ่นใหม่ ข้อความของเนื้อเพลงนั้นเป็นการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเฉพาะที่แสดงออกในวิถีชีวิตของประชาชน เช่น ทำไมน้ำหอมต่างประเทศขวดเล็กนิดเดียว แต่มีราคาแพงมาก เมื่อเคียงเทียบกับขวดน้ำปลาที่มีขนาดใหญ่กว่า และท่ามกลางหลาย ๆ บรรทัดของข้อความในเนื้อเพลงนี้ ก็มีประโยคที่ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับบทบาทและก้าวเข้ามาของโฆษณาที่ว่า

*'ของอะไร ดีหรือไม่ดี ใน**ยุคนี้**ต้อง**โฆษณา**'*

ประโยคดังกล่าวนี้เป็นเสมือนการปักธงแห่งชัยชนะของการโฆษณา ที่ได้มีที่มีทางอย่างแน่นอนในสังคมไทย และทำให้อุดมการณ์แนวคิดเรื่อง 'อย่าอวดดี อวดเก่าง อวดคุณวิเศษ' ตามวัฒนธรรมไทยพุทธศาสนาต้องถอยร่นไป อุดมการณ์ใหม่แห่งการโฆษณานั้นคงจะสอดรับกับการขยายตัวของระบบการผลิตแบบทุนนิยม ที่เน้นย้ำการแข่งขันกันอย่างสูงมากกว่าอุดมการณ์แห่งความอ่อนน้อมถ่อมตนของสังคมไทยพุทธอย่างแน่นอน และยิ่งนับวัน ดูเหมือนว่าเด็กไทยรุ่นใหม่ที่เกิดและเติบโตในช่วงทศวรรษ 1970s เป็นต้นมา ก็จะได้ยินประโยคต่อต้านการโฆษณาในทำนอง 'อย่าอวดดี' 'อย่าอวดเก่ง' น้อยลงเต็มที

ในชั้นนี้ เราอาจสรุปได้ว่า เพียงแค่ 'รูปแบบ' (format) ของการสื่อสารโฆษณาก็ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงออกทางวัฒนธรรมทั้งด้านแนวคิดและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการอรรถาธิบายสรรพคุณของตัวเองหรือสิ่งของอันต่างไปจากรากฐานคำสอนของพุทธศาสนาเสียแล้ว

‘ความเป็นไทย’ ในงานโฆษณา : มุมมองด้านเนื้อหา

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า โดยรูปแบบนั้น การโฆษณาเป็น**รูปแบบการสื่อสารชนิดพิเศษ** เนื่องจากมันมีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักชวนให้ผู้อ่านผู้ชมผู้ฟังคล้อยตามผู้โฆษณา **รูปแบบ**ที่ใช้จึงต้องมีลักษณะเฉพาะตัวที่แน่นอน และเช่นเดียวกัน ในส่วนของ**เนื้อหา**การโฆษณาก็จำเป็นต้องมีสาระที่แน่นอนเหมือนกัน ในที่นี้ผู้เขียนจะเลือกหยิบยกตัวอย่าง**เนื้อหา**ที่เป็นแก่นหลักของการโฆษณาในปัจจุบัน อันมีลักษณะที่ตรงข้ามกับเนื้อหาวัฒนธรรมที่อยู่ในสังคมไทยดั้งเดิม ทั้งนี้เราสามารถเทียบเคียงเนื้อหาของวัฒนธรรมทั้งสองได้ดังนี้

	เนื้อหาสังคมไทย (วัฒนธรรมดั้งเดิม)	**เนื้อหาสารโฆษณา (วัฒนธรรมใหม่)**
● ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ	เน้นความกลมกลืน สันติสุข การอยู่ด้วยกันอย่างปรองดอง และความเชื่อเรื่องจักรวาล	เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลางสรรพสิ่ง มนุษย์เป็นนายเหนือธรรมชาติ
● ท่าทีต่อธรรมชาติและความต้องการของมนุษย์	เน้นการตอบสนองแต่ความต้องการแท้จริง (real need)	เน้นการสร้างและตอบสนองต่อความต้องการเทียม (false need)
● เป้าหมาย/ปรัชญาของการดำรงอยู่	เน้นความสุขทางจิตใจมากกว่าทางร่างกาย/วัตถุ	เน้นความสุขด้านวัตถุ และเชื่อว่าวัตถุสามารถนำไปสู่ความสุขที่แท้จริง

(1) **ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ** เนื่องจากพื้นฐานของพุทธศาสนา ทำให้สังคมไทยดั้งเดิมมีทัศนะต่อมนุษย์และจักรวาลว่ามนุษย์เป็นเพียงเสี้ยวส่วนหนึ่งของสิ่งมีชีวิตและจักรวาล (คล้ายคลึงกับวิธีคิดแบบนิเวศวิทยา) ภายใต้เงื่อนไขนี้ สรรพสิ่งจะอยู่ใต้กฎธรรมชาติหรือวัฏสงสารเดียวกัน อันได้แก่ เกิด แก่ เจ็บ และตาย การเป็นเพียงส่วนเสี้ยวของจักรวาลทำให้มนุษย์รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตนต่อธรรมชาติ และแสวงหาวิธีการที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสันติกับสรรพชีวิตบนโลก อิทธิพลของศาสนาพุทธยังเกื้อให้สังคมไทยเน้นความสำคัญแก่อหิงสธรรม (non-violence) ดังนั้นศีลข้อแรกที่คนไทยยึดเป็นวัตรปฏิบัติจึงเป็นบทบัญญัติที่ว่า การฆ่าสิ่งมีชีวิตทุกอย่างเป็นบาป

ทว่า วิธีคิดแบบใหม่จากตะวันตกกลับถือว่า มนุษย์เป็นนายเหนือธรรมชาติ และสามารถควบคุมสรรพชีวิตได้ คนสมัยใหม่จึงมักไม่กลัวที่จะเอาชนะธรรมชาติ และถือว่ามนุษย์มีสิทธิพิเศษและสำคัญเหนือยิ่งกว่าสิ่งอื่น ๆ ในจักรวาล (anthro-centric) ดังเช่นที่โฆษณายาฆ่ายุงได้สาธิตให้เราเห็นปาณาติบาตต่อยุงและแมลงสาบบนจอโทรทัศน์

(2) **ท่าทีต่อความต้องการของมนุษย์** เนื่องจากพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่เน้นการหลุดพ้นพันธนาการจากการครอบงำทางวัตถุ และถือว่าความต้องการของมนุษย์เป็นกิเลสที่ต้องควบคุมให้มีปริมาณน้อยที่สุด ดังนั้นเมื่อคิดตามหลักอุปสงค์/อุปทาน (demand/supply) แล้ว เศรษฐศาสตร์แบบชาวพุทธจึงเน้นให้ควบคุม**ความต้องการ** โดยให้สนองตอบแต่เฉพาะความต้องการจริงหรือความต้องการพื้นฐาน (real/basic need) เท่านั้น ตรงกันข้าม หลักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่จะเชื่อว่า ความต้องการของคนมีอย่างไม่จำกัด และควร

ยกระดับขึ้นไปอยู่เสมอ จึงจะถือได้ว่าเป็นความก้าวหน้าของมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ท่าทีของวิธีคิดสมัยใหม่จึงเป็นการเพิ่ม**อุปทาน**ให้มากขึ้น ซึ่งจะยังผลต่ออุปสงค์ที่เติบขยายขึ้น พร้อม ๆ กับเป็นการสร้างความต้องการเทียมขึ้นมาด้วยในตัวมันเอง

(3) **เป้าหมาย/ปรัชญาของการดำรงอยู่** พุทธศาสนาเป็นศาสนาที่เน้นความสำคัญแห่งจิต (spiritualism) ดังนั้นคำอธิบายเชิงพุทธจึงต้องการให้มนุษย์ลดละเลิกความต้องการด้านวัตถุให้น้อยที่สุด แล้วหันกลับมาพัฒนาด้านจิตวิญญาณ อันเป็นความสุขที่แท้จริง แต่วัฒนธรรมวิทยาศาสตร์ตะวันตกจะมีเนื้อหาเน้นวัตถุนิยม (materialism) ซึ่งมีหลักปรัชญาอยู่ว่า วัตถุสามารถนำไปสู่ความสุขของมนุษย์ ดังที่ปรากฏในคำขวัญโฆษณาเบียร์ยี่ห้อหนึ่งว่า ‘ความสุขที่คุณดื่มได้’ เป็นต้น

‘ความเป็นไทย’ for sale : จากอดีตถึงปัจจุบันของถนนโฆษณา

ดูผิวเผินแล้ว คุณลักษณะต่าง ๆ ของ ‘วัฒนธรรมไทย’ กับ ‘วัฒนธรรมตะวันตก’ นั้น มีความแตกต่างกันในลักษณะความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม (binary oppositions) ทั้งนี้เพราะโดยพื้นฐานของสื่อโฆษณาเอง เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของตะวันตกที่ถูกนำเข้ามาในสังคมไทย ทั้งในแง่รูปแบบและเนื้อหา จึงเท่ากับว่าการพบกันของโฆษณากับโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย อาจก่อรูปหรือนำมาซึ่งความสัมพันธ์แบบคู่ขัดแย้งตรงข้ามเช่นกัน อย่างไรก็ตาม บนความขัดแย้งหรือคู่ตรงข้ามของสองวัฒนธรรมนี้ ในอีกด้านหนึ่ง เราก็สามารถสัมผัสประสบการณ์ของการนำเอา

'ความเป็นไทย' มาเป็นจุดขายในการโฆษณา ซึ่งอาจถือเป็นรูปแบบของการประสานกันระหว่าง 'วัฒนธรรมไทย' กับ 'วัฒนธรรมตะวันตก'

ร่องรอยการนำ 'ความเป็นไทย' มาใช้ในการโฆษณาสมัยใหม่ เริ่มต้นกันในมิติทางการเมืองก่อน โดยเฉพาะในช่วงที่สงครามโลกครั้งที่สองระเบิดขึ้น ในขณะที่ทางยุโรป เยอรมันได้กล่าวประณามชาวยิวว่าเป็นต้นตอแห่งความล้มเหลวทางเศรษฐกิจของชาวยุโรปทั้งมวล ในประเทศไทย กลุ่มผู้ปกครองก็ตราประทับชาวจีนหรือ 'ชาวยิวแห่งบูรพทิศ' ให้เป็นแพะรับบาปของความล้มเหลวทางเศรษฐกิจในช่วงสงครามเช่นกัน นโยบายดังกล่าวยังคงถูกรณรงค์มาอย่างต่อเนื่องตราบแม้นสงครามโลกครั้งที่สองยุติลงแล้วก็ตาม และเมื่อผู้นำประเทศได้ขับนาวาสังคมไทยเข้าสู่ระบบทุนนิยมแบบชาตินิยม (nationalist capitalism) คนไทยในช่วงเวลาดังกล่าวก็ตระหนักถึงคำขวัญการรณรงค์ของรัฐบาลที่ว่า 'ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ' ซึ่งเป็นต้นแบบการนำ 'ความเป็นชาติไทย' มาเป็นจุดขายของงานโฆษณาในกาลต่อมา แม้จนกระทั่งในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 1990s ที่ประเทศไทยต้องประสบกับสภาวะเศรษฐกิจถดถอย กลยุทธ์การรณรงค์เศรษฐกิจแบบชาตินิยม โดยเฉพาะด้านการบริโภค เช่น 'กินของไทย ใช้ของไทย ร่วมใจประหยัด' ก็ยังคงถูกใช้เป็นทางเลือกในการปัดเป่าปัญหาเศรษฐกิจของชาติ

ในปี 2537 (1994) รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีแห่งการรณรงค์วัฒนธรรมไทย ที่แผ่ขอบเขตกว้างขวางไปทั่วประเทศ จากการริเริ่มรณรงค์กิจกรรมต่าง ๆ ในภาครัฐ ขยายสู่เสียงขานรับจากภาคธุรกิจเอกชนที่เข้าร่วมโครงการรณรงค์ดังกล่าวอย่างแข็งขัน ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดในกรณีนี้ก็คือ การเกิดขึ้นของสปอตโฆษณาโทรทัศน์จำนวนมากมาย ที่นำเอา 'ความเป็นไทย' มาใช้เป็นจุดขายดึงดูดใจ (appeal) และหากเราให้คำนิยามว่า 'วัฒนธรรมใน

สังคมหนึ่ง ๆ ถือว่าเป็นมรดกตกทอดของสังคมนั้น ๆ' แล้ว ในช่วงปีดังกล่าวก็อาจกล่าวได้ว่า เป็นห้วงแห่งการสำรวจทรัพย์สินมรดกของสังคมไทยว่าเหลืออยู่มากน้อยเพียงไร และในอีกด้านหนึ่ง ก็เป็นช่วงเวลาแห่งการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย ที่กำลังอยู่ท่ามกลางวงล้อมของกระแสโลกาภิวัตน์ครั้งใหญ่อีกครั้งหนึ่ง

พินิจ 'นิทานพื้นบ้าน' บนสายธารแห่งโฆษณาโทรทัศน์

ในท่ามกลางกระแสธารการนำเอา 'ความเป็นไทย' มาเป็นจุดขายในงานโฆษณา ที่ก่อตัวกันมาตั้งแต่ปี 2537 นั้น 'ความเป็นไทย' ที่โฆษณาสามารถนำมาเสนอขาย มีทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม ตัวอย่างนามธรรมของ 'ความเป็นไทย' ได้แก่ ลักษณะความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การยินดีต้อนรับแขก การเป็นชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง การมีประวัติศาสตร์ชาติอันยาวนานและน่าภาคภูมิใจ เป็นต้น และในส่วนที่เป็นรูปธรรมนั้น ได้แก่ การแต่งกาย อาหารการกิน การระบำรำฟ้อน เป็นต้น

และในจักรภพอันกว้างใหญ่แห่ง 'ความเป็นไทย' ที่โฆษณาโทรทัศน์นำมาผลิตซ้ำใหม่ในเชิงวัฒนธรรมนั้น นิทานพื้นบ้าน (folklore) เป็นตัวอย่างหนึ่งในการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยได้ค่อนข้างชัดเจน นิทานพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบย่อยหนึ่งที่มีอยู่ในวัฒนธรรมของทุก ๆ สังคมดั้งเดิม ต้นกำเนิดของนิทานพื้นบ้านนั้นควบคู่มากับสังคมทุกสังคม โดยมีรูปแบบการเล่าเรื่อง (narratives) อันกอปรขึ้นด้วยการสร้างตัวละคร ฉากและส่วนประกอบฉาก บทสนทนา ปมขัดแย้ง การดำเนินเรื่อง รวมทั้งมีความหมายหรือเป้าหมายของการเล่าเรื่องที่แทรกแฝงอยู่ในเนื้อหา (ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง 2537) ความสัมพันธ์ระหว่างนิทานพื้นบ้านกับสังคมที่มันก่อกำเนิด

ขึ้นมา มีลักษณะเป็นแบบทวิลักษณ์ กล่าวคือ ในด้านหนึ่ง นิทานพื้นบ้านเป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริงของสังคมนั้น ๆ เช่น นิทานเรื่องก่องข้าวน้อยฆ่าแม่เพราะความหิว ก็สะท้อนให้เห็นสภาพความอดอยากแร้นแค้นของสังคมอีสาน แต่ในอีกด้านหนึ่ง นิทานพื้นบ้านนั้นก็มีหน้าที่ทางสังคมอีกหลายประการ เช่น เป็นช่องทางสำหรับระบายความคับข้องใจของสังคม ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะจริยธรรม ทำหน้าที่สลายความขัดแย้งทางสังคม ทำหน้าที่ให้ความบันเทิงในสังคม ทำหน้าที่เชื่อมโยงมนุษย์กับโลกและจักรวาล เป็นต้น

จากนิทานพื้นบ้านที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาจำนวนมากมายนั้น ผู้เขียนขอเลือกหยิบยกบางตัวอย่างมาวิเคราะห์ เพื่อชี้ให้เห็นแนวทางที่โฆษณานำนิทานพื้นบ้านมาเป็นจุดขายต่อสาธารณะ

(1) **พระลอตาม**(Mc)**ไก่**

‘**พระลอ**’: **เนื้อเรื่องเดิม** เป็นเรื่องของกษัตริย์หนุ่มรูปงามที่ชื่อ ‘พระลอ’ ซึ่งอภิเษกสมรสแล้ว แต่เนื่องจากกิตติศัพท์เรื่องรูปโฉมอันงดงามได้สดับไปถึงพระกรรณแห่งพระเพื่อนพระแพง พระธิดาฝ่าแฝดของเจ้าเมืองฝ่ายศัตรู พระธิดาทั้งสองปรารถนาจะได้พระลอมาเป็นสามี จึงให้ปู่เจ้าสมิงพรายที่มีมนต์วิเศษเสกไก่แก้วที่มีรูปลักษณ์งดงามไปล่อลวงพระลอ เมื่อพระลอเห็นไก่ก็หลงใหลและไล่ตามจับ จนกระทั่งมาพบพระธิดาทั้งสอง และตกหลุมรักจนได้เสียกัน ต่อมาพระบิดาของพระลอพากองทัพยกมารบแย่งตัวพระลอคืน สงครามจบลงด้วยโศกนาฏกรรมความตายของพระลอและพระธิดาทั้งสองพระองค์

‘**พระลอ**’ **ในโฆษณาโทรทัศน์** เปิดฉากด้วย ‘พระลอ’ ที่แต่งกายแบบโบราณ แต่ทว่ามีหนวด (แม้ปกติพระเอกในวรรณกรรมพื้นบ้านจะไม่มีหนวด เพราะหนวดเป็นสัญญะของความตลกขบขันหรือดุร้าย) พระลอมีลักษณะ

ทันสมัยเพราะขับรถอย่างเร็ว เช่นเดียวกับ 'ไก่' ที่พระลอไล่ตามก็ขับรถเช่นเดียวกัน 'ไก่' นี้มีลักษณะเป็นไก่ธรรมดา ไม่มีความสวยงามเหมือนไก่ในต้นฉบับเดิม เนื้อเรื่องแสดงให้เห็นฉากไล่ล่าระหว่างพระลอกับไก่เลียนแบบฉากหนังแอคชั่นของฮอลลีวู้ดที่พระเอกกับผู้ร้ายตามล่ากัน ไคลแม็กซ์ของเรื่องดำเนินมาถึงเมื่อพระลอเหลือบเห็นป้าย McDonald และจอดรถลงไปหา Mcไก่ พร้อมมีเสียงบรรยายว่า 'ติดตามไก่ร้อนแรง ราดด้วยซอส...' ฉากสุดท้ายจบลงด้วยไก่ตัวหนึ่งอยู่บนรถคันเดียวกันกับพระลอ แต่พระลอให้ความสนใจกับ Mcไก่ มากกว่าไก่ตัว

วิเคราะห์ความหมายเปรียบเทียบ

สัญญะ	ความหมายเดิม	ความหมายใหม่
'พระลอ'	ชายหนุ่มผู้มีรูปงาม ที่แม้จะมีภรรยาแล้ว แต่ก็ยังเป็นที่หมายปองของหญิงอื่น	ชายหนุ่มผู้มีแต่ความตลกขบขัน
'ไก่'	มีความหมายถึงเครื่องมือที่ใช้ล่อลวงเป็นนกต่อ ถูกสร้างขึ้นด้วยเวทมนตร์คาถา มีรูปร่างงดงามมากจนทำให้พระลอหลงไหลอยากได้	มีความหมายสองแบบ แบบแรกคือ 'ไก่ธรรมดาๆ' ตัวหนึ่ง อีกความหมายหนึ่งคือ 'อาหาร' ที่อาจจะมีรสชาติทำให้พระลอหลงไหลได้เช่นกัน
สถานะของไก่	ไก่เคยเป็นเพียงวิถีทาง (means) ที่นำพระลอไปสู่พระเพื่อนพระแพง	Mc ไก่เป็นเป้าหมาย (end) ของพระลอยุคใหม่เลย

ความหมายของเรื่อง ในขณะที่พระลอต้นฉบับนั้น มีปมปัญหาคือเรื่องความรัก ความแค้นระหว่างวงศ์ตระกูล และเนื้อเรื่องดำเนินไปสู่ฉากโศกนาฏกรรมตอนจบคือความตาย แต่ทว่าปัญหาของพระลอสมัยใหม่กลับ

เป็นเรื่องการกิน การตามล่าอาหารที่มีรสชาติเอร็ดอร่อย และนำสู่ฉากจบอย่างสุขนาฏกรรม (happy ending) คือ การได้กิน Mcไก่ เข้าทำนอง 'รักไม่ยุ่ง มุ่งแต่กิน'

(2) '**นรก**' **ยังต้องแพ้ฮอลล์**

'**นรก**' : **เนื้อเรื่องเดิม** ทั้งแนวคิดและการสร้างภาพของ 'นรก' ในทัศนะแบบไทยนั้น เกิดมาจากคัมภีร์พุทธศาสนาเล่มสำคัญที่มีมาแต่ยุคสุโขทัย คือ 'ไตรภูมิพระร่วง' (เมื่อประมาณ 700 ปีมาแล้ว) ในคัมภีร์ไตรภูมิได้กล่าวถึงโลกทั้งสาม อันเป็นที่อยู่ของกลุ่มสรรพชีวิตต่าง ๆ และมีความหมายเชิงนัยยะที่แตกต่างกัน **สวรรค์** เป็นที่สถิตอยู่ของเทวดา รวมทั้งวิญญาณของคนที่กระทำกุศลกรรม เมื่อคนเหล่านี้ตายไป จะไปเกิดใหม่อยู่ ณ ที่แห่งนี้ บนสวรรค์จึงเต็มไปด้วยความสุขสบาย น่ารื่นรมย์ **โลกมนุษย์** เป็นที่อยู่ของคนและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ เป็นสถานที่ที่มีความสุขและความทุกข์คละเคล้ากันไป และ **นรก** เป็นที่รวมของผีปีศาจและวิญญาณของคนที่ทำความชั่ว เมื่อตายไปแล้วจะต้องตกไปอยู่ในนรกภูมิชั้นต่าง ๆ ในนรกมีแต่ความทุกข์ทรมาน มีบรรยากาศที่น่าสะพรึงกลัว มีไฟเผาผลาญให้ร้อนไปทั่ว และมีเครื่องทรมานแบบต่าง ๆ เช่น กระทะทองแดง ต้นงิ้ว ประหนึ่งเครื่องทรมานในคุก ในนรกนี้ ยังมีพญายมเป็นผู้ทรงอำนาจ พร้อมสมุนซ้ายขวาคือ สุวรรณ และสุวาร ทั้งสามจะทำหน้าที่เป็นผู้พิพากษาตัดสินโทษผิดของมนุษย์ คล้าย ๆ กับกระบวนการในศาล

'**นรก**' **ในโฆษณาลูกอมฮอลล์** ฉากแรกเริ่มต้นด้วยป้ายสีเขียวแบบป้ายสัญญาณทางหลวงบอกทางไปสู่นรก เป็นการนำรูปแบบวิถีชีวิตของสังคมที่ทันสมัยมาใช้ จากนั้นเป็นภาพของนรกที่มีไฟร้อน ๆ อยู่ทั่วไปตามลักษณะ 'นรก' ในความเชื่อเดิม รวมทั้งมีกระทะทองแดง เครื่องลงทัณฑ์ชิ้นสำคัญ พร้อมทั้งมีเสียงโหยหวนคร่ำครวญถึงความร้อนของวิญญาณที่ตกนรก

ติดตามด้วยเสียงประกาศจากพญายมถามหาคนชื่อ ‘บุญเย็น’ และแจ้งข่าวว่ามีญาติทำบุญด้วยลูกอมฮอลล์มาให้ บรรยากาศคล้าย ๆ กับการเรียกชื่อในศาล แต่ทว่าแนวคิดเรื่องญาติผู้ตายทำบุญอุทิศส่วนกุศลยังคงเป็นแนวคิดแบบดั้งเดิม โฆษณาแสดงให้เห็นภาพที่ว่าชายที่ชื่อ ‘บุญเย็น’ รู้สึกดีใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้ลูกอมฮอลล์ จนกระทั่งพญายมต้องพูดแบบกระแหนะกระแหนว่า ‘ได้ฮอลล์มาเม็ดเดียว ดีใจยังกะได้ขึ้นสวรรค์’ ฉากถัดมาเป็นฉากที่ ‘บุญเย็น’ อมฮอลล์แล้ว เกิดภาพน้ำตกขนาดใหญ่ มีน้ำไหลกระเซ็นดูชุ่มเย็น และโฆษณาปิดท้ายด้วยภาพน้ำจากน้ำตกนั้น ได้ไหลท่วมบัลลังก์ศาลของพญายม และสมุนขวาซ้ายแสดงอาการตกใจในอิทธิฤทธิ์ของลูกอมฮอลล์ ที่ให้ความชุ่มเย็นจนสามารถดับไฟร้อนในนรกโลกันต์ได้

วิเคราะห์ความหมายเปรียบเทียบ

สัญญะ	**ความหมายเดิม**	**ความหมายใหม่**
นรก ไฟ และกระทะทองแดง	เป็นสถานที่ที่มีแต่ความทุกข์ทรมาน เป็นที่ลงโทษผู้กระทำความผิด มีบรรยากาศที่น่าหวาดกลัว โดยที่ไฟทำให้เกิดความรู้สึกร้อนแรงอย่างแสนสาหัส	เอาฉากของนรกมาในตอนเริ่มต้น และสร้างความหมายเดียวกันแบบความหมายเดิม แต่ได้เปลี่ยนความหมายใหม่ในตอนท้ายเรื่อง
พญายม สุวรรณ สุวาร	เป็นตัวแทนของผู้มีอำนาจ มีอาญาสิทธิ์ในการกำหนดตัดสินโทษวิญญาณที่กระทำชั่ว	ในระยะแรกได้ใช้ความหมายของพญายมและลูกสมุนแบบดั้งเดิม แต่ในตอนท้าย ภาพของพญายมและสมุนทั้งสองกลับกลายเป็นผู้ที่ตื่นตระหนกในอิทธิฤทธิ์แห่งลูกออมฮอลล์

ลูกอมฮอลล์	ไม่มีความหมายเดิม	เป็นตัวแทนของความชุ่มเย็นราวกับธารน้ำตก

ความหมายของเรื่อง การสร้างแนวคิดเรื่องนรกที่ปรากฏในไตรภูมิพระร่วงนั้น มีเป้าหมายเพื่อข่มขู่ให้คนยับยั้งชั่งใจในการกระทำความผิดนานัปการ เหมือนบทลงโทษในกฎหมายปัจจุบัน เช่น ถ้าผู้ใดกระทำผิด เมื่อตายไปจะตกนรกและถูกต้มเผาผลาญวิญญาณชั่วในกระทะทองแดง แต่ในความหมายใหม่นั้น โฆษณาได้แสดงอิทธิฤทธิ์ในการ 'ดับร้อน สร้างความชุ่มเย็น' ของลูกอมฮอลล์ที่มีอานุภาพไร้ขอบเขต แม้แต่ในนรก ลูกอมฮอลล์ก็ยังติดตามไปดับทุกข์ทรมานให้ได้ ดังนั้นความหมายใหม่ในโฆษณาก็คือ 'ไม่ต้องกลัวความร้อนในนรก ถ้าพกฮอลล์ไปด้วย'

(3) '**แม่นาก**' **หัวเทียนบอด**

'**แม่นากพระโขนง**' : **<u>เนื้อเรื่องเดิม</u>** เป็นเรื่องที่มีการกล่าวอ้างว่ามาจากเหตุการณ์จริง เนื้อเรื่องเกิดขึ้นบริเวณชานเมืองกรุงเทพเมื่อร้อยกว่าปีมาแล้ว (สมัยรัชกาลที่ 4) หญิงสาวชื่อ 'นาก' และชายหนุ่มชื่อ 'มาก' รักกันมาก แต่ก็ถูกกีดกันจากอุปสรรคต่าง ๆ นานา แต่ในท้ายที่สุด ก็ได้มาใช้ชีวิตร่วมกัน เมื่อ 'นาก' ตั้งท้อง 'มาก' ก็ถูกเกณฑ์ทหารไปทำสงคราม จากนั้นเมื่อครบกำหนดคลอด เนื่องจากการคลอดผิดปกติและระบบแพทย์แผนใหม่ยังไม่เข้าถึง 'นาก' จึงเสียชีวิตจากการคลอดพร้อมกับลูกในท้อง อย่างไรก็ตามเนื่องจากเธอมีความรักความผูกพันกับสามีมาก วิญญาณจึงแปลงกายมาเป็นคน และกลับมาอยู่กับสามีที่กลับมาจากสงครามแต่ไม่รู้ว่าภรรยาเสียชีวิตแล้ว เรื่องราวดำเนินต่อไป เมื่อวิญญาณ 'แม่นาก' ได้ฆ่าทุกคนที่เป็นอุปสรรคในชีวิตรักของเธอกับสามี สัญญะประจำตัวของ 'แม่นาก' คือ เป็นผีที่อุ้มลูกไปด้วย เพราะตายทั้งกลม และจะเรียกหาสามีด้วยเสียงยานคางแบบผีว่า 'พี่มาก๋า...'

‘แม่นาก’ ในโฆษณาน้ำมันเครื่อง Castrol ฉากแรกเป็นบริเวณวัดยามดึก พร้อมเสียงหมาหอนโหยหวน อันเป็นบรรยากาศที่คนไทยเชื่อว่าเป็นที่ทางที่ผีจะปรากฏตัว มีผีผู้หญิงที่ทำให้รู้ว่าเป็น ‘แม่นาก’ เพราะยืนอุ้มลูกอยู่ที่หลืบมุมหนึ่งของกำแพงวัด อีกมุมของวัด มีผู้ชายคนหนึ่งกำลังพยายามสตาร์ทเครื่องมอเตอร์ไซด์อย่างเร่งรีบ ชวนให้เข้าใจว่า ชายผู้นี้ก็เหมือนกับคนไทยทั่วๆ ไปที่พยายามจะหนีไปจากบรรยากาศอันวังเวงน่ากลัวดังกล่าว หลังจากสตาร์ทอยู่หลายครั้ง เครื่องยนตร์ก็ยังไม่ติด ผีแม่นากที่ยืนอยู่ใกล้ ๆ ก็แสดงความคิดเห็นด้วยการออกเสียงยานคางว่า ‘สงสัยหัวเทียนบอด’ ตามมาด้วยเสียงบรรยายว่า ‘บอกแล้วว่าให้ใช้น้ำมันเครื่อง…’

วิเคราะห์ความหมายเปรียบเทียบ

สัญญะ	ความหมายเดิม	ความหมายใหม่
ฉากวัด เวลาดึก เสียงหมาหอน	เป็นเวลาและสถานที่ที่ผีจะปรากฏตัว	ใช้ความหมายเดิม
แม่นากอุ้มลูก	เป็นผู้หญิงที่มีความรัก ความผูกพันกับสามี เป็นผีที่มีอิทธิฤทธิ์มาก มีมือยาวเอื้อมาบีบคอคนตาย เป็นผีที่มีความดุร้าย	ไม่ได้แสดงความหมายเดิมเลย อิทธิฤทธิ์ของแม่นากอยู่ที่ความรอบรู้ว่าเพราะเหตุใด เครื่องยนต์จึงสตาร์ทไม่ติด ราวกับเป็นช่างซ่อมรถคนหนึ่ง
ชายที่สตาร์ทมอเตอร์ไซด์	เป็นตัวแทนของคนไทยทั่วๆไปที่เวลาตกอยู่ในช่วงที่ต้องเผชิญกับผีจะใช้วิธีวิ่งหนี	ใช้ในความหมายเดิม เมื่อเจอผีก็ขาดสติ แะคิดไม่ออกว่าทำไมรถจึงสตาร์ทไม่ติด

ประโยคที่แม่นากพูด	ปกติวรรคทองของแม่นากที่พูดอยู่เสมอคือ ‘พี่มากจ๋า’ เรียกชื่อสามีแสดงความรักและผูกพัน	ในโฆษณานี้ แม่นากสามารถลืมความสนใจสามีไปได้ชั่วครู่และหันมาสนใจอาการของรถพร้อมกับเปลี่ยนประโยคคาสสิกมาเป็น ‘สงสัยหัวเทียนบอด’

ความหมายของเรื่อง แม้จะหยิบเอารูปแบบตัวละคร ฉาก เวลา เสียงประกอบ มาใช้ แต่ทว่าโฆษณาไม่ได้นำเอาความหมายเดิมมาใช้เลย แม่นากไม่ใช่ผีที่น่ากลัว ไม่ได้หักคอผู้ชายที่กำลังพยายามสตาร์ทมอเตอร์ไซด์ และไม่ได้สนใจแม้แต่เรื่องความรัก หากแต่กลายเป็นผีที่มีความรู้แบบช่างซ่อมรถและมีความสนใจในเครื่องยนตร์กลไกมากพอที่จะวินิจฉัยปัญหาขัดข้องทางเทคนิคของรถมอเตอร์ไซด์ ซึ่งนับเป็นการสร้างภาพผีแม่นากให้ทันสมัยอย่างมาก

(4) ‘**พระอภัยมณี**’ **ก็ใช้** Trane

‘**พระอภัยมณี**’ : **เนื้อเรื่องเดิม** ‘พระอภัยมณี’ เป็นจินตนาการที่รังสรรค์ขึ้นโดยมหากวีสุนทรภู่ เนื้อเรื่องเริ่มจากพระอภัยมณีสำเร็จวิชาเป่าปี่จากพระอาจารย์สำนักทิศาปาโมกข์ เมื่อเดินทางกลับวัง พระบิดากริ้วมากเนื่องจากวิชาปี่ที่เรียนมาไม่ยังประโยชน์แก่การปกครองอาณาประชาราษฎร์ จึงทรงขับไล่พระโอรสออกจากวัง ระหว่างที่โซซัดโซเซจากวังมาพร้อมกับศรีสุวรรณผู้น้องชาย ก็ได้มาพบกับสามพราหมณ์ผู้ปรารถนาจะยินเพลงปี่ของพระอภัยมณี ขณะที่พระอภัยมณีทรงปี่อยู่นั้น เสียงเพลงได้สะกดให้พระอนุชาและสามพราหมณ์เคลิ้มหลับ ในขณะเดียวกับที่มนต์เพลงก็ลอยลมไปกระทบโสตนางผีเสื้อสมุทรจนเกิดคลุ้มคลั่งหลงรัก นางยักษ์จึงวิ่งจากทะเลขึ้นมาพราก

ตัวพระอภัยมณีไป ภายหลังทั้งสองได้อยู่กินกันฉันสามีภรรยา จนมีบุตรชายชื่อสินสมุทร เวลาผ่านไปพระอภัยมณีได้มาเจอกับนางเงือกและพ่อแม่ครอบครัวเงือกอาสาพาพระอภัยมณีและสินสมุทร ขี่หลังพาหนีจากนางผีเสื้อสมุทรไปที่เกาะแก้วพิสดาร แต่นางยักษ์ตามมาจนทันและฆ่าพ่อแม่เงือกที่สละชีวิตเพื่อลูกสาว เมื่อมาถึงเกาะ พระอภัยมณีได้ใช้มนต์เพลงปี่สังหารนางผีเสื้อสมุทรจนอกแตกตาย

‘**พระอภัยมณี**’ : **ในโฆษณาน้ำมันเครื่องเทรน** โฆษณาเปิดเรื่องด้วยภาพพระอภัยมณีแต่งกายในชุดโบราณ และเป่าปี่คลอเคลียกับนางเงือกอยู่ที่ท่าเรือมาบตาพุด เป็นการแปลงชายหาดเกาะแก้วพิสดาร (ซึ่งเชื่อกันว่าสุนทรภู่ได้แรงบันดาลใจจินตนาการมาจากชายหาดและเกาะแห่งหนึ่งที่ระยอง) ให้ดูทันสมัยหรือร่วมสมัยขึ้นเป็นท่าเรือพาณิชย์ภาคตะวันออก มนตราของเพลงปี่ลอยไปกระทบโสตสัมผัสของนางผีเสื้อสมุทรดังในนิทานกลอน นางยักษ์เกิดคลุ้มคลั่งอยากได้ตัวพระอภัยมณีไปครอง แต่พระอภัยมณีก็ไหวตัวทัน อุ้มหอบนางเงือก (ที่ตัวเป็นคนแต่หางสีเขียวเหลือบ ๆ เป็นปลา) บึ่งหนีขึ้นรถบรรทุกออกจากท่าเรือไป เสียงพระอภัยมณีบอกนางเงือก (และผู้ชม) ว่า ‘ไม่ต้องห่วง เรามีเทรน’ นางผีเสื้อสมุทรยังคงออกติดตาม และขว้างโซ่ตรวนเส้นยักษ์คล้องล่ามรถบรรทุกเอาไว้ ประหนึ่งคาวบอยหนังฝรั่งขว้างบ่วงบาศใส่ม้าพยศ แต่กำลังม้าของรถบรรทุกที่ใช้เทรนก็เหนือชั้นกว่ากำลังของนางยักษ์ ลากนางถูก้นไปกับท้องถนนจนไฟลุกและชนกับตอหิน โฆษณาจบเรื่องด้วยเสียงร้อง ‘ยากส์…’ อันโหยหวนของนางผีเสื้อสมุทรผู้พ่ายแพ้พลังน้ำมันเครื่องเทรน มิใช่อกแตกตายเพราะเสียงปี่ดังในนิทานดั้งเดิม

วิเคราะห์ความหมายเปรียบเทียบ

สัญญะ	ความหมายเดิม	ความหมายใหม่
พระอภัยมณี	ชายหนุ่มรูปงามผู้ยึดมั่นในคุณค่าวิชาปี่ และสามารถเป่าปี่บันดาลความรู้สึกใดๆ ก็ได้ ในขณะเดียวกัน เสียงปี่อันชวนหลงไหลก็เป็นทั้งจุดกำเนิดและจุดสิ้นสุดของโศกนาฏกรรมความรักของตนกับนางผีเสื้อสมุทร	ชายหนุ่มรูปงามผู้สามารถใช้วิชาปี่สะกดให้ผู้หญิงเคลิบเคลิ้มหลงรักมนปี่อาจจุดประกายให้นางยักษ์คลุ้มคลั่งตอนต้นเรื่อง แต่โศกนาฏกรรมสิ้นสุดลงได้เมื่อพระอภัยมณีตัดสินใจใช้เทรนแทนการใช้เสียงปี่สังหารนางผีเสื้อสมุทร
นางผีเสื้อสมุทร	นางยักษ์ผู้หลงใหลและยึดมั่นในความรักจนตัวตาย	นางยักษ์ผู้ยึดมั่นในความรักก็จริง แต่ก็เป็นนางตลกที่เลียนแบบโคบาลในหนังคาวบอย และต้องตายเพราะถูกรถบรรทุกหลายกำลังม้าลากไปชนหิน
ฉากริมหาด	ฉากเกาะแก้วพิสดารที่สะท้อนถึงจินตนาการอันสูงส่งและงดงามของมหากวี	อาศัยความหมายเดิมว่าเป็นเพียงแค่ริมทะเล แต่ก็ถูกแปลงโฉมใหม่ให้ดูทันสมัยว่าเหตุเกิดที่ชายหาดก็จริง แต่เป็นบริเวณโกดังสินค้าท่าเรือพาณิชย์ที่มาบตาพุด

สัญญะ	ความหมายเดิม	ความหมายใหม่
การหนีนางยักษ์	สะท้อนภาพการร่วมมือร่วมแรงระหว่างทั้งมนุษย์และอมนุษย์ และการเสียสละชีวิตของพ่อเงือกแม่เงือกเพื่อรักษาชีวิตลูกสาวและพระอภัยมณี	ไม่พูดถึงการร่วมมือกันระหว่างมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ แต่เน้นการอาศัยรถบรรทุก สะท้อนว่าการพึ่งพาทางเทคโนโลยีสูงส่งกว่ากำลังของมนุษย์และจินตนาการ
ความตายของนางผีเสื้อสมุทร	แสดงให้เห็นถึงอำนาจเหนือธรรมชาติ เช่นเสียงปี่ที่สามารถกำหนดการดำรงอยู่และความตายของชีวิต	ยังคงยืนยันความหมายเดิมว่านางอมนุษย์ต้องพบจุดจบด้วยตัวละครเอกเสมอ แต่มิใช่ด้วยอำนาจเหนือธรรมชาติของเสียงปี่ หากแต่เป็นด้วยอำนาจของเทคโนโลยีสมัยใหม่ของน้ำมันเครื่อง

ความหมายของเรื่อง การสร้างเรื่อง ‘พระอภัยมณี’ ยืนอยู่บนพื้นฐานของจินตนาการที่เชื่อในพลังอำนาจเหนือธรรมชาติ เช่น เสียงปี่ที่มีมนต์สะกดให้คนเคลิบเคลิ้ม หรือแม้แต่ใช้เป็นอาวุธสังหารชีวิตได้ ตัวละครต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงการผจญภัยในจินตนาการ และย้ำถึงการสละแรงร่วมกันของมนุษย์และอมนุษย์ เพื่อจะนำไปสู่จุดหมายปลายทางบางอย่าง เช่นที่พ่อแม่

เงือกและสินสมุทรช่วยพระอภัยมณีให้หนีนางยักษ์ ทว่า ความหมายใหม่จากโฆษณานั้น ไม่เพียงแต่ละลืมตัวละครกลุ่มผู้ช่วยเหลือต่าง ๆ เหล่านี้แค่นั้น ยังตอกย้ำอีกด้วยว่า จินตนาการและการร่วมมือร่วมแรงของมนุษย์ไม่สำคัญเท่ากับการพึ่งพาเทคโนโลยี เกาะแก้วพิสดารไม่ใช่ทางออกในโลกสมัยใหม่เมื่อเทียบเคียงกับนิคมอุตสาหกรรม พลังลมปากเป่าปี่ไม่มีอิทธิฤทธิ์แรงเท่าพลังน้ำมันเครื่องรถบรรทุก และถึงที่สุด โฆษณาก็สร้างความหมายใหม่ว่า พลังเหนือธรรมชาติก็ยังพ่ายอำนาจแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

จากผลการวิเคราะห์ตัวอย่างโฆษณาทั้ง 4 เรื่อง ที่มีการนำเอา 'ความเป็นไทย' ในรูปแบบของนิทานพื้นบ้านมาใช้ เราจะเห็นกลยุทธ์ของ 'การผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม' (cultural hybridisation) ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากโฆษณาเหล่านี้ได้ผสมผสานทั้งในส่วนที่เป็นวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์/ตะวันตก และวัฒนธรรมพุทธศาสนา/ไทย แต่อย่างไรก็ดี คำถามที่ผู้เขียนสนใจในลำดับถัดไปก็คือ รูปแบบของการผสมข้ามสายพันธุ์นั้นมีลักษณะแบบใด

ผู้เขียนมีความเห็นว่า รูปแบบการผสมข้ามสายพันธุ์วัฒนธรรมที่เป็นหลักก็คือ มีการรักษา**รูปแบบ**ของท้องถิ่น (local form) เอาไว้ หรืออาจดัดแปลงบ้าง แต่ทว่าในแง่ของ**เนื้อหา** (content) แล้ว จะเป็นวิทยาศาสตร์/ตะวันตกแทบทั้งสิ้น ดังนี้

- ในแง่ของ**รูปแบบ** (form/format) ที่หยิบวัฒนธรรม**ท้องถิ่น**มาใช้นั้น รูปแบบความเป็นไทยปรากฏอยู่ตั้งแต่ในระดับ**ตัวละคร**ที่อยู่ในนิทานพื้นบ้าน ไม่ว่าจะเป็น พระลอ พญายม แม่นาก และพระอภัยมณี ซึ่งทั้งหมดก็ยังคงอาศัยเครื่องแต่งกายแบบเก่าดั้งเดิม หรือ **ฉาก** เช่น นรก วัด หรือชายหาดของเกาะ

- ในแง่ของ**รูปแบบ** (form/format) ที่มีการ**ดัดแปลง**ให้เป็นแบบ**สมัยใหม่**มากขึ้น ปรากฏตัวอยู่ ณ หลาย ๆ จุดในโฆษณา เช่น

(1) วิธีการตามล่าไก่ของพระลอ มีลักษณะทันสมัยเป็นตะวันตกมากขึ้น เช่น ตามด้วย

(2) การขับรถไล่ล่าเหมือนอยู่ในนิวยอร์ก

(3) การใช้ป้ายบอกทางไปนรก แสดงให้เห็นลักษณะความเป็นเมือง (urbanism) ที่ต้องมีสัญญาณการจราจร มิใช่การถามทางจากผู้คน

(4) ในยุคสมัยแม่นากต้นฉบับ การเดินทางมักจะเป็นทางเรือ เนื่องจากเป็นสังคมเกษตรกรรม แต่แม่นากยุคอุตสาหกรรมจะมาหลอกหลอนคนที่เดินทางโดยรถมอเตอร์ไซด์

(5) ชายหาดเกาะแก้วพิสดารถูกแปลงโฉมจนกลายเป็นท่าเรือพาณิชย์มาบตาพุด ที่ดูทันสมัยกว่า และการว่ายน้ำหนีนางยักษ์ของพระอภัยมณีกับกลุ่มเงือก ก็ดูช้าเกินไป จึงต้องถูกดัดแปลงให้เป็นการบึ่งรถบรรทุกหนีนางผีเสื้อสมุทร

- ในแง่**เนื้อหา** (content) แบบ**ท้องถิ่น**ที่ถูกหยิบมาใช้ แม้ว่าความเชื่อปลีกย่อยดั้งเดิมอาจถูกนำมาเสนอในโฆษณา เช่น ความเชื่อว่านรกเป็นที่พิพากษาลงทัณฑ์คนชั่ว ญาติผู้ตายสามารถทำบุญอุทิศส่วนกุศลไปให้คนตายได้ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม การนำความหมายเดิมมาใช้นี้ มักจะถูกหยิบมาเฉพาะในตอนต้น ๆ ของการเล่าเรื่อง แล้วความหมายดังกล่าวก็จะถูกบิดพลิ้วไปในตอนท้ายหรือตอนจบ

- ในแง่ของการ**ดัดแปลง**ด้าน**เนื้อหา** (content) ให้เป็น**แบบใหม่** เป็นกรณีที่เกิดขึ้นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น

(1) การดัดแปลงความหมายของตัวละคร เช่น พระลอไม่ใช่ชายหนุ่มรูปงามแต่เป็นตัวตลก แม่นากไม่ใช่ผีที่น่ากลัวแต่เป็นเหมือนช่างซ่อมรถ พญายมไม่ได้มีอำนาจมากมายและสู้ไม่ได้แม้แต่ฮอลล์เม็ดเดียว และพระอภัยมณีไม่ใช่ชายผู้มีความรู้ในมนต์เพลงปี่เท่ากับการเป็นสิงห์รถบรรทุก

(2) การเผชิญปัญหา (concern) ของตัวละคร หรือแก่นความขัดแย้ง (conflict) ของนิทานพื้นบ้านถูกแปลงเปลี่ยนไป เช่น ปัญหาของพระลอไม่ใช่เรื่องความรัก แต่เป็นการกิน ซึ่งอาจตีความได้ว่า เป็นการเอาลัทธิบริโภคนิยม (consumerism) เข้ามาแทนลักษณะแบบสันโดษธรรม (self-sufficiency) หรือกรณีของการยกให้อำนาจวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูงชั้นกว่าอำนาจของผีหรือความเชื่อในพลังเหนือธรรมชาติ ดังกรณีของแม่นากที่เป็นวิญญาณผีแท้ ๆ ยังต้องเป็นรองอิทธิฤทธิ์ของวิทยาศาสตร์ หรือกรณีของพระอภัยมณีที่ถูกลดทอนมนตราแห่งเพลงปี่ ให้ด้อยกว่ามนต์วิเศษแห่งน้ำมันเครื่อง หรือในขณะที่พุทธศาสนาเน้นย้ำกฎแห่งการทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว โดยมีพญายมในนรกเป็นผู้คุ้มกฎดังกล่าว แต่ว่าอำนาจของมนุษย์ (anthro-centric) และอำนาจแห่งวัตถุ (materialism) กลับถูกโฆษณาเชิดชูว่าแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับมนุษย์ได้ และทำให้มนุษย์ไม่ต้องตกอยู่ใต้อาณัติของกฎแห่งกรรมดังกล่าว

งานโฆษณาทั้ง 4 ชิ้นที่หยิบยกมาเป็นตัวอย่างนี้ สามารถเป็นตัวแทนของการนำเอานิทานพื้นบ้านมาใช้ในงานโฆษณาโทรทัศน์ทั่ว ๆ ไป ภายใต้หลักการที่ว่า โดย**รูปแบบ**แล้ว โฆษณาอาจจะหยิบยกเอา 'ของเก่า' มาใช้ได้บ้าง แต่ในแง่**เนื้อหา**แล้ว โฆษณาได้ปรับเปลี่ยนกันใหม่ โดยเฉพาะในเรื่อง**ความหมาย**และ**เป้าหมายของเนื้อหาสาร** ทั้งนี้หากเราใช้หลักด้านวัฒนธรรมมาอธิบายว่า ผลิตกรรมทางวัฒนธรรมหนึ่งย่อมเกิดขึ้นมาจากสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ แต่เมื่อสภาพความเป็นทาง

สังคมได้เปลี่ยนไป ผลิตกรรมนั้นก็ต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ในขณะที่นิทานพื้นบ้านทั้ง 4 เรื่อง ก่อตัวมาจากสังคมเกษตรกรรมที่ยังคงมีความเชื่อเรื่องศาสนาแบบจิตวิญญาณ ก็ย่อมสร้าง**เนื้อหา**ขึ้นมาบนพื้นฐานความเชื่อดังกล่าว แต่สังคมอุตสาหกรรมปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นโลกทัศน์หล่อเลี้ยง ผนวกกับข้อเท็จจริงที่ว่าผู้ชมโทรทัศน์ปัจจุบันก็ต่างกลุ่มไปจากผู้ที่ฟังการเล่านิทานพื้นบ้านเมื่อครั้งอดีต ก็ย่อมทำให้**เนื้อหา**และ**ความหมาย**ของนิทานพื้นบ้าน(ยุคใหม่) ถูกดัดแปลงให้เข้ากับสภาพสังคมและความนึกคิดของผู้คนปัจจุบัน

ทำไมต้องเป็นนิทาน/วรรณคดีพื้นบ้านในงานโฆษณา

การปรากฏตัวของนิทานพื้นบ้านในงานโฆษณานั้นมีอยู่เป็นอย่างมาก จนไม่อาจกล่าวได้ว่ากรณีนี้เป็นเพียงข้อยกเว้น จากปรากฏการณ์ที่มีจำนวนมากพอสมควรเช่นนี้ ชวนให้ตั้งคำถามต่อว่า เพราะเหตุใดรูปแบบผลิตผลใหม่ของวัฒนธรรมใหม่ ๆ เช่น ชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ จึงได้เลือกที่จะก่อปฏิสัมพันธ์กับรูปแบบผลิตผลของวัฒนธรรมไทยเดิม ที่เป็นนิทานหรือวรรณคดีพื้นบ้าน ในที่นี้เราอาจจะวิเคราะห์เหตุผลเบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าว รวมทั้งตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือกนิทาน/วรรณคดีพื้นบ้านมาใช้ในงานโฆษณา ได้ดังนี้

- **เหตุผลในทางปฏิบัติ** (practical reason) เหตุผลประกอบประการแรกที่มีการเลือกนิทานหรือวรรณคดีพื้นบ้านมาใช้ในงานโฆษณานั้นน่าจะเป็นเพราะนิทานพื้นบ้านเหล่านี้เป็นเรื่องราวที่ง่ายต่อการรับรู้ ด้วยเหตุที่ผู้รับสารรู้จักและมีความคุ้นเคยอยู่แล้วกับวัตถุดิบดังกล่าว ดังนั้นผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาทั้งหลายจึงไม่ต้องเสียเวลาแนะนำให้รู้จักตัวละคร หรือบอก

ความหมายฉากหรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของการเล่าเรื่อง การประหยัดเวลาเป็นรูปแบบที่เหมาะสมต่องานโฆษณา อันเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ต้องให้ข่าวสารภายในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ

- **ธรรมเนียมการเลือกนิทานพื้นบ้าน: มิติการผลิตซ้ำ** Raymond Williams กล่าวถึงกระบวนการสร้างวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น (emergence) นั้น เกิดจากการนำวัฒนธรรมเก่ามาผลิตซ้ำใหม่ (reproduction) โดยยังคงรักษาของเดิมเอาไว้บางส่วน แต่ก็ต้องเพิ่มเติมดัดแปลงปรับปรุงของใหม่เสริมใส่เข้าไปด้วย การผลิตซ้ำเป็นหลักประกันของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เนื่องจากทุก ๆ วัน จะมีการสร้างวัฒนธรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา แต่คงมีเฉพาะวัฒนธรรมที่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดจริงจังเท่านั้น ที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคม ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสังเกตว่า นิทาน/วรรณคดีพื้นบ้านทั้ง 4 เรื่องที่ยกมาเป็นตัวอย่างนั้น ล้วนแต่มีลักษณะร่วมกันประการหนึ่งคือ เป็นนิทานพื้นบ้านที่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดมา เช่น

(1) **พระลอตามไก่** ทั้ง ๆ ที่เรื่องราวของพระลอนั้น มีแก่นเรื่องหลักคือ ความรักและความแค้นระหว่างวงศ์ตระกูล การสูญเสียและความตายอันเป็นโศกนาฏกรรม และมีตัวละครสำคัญ ๆ หลายตัว โดยที่การดำเนินเรื่องนั้นมี ‘ไก่’ เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่ง (ที่กลุ่ม narratology เรียกว่าเป็น magic หรือ dispatcher) แต่ทว่าเนื่องจากมีการผลิตซ้ำเฉพาะแต่ ‘บทพรรณนาความงามของไก่’ (มิใช่โศกนาฏกรรมความรักความแค้น) ที่ถูกนำมาแต่งเป็นบทร้องเพลงสำหรับเด็ก และถูกนำไปสอนในวิชาขับร้องและนาฏศิลป์ในโรงเรียนเด็กๆ ส่วนใหญ่จึงมักรู้จักตัวละครหลักเพียงสองตัวคือ ‘พระลอ’ และ ‘ไก่’

รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครสองตัวนี้ก็มักปรากฏอยู่ในคำพูดของคนไทยที่ว่า 'พระลอตามไก่'

(2) **ภาพบรรยายนรก** ความเชื่อแบบไทยว่าด้วยมนุษย์กับจักรวาลถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นระบบเมื่อประมาณ 700 ปีมาแล้ว จากวรรณกรรมเรื่อง **ไตรภูมิพระร่วง** ที่พรรณนาว่า ไตรภูมิประกอบขึ้นด้วยสามโลก คือ สวรรค์ (เป็นที่อยู่ของเทวดาและวิญญาณที่ทำดี) โลกมนุษย์ (เป็นที่อยู่ของมนุษย์) และนรก (เป็นที่อยู่ของปีศาจและวิญญาณที่ทำชั่ว) การผลิตซ้ำภาพของนรกนั้น ถูกดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ในอดีตตามจิตรกรรมฝาผนังของวัด จะมีการวาดภาพอันน่ากลัวของนรก การลงโทษผู้กระทำผิด และในยุคสื่อสารสมัยใหม่ก็เคยมีละครชุดทางโทรทัศน์เรื่อง 'พิภพมัจจุราช' ที่เป็นเรื่องราวของพญายมและ สุวรรณ สุวาร สมุนขวาซ้ายที่ทำหน้าที่เหมือนศาลตัดสินลงโทษผู้กระทำผิด ดังนั้นคนไทยร่วมสมัยจึงยังคงรู้จัก 'นรก' จากละครโทรทัศน์ชุดดังกล่าว

(3) **แม่นากพระโขนง** 'แม่นากพระโขนง' เป็นเรื่องราวความรักและเรื่องแนวผี เป็นกรณีที่ชี้ชัดในเรื่องของการผลิตซ้ำ ทั้งนี้เนื่องจากเรื่องราวดังกล่าวถูกอ้างว่าเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในช่วงประมาณ 100 ปีที่ผ่านมาในกรุงเทพ โดยมีชื่อของสถานที่ในเรื่องที่เทียบได้กับสถานที่จริง จากแต่เดิมที่มีการเล่ากันปากต่อปาก แต่เมื่อมีการนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ที่ผลิตซ้ำสืบทอดมาไม่ต่ำกว่า 10 ครั้ง ด้วยการตีความแบบต่าง ๆ กันไป (ทำนองเรื่องโรมิโอและจูเลียต) คนไทยทุกคนก็รู้จักกันเป็นอย่างดีถึงเรื่องราวความรักของผีสาวที่ชื่อแม่นาก ผู้ไม่ยอมให้ความตายมาหยุดยั้งความรักของเธอ

(4) **พระอภัยมณี** กรณีของพระอภัยมณีเป็นงานจินตคดีที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยสุนทรภู่ ผู้ที่ได้รับการยกย่องเชิดชูจากทั้งสังคมไทยและ

ต่างชาติ (เช่น องค์กร UNESCO) ให้เป็นมหากวีรัตนโกสินทร์ เมื่อกล่าวถึงพระอภัยมณี คนไทยจะนึกถึงหน่วยย่อยต่าง ๆ ที่อยู่ในท้องเรื่องมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเป่าปี่ นางผีเสื้อสมุทร นางเงือก และเกาะแก้วพิสดาร ทั้งนี้เพราะผู้คนส่วนใหญ่จะรับรู้เรื่องราวดังกล่าวจากตำราเรียนวิชาภาษาไทย ทั้งในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา รวมไปถึงการผลิตซ้ำผ่านการยกคำกลอนไพเราะหลายท่อนหลายบทมาใช้ในหลาย ๆ เงื่อนไข เช่น

'ในเพลงปี่ว่าสามพี่พราหมณ์เอ๋ย ยังไม่เคยชมชิดพิสมัย
ถึงร้อยรสบุปผาสุมาลัย จะชื่นใจเหมือนสตรีไม่มีเลย…'

การย้ำยกบทกลอนดังกล่าวอยู่เสมอ จึงไม่ต่างจากการผลิตย้ำความสัมพันธ์ระหว่างพระอภัยมณีกับปี่นั่นเอง

- **ธรรมเนียมการเลือกนิทานพื้นบ้าน** : **มิติของการเชื่อมโยง** อันที่จริงแล้ว นิทานพื้นบ้านของไทยมีเป็นจำนวนมากมายมหาศาล แต่ทว่าจะมีเฉพาะนิทานพื้นบ้านบางเรื่องเท่านั้นที่ได้รับการหยิบยกเลือกมาใช้ในโฆษณา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ธรรมเนียมการเลือกนิทานพื้นบ้านมาเป็นจุดดึงดูดใจในโฆษณานั้น ประการแรกต้องเป็นนิทานพื้นบ้านที่ได้รับการผลิตซ้ำ (reproduction) มาอย่างต่อเนื่อง จึงจะกลายเป็นวัฒนธรรมที่ดำรงชีวิตอยู่ (lived culture) ตราบจนเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และคุ้นเคยของผู้คนในปัจจุบัน ประการที่สองก็คือ ระหว่างนิทานพื้นบ้านกับสินค้าที่โฆษณานั้นจะต้องมี 'จุดเชื่อมโยง' (linkage) กันบางส่วนเสี้ยว ที่เกี่ยวพันกันในองค์ประกอบของตัวนิทานกับตัวสินค้า อันได้แก่

(1) 'พระลอตามไก่' กับ 'Mcไก่' ในโฆษณาชิ้นนี้ 'ไก่' เป็นจุดเชื่อมโยงหลัก ในวรรณคดีเรื่อง 'พระลอ' นั้น ไก่มีบทบาทสำคัญในฐานะตัวล่อหรือสะพานเชื่อมให้พระลอมาพบกับคนรักใหม่ (พระเพื่อนพระแพง) และในตัว

โฆษณา ผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ที่ McDonald กำลังส่งออกสู่ท้องตลาดก็คือ Mcไก่นั่นเอง

(2) '**นรก**' **กับ** '**ลูกอมฮอลล์**' เมื่อกล่าวถึงนรก ความหมายโดยนัยอย่างหนึ่งที่คนไทยนึกถึงก็คือ 'ความร้อน' ดังที่มีการนำมาผลิตซ้ำอยู่เสมอผ่านความเปรียบอะไรก็ตามที่ร้อนเป็นอย่างยิ่งว่า 'ร้อนราวกับอยู่ในนรกขุมโลกันต์' ทั้งนี้เพราะในนรกมีไฟบรรลัยกัลป์ (เผาผลาญโลก) ส่วนตัวสินค้าหรือ 'ลูกอมฮอลล์' ซึ่งมีส่วนประกอบคือ เมนทัล นั้น ต้องการจะขายความเย็นประหนึ่งธารน้ำตก ดังนั้น แนวคิดเรื่อง 'ความร้อน/ความเย็น' จึงเป็นคู่ตรงข้ามที่ถูกนำมาใช้เป็นจุดเชื่อมโยง

(3) '**แม่นาก**' **กับ** '**น้ำมันเครื่องมอเตอร์ไซด์**' เวลาที่คนไทยเจอผีโดยเฉพาะผีที่น่ากลัวอย่างแม่นาก ผู้มีกิตติศัพท์ว่าหักคอคนเป็นว่าเล่นนั้น สิ่งที่คนไทยจะทำก็คือ ต้องวิ่งหนีอย่างเร็วที่สุด 'ความเร็ว' จึงเป็นแนวคิดสำคัญในการเผชิญหน้ากับผี และ 'ความเร็ว' นี้เองก็เป็นจุดเชื่อมโยงกับคุณภาพของสินค้า เช่น หัวน้ำมันเครื่อง ที่ช่วยให้การสตาร์ทรถเป็นไปอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน

(4) '**พระอภัยมณี**' **กับ** '**น้ำมันรถบรรทุก**' ในวรรณคดีของสุนทรภู่นั้น ผีเสื้อสมุทรเป็นตัวแทนของ 'กำลังวังชา' ดังนั้นเมื่อพระอภัยมณียุคใหม่จะหนีนางผีเสื้อยักษ์ จึงจำเป็นต้องสวมวิญญาณสิงห์รถบรรทุก บึ่งหนีโดยอาศัยแรง 'กำลังวังชา' ที่ขับเคลื่อนโดยน้ำมันเทรน 'กำลังวังชา' และ 'ความแรง' จึงเป็นจุดเชื่อมโยงวรรณคดีเข้ากับงานโฆษณาน้ำมันเครื่องสมัยใหม่

ใครมีสิทธิ์ใช้ 'วัฒนธรรมไทย' บ้าง : ยกมือขึ้น

ตามหลักการโดยทั่วไปของแนวคิดเรื่อง 'วัฒนธรรม' นั้น เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นเครื่องแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของคนแต่ละกลุ่ม ดังนั้น**ผู้ผลิต**หรือ**ผู้สร้าง** (producer) จึงควรมีฐานะเป็นเจ้าของวัฒนธรรม หรือใช้วัฒนธรรมนั้น ๆ แสดงเอกลักษณ์ของตนเอง ในเวลาเดียวกัน พวกเขาก็จะทำหน้าที่กีดกันไม่ให้ 'คนอื่น' มาใช้วัฒนธรรมของตน แนวคิดดังกล่าวปรากฏอยู่ในโฆษณา 'ความเป็นไทย' ชุดหนึ่ง ที่มีการแสดงภาพคนชาติต่าง ๆ รวมทั้งคนไทย กำลังทำการ 'ไหว้' และมีการบรรยายประกอบว่า ไม่ว่าคนชาติใดจะแสดง**รูปแบบ** 'การไหว้' เหมือนกัน แต่คงไม่มีใครซาบซึ้งกับ**เนื้อหา**และ**ความหมาย**ของ 'การไหว้' ได้เท่ากับคนไทย เนื้อหาและความหมายที่อยู่เบื้องหลังโฆษณาชิ้นนี้ คือการแสดงความเป็นเจ้าของแบบ 'ตัวจริงเสียงจริง' ของวัฒนธรรมการไหว้

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) เคยตั้งข้อสังเกตว่า ในอดีต รัฐไทยมักจะเป็นผู้ทำหน้าที่นายหน้าความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมไทย โดยจะเป็นทั้งผู้สืบทอดและเป็นผู้รักษามาตรฐานและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม รวมทั้งกีดกันไม่ให้ 'คนอื่น' มาใช้วัฒนธรรมไทยในทางที่เสียหาย ตัวอย่างเช่น การออกระเบียบให้ผู้ประกาศข่าววิทยุและโทรทัศน์ต้องออกเสียงภาษาไทยให้ถูกต้องตามแบบของไทย ห้ามออกเสียงภาษาไทยที่ผสมด้วยภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตาม นิธิได้กล่าวว่า ในยุคโลกาภิวัตน์นั้น กระบวนการปลดปล่อยวิสาหกิจออกจากมือของรัฐสู่ภาคเอกชน (privatisation) ก็ได้ปรากฏตัวของมันในมิติทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน กล่าวคือ อำนาจในการเป็นเจ้าของวัฒนธรรมได้หลุดจากมือของรัฐ และไหลเข้าไปสู่ 'ตลาดเสรีของเอกชน' ดังที่ปรากฏอยู่ในงานโฆษณา

โทรทัศน์จำนวนมาก ที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ.2537 อันเป็นปีแห่งการรณรงค์วัฒนธรรมไทย

แต่เนื่องจาก 'ตลาดเสรีของเอกชน' ในยุคโลกาภิวัตน์นั้น ได้กลายพันธุ์เป็นตลาดโลกไปเสียแล้ว ในตลาดนี้ 'ชาติ' จึงมิอาจจะเป็นเกณฑ์ที่ใช้กีดกัน/แบ่งแยกกลุ่มที่ต่างกันอีกต่อไปได้ อันเป็นกระบวนการเดียวกับที่ทุนข้ามชาติได้เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ในขณะที่เรากล่าวว่า 'ทุนนั้นไร้พรมแดน' ก็ดูเหมือนว่า 'วัฒนธรรมก็ไร้พรมแดน' ด้วยเช่นกัน และเมื่อมองย้อนกลับไปที่โฆษณา 4 ชิ้นที่นำมาเป็นตัวอย่างในบทความนี้นั้น ทั้งหมดล้วนเป็นการรณรงค์ขาย 'สินค้าข้ามชาติจากตะวันตก' ในขณะเดียวกัน ผู้เขียนมีข้อสังเกตต่อด้วยว่า กรณีโฆษณาทั้ง 4 ชิ้นนี้ มิใช่ข้อยกเว้น หากแต่เป็นปรากฏการณ์ร่วม เนื่องจากกลยุทธ์การนำเอา 'ความเป็นไทย' มาเป็นจุดขายนั้น อาจจะเริ่มต้นกันตั้งแต่สินค้าของไทย (เช่น เบียร์ไทย) สินค้าของญี่ปุ่น (เช่น บะหมี่สำเร็จรูป) ตลอดจนถึงสินค้าของชาติตะวันตก (เช่น รถยนต์วอลโว่กับสโลแกน 'ยนตรกรรมของเยอรมัน เพื่อคนไทยวันนี้') ในแง่นี้ จึงดูเหมือนว่า 'วัฒนธรรมไทย' จะเปิดเสรีให้ใครมาใช้ก็ได้ โดยไม่จำกัดแซ่ สัญชาติ หรือนามสกุล อีกต่อไปแล้ว

การเปิดพรมแดน 'วัฒนธรรมไทย' สู่เสรีนี้ เป็นกระบวนการที่ตรงกันข้ามกับกลยุทธ์การผสมผสาน (articulation) ที่เคยเกิดขึ้นมาในอดีต ดังอรรถาธิบายในตอนต้น ถึงแม้เราจะกล่าวว่า 'สังคมไทยมีวัฒนธรรมที่เปิดกว้าง' ก็ตาม 'การเปิดกว้าง' ในอดีตจะอยู่บนขอบข่ายที่ว่า **ผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่เป็นคนไทย** จะเปิดรับเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมอื่น แล้วนำเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย แต่ 'การเปิดกว้าง' ในปัจจุบัน (ในกรณีของโฆษณานั้น) กลับมีความหมายว่า **ผู้สร้างสรรค์**

วัฒนธรรมจะมาจากชาติใดก็ได้ ต่างก็ล้วนสามารถเข้ามาหยิบเอาเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมไทยไปใช้ได้ทั้งสิ้น ดังตัวอย่างรูปโฆษณาของ ททท. ที่มีฝรั่งสวมซฎาไทย อันเป็นสัญญะที่ชัดเจนที่สุดสำหรับกรณีนี้

บทสรุปว่าด้วย '**ความเป็นโลก**' และ '**ความเป็นท้องถิ่น**' : รูปแบบและเนื้อหา

หากเราอาศัยกรอบแนวคิดของ Paul S.N. Lee (1991) มาใช้วิเคราะห์กลยุทธ์การนำเอานิทานหรือวรรณคดีพื้นบ้านมาใช้เป็นจุดขายดึงดูดความสนใจ (appeal) ในงานโฆษณา เราจะได้ข้อสรุปว่า ในกรณีส่วนใหญ่แล้วแบบแผนของการผสมผสานนั้นจะเป็น**รูปแบบปะการัง** (coral pattern) กล่าวคือ จะมีการรักษา**รูปแบบ**ของ**ท้องถิ่น/ไทย**เอาไว้ (เช่น มีตัวละครแบบพระลอ นางนาก พญายม และพระอภัยมณี หรือมีฉากแบบนรกที่แสนร้อน) แต่ทว่า **เนื้อหา/ความหมาย** ที่อยู่ข้างหลัง ได้แปรรูปหรือตายไปจากต้นฉบับเดิมหมดแล้ว ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุคโลกาภิวัตน์ผ่านงานโฆษณาโทรทัศน์ ก็คือ ในด้านหนึ่งกระบวนการสืบทอดให้ผู้คนร่วมสมัยได้**รู้จัก**และ**คุ้นเคย**กับ**รูปแบบ**ของวัฒนธรรมไทยในอดีต เช่น รู้จักพระลอ พญายม แม่นาก หรือพระอภัยมณี แต่ในอีกด้านหนึ่ง ผู้คนเหล่านี้ก็จะเกิด**ความเข้าใจใหม่** หรือรู้จักสัญญะเหล่านี้ใน**ความหมายใหม่** ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น รู้จักพระลอที่มิใช่พระเอกผู้มีปัญหาเรื่องความรัก แต่กลับมีปัญหาเรื่องการกิน พญายมไม่ใช่ผู้ทรงอำนาจมากมาย เพราะแค่มีเพียงลูกอมเม็ดเดียวก็ปราบฤทธิ์พญายมได้ เป็นต้น ทั้งนี้สืบเนื่องจากความจำเป็น

ที่ต้องมีการปรับความหมายให้เข้ากับรูปแบบใหม่ของช่องทางการสื่อสาร คือ การโฆษณา นั่นเอง

อาจกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่สังคมไทยยุคใหม่นำมาใช้ในการเผชิญหน้ากับกระแสวัฒนธรรมตะวันตกนั้น มีความแตกต่างไปจากกลยุทธ์ที่ผู้นำศาสนาและปัญญาชนขุนนางไทยเคยใช้มาเมื่อกว่า 150 ปีที่แล้ว ทั้งนี้เพราะในขณะที่ปัญญาชนไทยในอดีต ใช้การรับ**รูปแบบ**วัฒนธรรมวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เข้ามา แต่นำเอามาวางไว้ใต้วัฒนธรรมไทย โดยยังคงรักษา**เนื้อหา**ที่เหนือกว่าของพุทธศาสนาเอาไว้ แต่ทว่า สำหรับกลยุทธ์ในปัจจุบันนั้นกลับตรงกันข้าม กล่าวคือ ปฏิสัมพันธ์ต่อการเผชิญหน้าครานี้ เป็นความพยายามที่จะรักษา**รูปแบบ**วัฒนธรรมเอาไว้ หากแต่**เนื้อใน**นั้นล้วนเป็นคุณค่าของวัฒนธรรมตะวันตกทั้งสิ้น

เพราะเหตุใดกลยุทธ์ทั้งสองจึงแตกต่างกันเพียงนี้ ผู้เขียนวิเคราะห์ว่าความแตกต่างนั้นน่าจะเกิดขึ้นมาจากภูมิหลังและกระบวนการหล่อหลอมที่แตกต่างกันของปัญญาชนทั้งสองรุ่น ในขณะที่ปัญญาชนยุคอดีตเติบโตมาจากเบ้าหลอมของการศึกษาแบบพุทธศาสนาของไทยอย่างหนักแน่น แล้วจึงมาสนใจวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์ตะวันตกในภายหลัง พวกเขาจึงมีวัตถุดิบทางวัฒนธรรมที่เป็นไทยอย่างมั่งคั่ง ตรงกันข้ามกับปัญญาชนผู้ผลิตผลงานสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น โฆษณา บุคคลเหล่านี้เป็นชนชั้นกลาง ผู้เติบโตมาจากระบบการศึกษาหรือร่ำเรียนตำรับตำราจากตะวันตก หากพวกเขาจะมีโอกาสทำความรู้จักกับวัฒนธรรมไทยบ้าง ก็คงเป็นแค่เปลือกในระดับ**รูปแบบ**แต่มิใช่แก่นกลางของ**เนื้อหา** ดังนั้นกระบวนการผลิตวัฒนธรรมของนักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่ จึงเป็นได้ก็เพียงการอาศัย**กลยุทธ์แบบปะการัง** (coral pattern) ที่เก็บไว้เพียงซากแต่เนื้อในสลายไปหมดแล้วเท่านั้น

ทั้งหมดนี้จึงเป็นเครื่องหมายคำถามข้อใหญ่สำหรับสังคมไทยว่า ปัญญาชนในแวดวงสื่อมวลชนสมัยใหม่ จะมีศักยภาพที่เลือกใช้กลยุทธ์การดูดซับและดัดแปลงวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นได้บ้างหรือไม่ หรือจำเป็นต้องแสวงหารูปแบบอื่นใดจากปัญญาชนผู้ผลิตวัฒนธรรมจากกลุ่มอื่น ๆ

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ (2539), **สื่อส่องวัฒนธรรม**, กรุงเทพ: มูลนิธิภูมิปัญญา.

กิ่งแก้ว อัตถากร (2519), **คติชนวิทยา**, กรุงเทพ: กรมการฝึกหัดครู หน่วยศึกษานิเทศก์.

ฆัสรา ขมะวรรณ (2537), 'แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค', วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธงชัย วินิจจะกูล (2539), 'ศึกษาเรื่องไทยในแดนเนรมิต', ปาฐกถานำการสัมมนาเรื่อง 'นวกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านไทยศึกษา', กรุงเทพ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (เอกสารอัดสำเนา).

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536), 'ความเป็นไทยในโฆษณาทีวี', **ผู้จัดการรายวัน**, 17 ธันวาคม.

ประเวศ วะสี, นายแพทย์ (2530), **พุทธเกษตรกรรมกับศานติสุขในสังคมไทย**, กรุงเทพ: สำนัก พิมพ์หมอชาวบ้าน.

พระไพศาล วิสาโล (2539), **อยู่ย้อนยุค: ทัศนะทวนกระแสบริโภคนิยม**, กรุงเทพ: สำนักงานคณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน.

ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง (2537), **ในท้องถิ่นมีนิทานและการละเล่น**, กรุงเทพ: สำนักพิมพ์ มติชน.

เอนก นาวิกมูล (2538), **โฆษณาคลาสสิค**, กรุงเทพ: สำนักพิมพ์โนรา.

Bhabha, Homi (1990), **Nation and Narration**, London: Routledge.

Hinviman, Somsuk (1999), 'Journey to Modern Thailand: "Westernisation", Television Advertising and Tensions and in Everyday Life', unpublished DPhil thesis, University of Sussex at Brighton.

Koanantakool, Paritta C. (1994), 'Thai Culture in the Global Age', in **Information Superhighways and Cultural Diversity**, Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.

Lee, Paul S.N. (1991), 'The Absorption and Indigenization of Foreign Media Cultures', **Asian Journal of Communication**, 1(2), แปลและเก็บความโดย มิตราภรณ์ อยู่สถาพร (2541), 'การซึมซับและดัดแปลงสื่อวัฒนธรรมข้ามชาติให้เข้ากับวัฒนธรรมดั้งเดิม: กรณีศึกษาประเทศฮ่องกง', ใน กาญจนา แก้วเทพ (บก.), *โลกของสื่อ ลำดับที่ 2: วัฒนธรรมสื่อสารเพื่อสานสร้าง*, กรุงเทพ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Leiss, William *et al* (1990), **Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being**, London: Routledge.

Morley, David and Robins, Kevin (1995), **Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries**, London: Routledge.

Williams, Raymond (1974), **Television: Technology and Cultural Form**, London: Fontana.

Williamson, Judith (1978), **Deconding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising**, London: Marion Boyars.