

แบบฝึกทักษะการคิดในหลากหลายมิติ : กรณีศึกษาความสำเร็จของละคร "บุพเพสันนิวาส"

วันที่ 18 เมษายน 2561 เวลา 8.00-12.00 น.

โรงเรียนเหล่าทหารพระธรรมนูญ อาคารสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) ชั้น 8
อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี

"บุพเพสันนิวาส" ก้าวข้ามกระแสสู่เศรษฐกิจบนโครงสร้าง อุตสาหกรรมมรดกทางวัฒนธรรม



กระแสละครบุพเพสันนิวาสขณะนี้ ได้ถูกนำมาวิจารณ์ในเชิงการกระตุ้นการท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถาน การสร้างกระแสความสนใจข้อมูลทางประวัติศาสตร์ หรือแม้กระทั่งแนวคิดที่ว่าคนไทยนั้นโหยหาอดีตเพื่อแสวงหามายาคติในความมั่นคง บทความนี้ผู้เขียนอยากจะเน้น "อนาคตของกระแสอดีต" ก่อนที่ฉากละครสุดท้ายจะฉายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้จะทำอย่างไรไม่ให้ปิดฉากไปกับละคร??

ใช้ประโยชน์ของมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อมองให้เห็นมิติที่ลึกกว่า "การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์"

ปัจจุบันนี้เมื่อกล่าวถึงโบราณสถานและพิพิธภัณฑสถานในเชิงนโยบายรัฐ เรื่องการท่องเที่ยวมักเป็นสิ่งแรกที่งบประมาณรัฐสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานการท่องเที่ยวหรือการอำนวยความสะดวกทางด้านคมนาคมเพื่อให้เข้าถึงแหล่งประวัติศาสตร์ นโยบายเหล่านี้เน้นดึงดูดการท่องเที่ยวจากบุคคลภายนอกบริเวณแหล่งประวัติศาสตร์ ทำให้พื้นที่เหล่านี้เหลือเพียงมิติการขายจากภายในสู่ภายนอกแทนที่จะเป็นระบบเศรษฐกิจครบวงจรที่จะสามารถขับเคลื่อนวิถีของคนในท้องถิ่นให้ก้าวไปพร้อมกับการนำมรดกทางประวัติศาสตร์ของตนมาใช้ประโยชน์

โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีสถานะไม่ต่างอะไรจากมรดกทางธรรมชาติ หากไม่มีการลงทุนเพื่อพัฒนาให้ยั่งยืนหรือโดนใช้ไปอย่างไม่มีการพัฒนาและปรับปรุง ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เหล่านี้ก็จะหายไป ยิ่งเป็นมรดกที่ยังมีชีวิต (living heritage) และ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (intangible heritage) มักเป็นเรื่องละเอียดอ่อนในการสร้างกลไกการดูแลและรักษา เพราะหากเน้นเพียงการขายหรือมีนโยบายการพัฒนาที่ไม่ถูกต้อง ทูทางวัฒนธรรมเหล่านี้ก็จะหมดไปกับขั้นตอนการพัฒนาที่ขาดการไตร่ตรองในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

การพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมจึงสมควรเป็นไปในทิศทางที่เน้นการ "ปรับโครงสร้าง" ให้เข้มแข็งมากกว่า การไปสนับสนุนขั้นตอนซึ่งเป็นผลพลอยได้จากสิ่งที่มีอยู่ เช่น การนำเงินมาเพื่อทำละคร หรือการลงทุนจัดงานนิทรรศการและกิจกรรมชั่วคราว

หัวใจของการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนนั้นคือ "การศึกษา" (education) ความสนุกของละคร เรื่องบุพเพสันนิวาสและละครย้อนยุคอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมคือการสร้างมายาคติของความสมจริงซึ่งผู้ชมในยุคสมัยใหม่สามารถเข้าถึงได้หรือมีจุดขายซึ่งโยงเข้าหาตนเอง เช่น ตัวละครที่มีนิสัยและมุมมองสมัยใหม่แต่เข้าไปเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมและศิลปะในอดีต ในขณะที่เดียวกันก็ถ่ายทอดสังคมในอดีตให้สมจริงโดยการเน้นมิติที่หลากหลายทั้งด้านดีและด้านเสียของธรรมเนียมประเพณีและประวัติศาสตร์

การที่ผู้เขียนนิยายและผู้สร้างละครรวมถึงคนเขียนบทจะเก็บรายละเอียดเหล่านี้ได้ต้องมีการค้นคว้าข้อมูลบนพื้นฐานเรื่องราวที่มีโครงเรื่องอยู่แล้ว บางเรื่องการเปลี่ยนจากนิยายให้กลายเป็นการแสดงในละครเป็นเรื่องยากและอาจทำให้เนื้อหาตกหล่นหรือนำไปเพื่อสำหรับคนดู

ดังนั้น การแข่งขันโดยใช้ผู้บริโภคตัดสินใจเรื่องโดยให้เป็นไปตามกลไกของตลาดและไม่มีกำหนัดโดยภาครัฐ (state subsidies) แต่เน้นเพิ่มศักยภาพให้ผู้เขียนมีทรัพยากรมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถหยิบมาเป็นแรงบันดาลใจ จึงเป็นนโยบายที่ดีที่สุดสำหรับการขับเคลื่อนให้เกิดละครและภาพยนตร์ทางประวัติศาสตร์ที่ติดกระแสดังบุพเพสันนิวาส ซึ่งเน้นประวัติศาสตร์สมัยพระนารายณ์ที่มีข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีรองรับมากมาย ทำให้สามารถผูกเรื่องราวและสร้างโลกของตัวละครได้สมจริง

จากร่องรอยทางประวัติศาสตร์แปรเปลี่ยนเป็นปัจจุบัน

การนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ได้แบบยั่งยืนมีความยากอยู่ที่การบูรณาการอัตลักษณ์และการใช้งานมรดกทางวัฒนธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตสมัยใหม่ (modernity) หลายๆ ครั้งคือการแต่งและสร้างมายาคติในเชิงเอกลักษณ์ของ "ชาติ" หรือ "วัฒนธรรม" เข้าไปในลักษณะการออกแบบสินค้าสมัยใหม่และการใช้ชีวิตยกตัวอย่างเช่น การนำประวัติศาสตร์และปรัชญาของเซนและชินโตมาใช้ในงานการออกแบบผังเมืองและผลิตภัณฑ์ของญี่ปุ่น หรือวิธีการดื่มชาของอังกฤษซึ่งมีรากมาจากความต้องการสร้างวัฒนธรรมอังกฤษให้กับชาวอังกฤษที่ต้องไปประจำในส่วนต่างๆ ของจักรวรรดิในสมัยอาณานิคม ซึ่งปัจจุบันนี้ถูกนำมาใช้เป็นวัฒนธรรมในการเจรจาธุรกิจหรือสังสรรค์ทั่วไป

เมื่อทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีบทบาทในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ชีวิตในปัจจุบัน การรักษา สืบสาน และนำมาใช้ให้ยั่งยืน ผ่านการสร้างเอกลักษณ์ในสมัยใหม่ จะทำให้มรดกทางวัฒนธรรมกลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคภายใน (domestic consumption) เช่น การนำประวัติศาสตร์มาเขียนนิยาย การสร้างละคร การผลิตเสื้อผ้า เครื่องใช้ และอาหาร

ดังนั้น สัญญาณที่สื่อถึงความเสี่ยงของกระแสที่ไม่ยั่งยืนคือ การสังเกตแหล่งที่มาของสินค้าและปัจจัยการผลิตที่เกิดขึ้นตามกระแส เช่น สไบและผ้าพิมพ์ลายไทยที่มีการไปนำมาจากอินเดียมากกว่าเป็นผลผลิตจากงานหัตถกรรมในประเทศ จริงๆ แล้วถ้ามองในระยะสั้นอาจกล่าวได้ว่าปรากฏการณ์บุพเพสันนิวาสทำให้เกิด short run market shock หรือแรงกดดันชั่วคราวต่อตลาดชุดไทยและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เมื่อผู้ผลิตผ้าไทยมีจำนวนไม่เพียงพอหรือการเชื่อมต่อของผู้ผลิตผ้าไทยกับพ่อค้าแม่ค้าในตลาดไม่มีการรองรับอุปสงค์ของผู้บริโภคทุกระดับความต้องการ เหล่าผู้ประกอบการจึงต้องไปหาแหล่งผลิตในต่างประเทศที่มีข้อมูลและเข้าถึงง่ายมากกว่า

ปัญหาการค้าวัตถุดิบและการเข้าถึงผู้ผลิตผ้าหรือสินค้าทางวัฒนธรรมนี้ไม่ใช่ปัญหาที่มีแต่ในไทย แม้แต่ตลาดญี่ปุ่นก็เจอปัญหาการค้าวัตถุดิบแพงและผู้ประกอบการผลิตกิโมโนต้องหันไปใช้ผ้าไหมจีนกับเวียดนามซึ่งทำให้อุตสาหกรรมผ้าไหมที่เป็นความภาคภูมิใจของญี่ปุ่นเริ่มเข้าสู่การถดถอย เรื่องผ้าไทยและแบบชุดไทยที่รัฐบาลต้องการจะสนับสนุนให้เป็นกระแสนี้ผู้เขียนขอทิ้งประเด็นไว้ก่อน เพราะเรื่องนี้ยาวเกินไปสำหรับบทความนี้จึงจะนำมาเล่าในโอกาสหน้า แต่ประเด็นหลักๆ คือการจัดงานหรือโฆษณาอันเป็นการสร้างกระแสนิยมแบบชั่วคราวที่เป็นความพยายามเลี้ยงอุปสงค์โดยการโหมกระแสที่เป็นปัจจัย หาได้เปลี่ยนกระแสให้เป็นวิถีชีวิตไม่ ซึ่งการจะทำให้ยั่งยืนได้จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือสร้างวัฒนธรรมสมัยใหม่ขึ้นภายใต้กรอบการใช้งานผลผลิตทางวัฒนธรรมโดยมีกฎเกณฑ์และทางเลือก ไม่ใช่เป็นเพียงชุดแฟชั่นที่ใส่สวยๆ ชั่วคราวแต่เป็นเสื้อผ้าที่มีจุดประสงค์ในการใช้งาน เช่น การสวมใส่สำหรับงานแต่งงาน การสวมใส่ไปเที่ยว หรือไปศาสนสถาน และที่สำคัญที่สุดคือการส่งเสริมผู้ผลิตให้เข้าถึงผู้ค้าและตลาดได้มากขึ้นในทุกระดับ

การส่งออก "วัฒนธรรม" (Culture Export)

การเพิ่มมูลค่าของการส่งออกจะเข้มแข็งได้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างความรู้และความไว้วางใจใน "เอกลักษณ์" ของประเทศผู้ผลิต ความไว้วางใจนี้เป็นอำนาจอ่อนหรืออำนาจละมุน (soft power) อย่างหนึ่ง ภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจนั้นส่วนหนึ่งมาจากทัศนคติที่คนภายนอกมองความเก่งและนิสัยของประชากรประเทศผู้ส่งออกและการกระทำของรัฐบาลในการดำเนินนโยบาย หากประเทศไทยคิดจะดำเนินนโยบายส่งออกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนมากกว่าการขายแบบฉาบฉวยแล้ว สิ่งที่ต้องทำให้เกิดในการเชื่อมต่อกับโลกภายนอกคือการกลับไปลงทุนกับ "ข้อมูล" มรดกทางวัฒนธรรมและนำมาเสนอในเชิงที่ลึกกว่าภาพสวยๆ ในหนังสือมากมายที่ถูกวางขายเป็นหนังสือภาพในห้องตลาด

ปัญหาที่เราต้องยอมรับในการบริหารข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมก็คือ ข้อมูลส่วนใหญ่ถูกออกแบบมา นำเสนอให้คนส่วนน้อย เช่น นักวิชาการหรือผู้ที่สนใจเท่านั้น คนภายในประเทศส่วนใหญ่จะจำแบบเรียนที่ถูกต้องในตำราเรียนได้ไม่มาก และหากใช้ชีวิตในสาขาที่ไม่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม เรื่องเหล่านี้มักเป็นเรื่องห่างไกลการใช้ชีวิตในกระแสปัจจุบัน ทำให้ขาดองค์ความรู้ที่จะบริโภคผลผลิตทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม วันแต่เกิดเป็นกระแสละครหรือแฟชั่นชั่วคราว

ปัญหานี้สังเกตได้จากกรณีที่พื้นที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมักไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่สำหรับการใช้เวลาว่างหลักของคนท้องถิ่น การขาดหนังสือแนะนำที่ชัดเจนในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่จะมีเพียงป้ายที่อธิบายสั้นๆ ในเชิงอายุ รูปแบบ และผู้สร้าง ซึ่งบางครั้งผู้ที่ไม่ใช่ผู้ศึกษาประวัติศาสตร์มักไม่เข้าใจบทบาทและความสำคัญของสถานที่ เมื่อคนไทยเองยังไม่รู้หรือจำสิ่งที่เรียนมาไม่ได้ ผู้บริหารไม่ควรคาดหวังว่านักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติที่มาสัมผัสแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมจะเข้าใจหรือเคารพสถานที่มากไปกว่าสถานะของความเป็นฉากประกอบรูปถ่ายที่จะเก็บไว้เป็นที่ระลึก

สิ่งที่ต้องแก้ไขคือการนำเสนอและการให้ข้อมูลที่มีมิติการอธิบายที่มากขึ้นและเนื้อเรื่องที่นำค้นหา สิ่งที่ต้องพัฒนาเกี่ยวกับการนำเสนอประวัติศาสตร์คือการอธิบายเนื้อเรื่องให้กับคนที่มาจากวัฒนธรรมและพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่าง ผู้ที่นำเสนอเนื้อหาและแปลความจะต้องนำเสนอโดยตั้งสมมติฐานอยู่บนความคิดที่ว่าผู้รับไม่รู้เรื่องและไม่มีลักษณะทางวัฒนธรรมเหมือนผู้รับของตลาดภายในประเทศ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาจำเป็นต้องมีการอธิบายเนื้อหาให้ละเอียดและเน้นคติซึ่งเป็นเรื่องที่ได้รับการยอมรับในสังคมสากล (universal values) เช่น ในสื่อเกาหลีมีเนื้อหาที่ให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว

ความละเอียดในการถ่ายทอดเรื่องราวที่เกิดจากการสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาฝีมือ การเน้นผลผลิตงานหัตถกรรมและอุตสาหกรรมที่มาจากมรดกทางวัฒนธรรม การบริโภคท้องถิ่นที่เปลี่ยนจากกระแสเป็นชีวิตประจำวัน จะทำให้การส่งออกวัฒนธรรมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและผลักดันให้เกิดผลพลอยได้ เช่น การท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นใน “แบรนด์ไทย”

ในความเห็นของผู้เขียน กระแสที่เกิดขึ้นอาจเป็นโอกาสที่ดีในการส่งเสริมและปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เพิ่มโอกาสทางการค้าให้เข้าถึงมือชุมชนผู้ผลิตและเป็นเจ้าของพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้จากสังคมเมืองและห้างสรรพสินค้าสู่ตลาดงานหัตถกรรมท้องถิ่น แต่สิ่งที่ต้องทำคือการสนับสนุนให้เพิ่มองค์ความรู้ในหลายระดับ การลงทุนช่วยผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม และการวางแผนนโยบายที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการศึกษา ผังเมือง ทรัพยากรทางธรรมชาติ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมการค้าที่ดี เมื่อนั้น “บุพเพสันนิวาส” จึงจะก้าวข้ามกระแสการหวนหาอดีตอันหิวหาและเปลี่ยนอดีตให้เป็นปัจจุบันและอนาคตของปากท้องของประชากรอีกเป็นจำนวนมาก

ที่มา : <https://thaipublica.org/2018/04/econoarchaeology6/>

