

ภาษาไร้รสนิยม: สุนทรียะไทยในวัฒนธรรมบริโภคนิยม*

TASTELESS LANGUAGE: THAI AESTHETICS IN CONSUMERIST CULTURE

ประยุทธ ศิริกุล*, สุภาวี ศิรินคราภรณ์

Prayut Sirikul*, Supavee Sirinakaraporn

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: tsirikul2415@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอพฤติกรรมการรับรู้และการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมเมืองที่มีต่อมุมมองของรสนิยมและสุนทรียะทางความงามอันสอดคล้องไปกับวัฒนธรรมบริโภคนิยมซึ่งในปัจจุบันถือเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักและกลายเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมไทย เนื้อหาของบทความแบ่งออกเป็นสามส่วน ประกอบด้วยส่วนแรก การเกิดสภาวะของการโหยหาอดีตของผู้คนปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนที่สองเป็นการสะท้อนความเหลื่อมล้ำผ่านรูปแบบของวัตถุที่ถูกมองข้ามและถูกตีตราสถานะด้วยข้าวของเครื่องใช้ในการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันซึ่งกลายเป็นวัตถุติดต่อการค้นหาตัวตนความเป็นไทยและสร้างสรรค์เป็นผลงานของนักออกแบบหลากหลายสาขาทำให้เกิดการค้นพบตัวตนของความเป็นไทยที่แท้จริง คือ วิถีของการดำเนินชีวิตประจำวันของสามัญชน โดยการออกแบบคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยมากกว่าความงามตามมาตรฐานสากล ส่วนสุดท้ายนำเสนอการพิจารณาประเด็น “ภาษาไร้รสนิยม” ที่อาจเปรียบได้กับภาษาชาวบ้านมักให้ความรู้สึกของการโหยหาอดีตและเป็นการสื่อสารความมีตัวตนในสังคมไทยที่สามารถดำรงอยู่ได้ทุกช่วงเวลา เมื่อพิจารณาในมุมมองของผู้ที่เห็นคุณค่าสิ่งเหล่านี้เปรียบดั่งมรดกภูมิปัญญาของคนธรรมดาที่ไม่ได้แตกต่างหรือด้อยค่ากว่าภูมิปัญญาจากสกุลช่างใด ๆ และเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่มีชีวิตสามารถนำกลับมาใช้ได้เสมออย่างง่าย ๆ ไม่ต้องมีพิธีรีตอง ภาษาไร้รสนิยมจึงเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารทางความรู้สึกสะท้อนถึงสุนทรียะไทยที่สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจและสังคมในกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยม

คำสำคัญ: สุนทรียะไทย, ไร้รสนิยม, โหยหาอดีต, ไทย ๆ , คนธรรมดา

Abstract

This article aims to present the perception and lifestyle of people in urban society towards aesthetic taste and beauty that correspond to consumerist culture, which is now considered the mainstream culture and has become a major factor in the lives of most people in Thai society. The content in this article is divided into 3 parts: 1) The emersion of nostalgic state of mind among people of the present day that are continuously affected by the economic and social changes. 2) Reflection of inequality through representations of objects that have been overlooked and labeled with everyday consumables which become materials for searching Thai identity and for creating designed works of many designers in various fields. This prompts the search for the

* Received 6 August 2023; Revised 22 September 2023; Accepted 25 September 2023

genuine identity of true Thainess, which is ordinary people's way of life. The benefit of usability is being considered in design more than the beauty according to international standards. 3) Presenting the issue of "Tasteless Language" which can be compared to the language of the commoners. The language of the commoners often gives a feeling of nostalgia. Also, it is a way to proclaim identity in Thai society that can be presented at any time. Consider from the point of view of those who value these matters, such idea is like inherited wisdom of the commoners that is not disparate or inferior to the wisdom from any craftsman family. Plus, it is a living inherited wisdom that can always be re-applied easily with no formalities required. Thus, Tasteless Language is a language used to communicate feelings which reflects Thai aesthetics that are in line with the economic and social context of consumerist culture.

Keywords: Thai Aesthetics, Tasteless, Nostalgia, Thainess, Ordinary People

บทนำ

สุนทรียศาสตร์เป็นปรัชญาที่ว่าด้วยค่านิยมแห่งความงาม สุนทรียศาสตร์เป็นชื่อที่ถูกบัญญัติขึ้นมาเพียง 200 ปีที่ผ่านมาทั้ง ๆ ที่เป็นทฤษฎีและเรื่องราวที่รู้จักกันมากกว่า 3,000 ปีมาแล้ว ตั้งแต่สมัยของปรัชญาเมธีกรีกผู้ยิ่งใหญ่สองท่าน คือ พลาโต และ อริสโตเติล แต่ผู้คนทั่วไปจะรู้จักกันในนามของคุณค่าความงามที่เกิดจากศิลปะอันมีต่อมนุษยชาติ อาจกล่าวได้ว่าสุนทรียศาสตร์เป็นทฤษฎีว่าด้วย “ค่านิยม” ซึ่งแต่เดิมเคยใช้แทนด้วยคำว่า “คุณค่า” แต่ในปัจจุบันผู้คนอาจคุ้นชินกับคำว่า “รสนิยม” ที่ให้ความหมายได้ชัดเจนและตรงไปตรงมามากยิ่งขึ้น สอดรับกับแนวคิดในประเด็นเรื่องรสนิยมของ วิรุณ ตั้งเจริญ ได้กล่าวว่า การศึกษาและการสร้างสรรค์ศิลปะย่อมเกี่ยวข้องกับความจริง ความดี และความงาม เกี่ยวข้องกับ “สุนทรียะ” ซึ่งเป็นเรื่องของความงาม ความไพเราะ ความสุขุมคัมภีรภาพ ความสงบสันติ เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตและรสนิยม (Taste) “รสนิยม” ซึ่งเป็นคำที่กินความหมายกว้างหลากหลาย ทั้งรสนิยมในการคิด การชื่นชมธรรมชาติ ศิลปะ ดนตรี การเลือกหนังสืออ่าน การใช้ชีวิตประจำวัน ฯลฯ เช่นแนวคิดของ แมคฟี (June King McFee) เชื่อว่ารสนิยมของคนเราสัมพันธ์กับปัจจัยหลัก 3 ด้าน คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะบุคคล (personal experiences)
2. ระดับสังคมและเศรษฐกิจ (socio-economic class)
3. วัฒนธรรมประจำชาติ (national culture) (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2547)

“รสนิยม” เป็นคุณค่าที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสังคมของมนุษย์ ซึ่งมีความเชื่อและทัศนคติที่ไม่คงที่ ยังเป็นรสนิยมทางด้านความงามของผู้คนในสังคมซึ่งเป็นตัวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมแต่ละช่วงเวลา บางครั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบหมุนเวียนเป็นวัฏจักร ดังเช่นปรากฏการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในสังคมไทยยุควัฒนธรรมบริโภคนิยม ถ้าสังคมไทยพิจารณาจากความเป็นไปของสถานะสังคมที่เคลื่อนเป็นพลวัตรรอบตัวกับช่วงเวลาปัจจุบันของผู้คนที่รู้สึกว่าการดำเนินชีวิตกำลังประสบกับคำว่า “ปัญหา” สิ่งแรกทีผู้คนในสังคมโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางทางอำนาจและเศรษฐกิจมักจะทำ คือ “การโยยหาอดีต” ย้อนรำลึกกลับไปยังคืนวันช่วงเวลาเก่า ๆ ว่าได้เคยทำสิ่งใดให้เกิดขึ้นบ้างมีประสบการณ์ร่วมทั้งดีและร้ายแบบใดมาบ้าง การโยยหาอดีตทำหน้าที่เหมือนกับไหมเมทซินย้อนเวลาทางความรู้สึกของผู้คนว่าเคยมีความสุขอย่างไรเพื่อเยียวยาตนเอง ดังนั้น การทำความเข้าใจต่อรสนิยมและสุนทรียะทางความงามแบบไทย ๆ ในกระแสสังคมวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่มักหวนย้อนในการโยยหาอดีตแบบสังคมเมืองของไทยอาจถือเป็นภาษาของการสื่อสารประเภทหนึ่งที่เป็นมากกว่าการมองเห็นผ่านสัญลักษณ์ทางตัวอักษรหรือภาษาของการได้ยินผ่านทางหู เห็นทางตาเพียงเท่านั้น แต่การโยยหาอดีตเป็นความรู้สึกที่สัมผัสได้ทางใจและเป็นความรู้สึกร่วมกันของผู้คนในสังคมที่

มีเรื่องราวและประสบการณ์ร่วมที่แตกต่างกันไปตามช่วงวัยของตนเอง ซึ่งสะท้อนถึงรสนิยมต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ อย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ตามยุคสมัยที่แปรเปลี่ยน

เมื่อพิจารณาให้สามารถเห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในมุมมองของศิลปะร่วมสมัยและการออกแบบจากรสนิยมของกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยมในปัจจุบันของสังคมไทยจะ พบว่า ได้มีพลวัตต่อเนื่องอย่างไม่ขาดสายจากอดีตจนมาถึงปัจจุบันขณะ ผู้เสพงานศิลปะก็ยังสามารถรับรู้อัตลักษณ์เฉพาะบางอย่างที่ยังซ่อนเร้นและซ่อนทับให้เห็นรากเหง้าความเป็นมาอันเป็นแก่นที่แท้จริง การแสดงออกที่นำเรื่องราวเดิมในอดีตที่เกิดขึ้นผ่านมาแล้วในรูปแบบเก่ามาสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ตามแนวคิดและวิธีการประกอบสร้างในแนวทางเฉพาะตนของศิลปินและนักออกแบบเอง ก็ถือได้ว่าเป็นศิลปะร่วมสมัยด้วยเช่นกัน แต่นอกจากเพียงความแปลกใหม่ที่ได้อุบัติขึ้นในยุคปัจจุบันนี้ ก็คงเป็นเพียงเรื่องธรรมดาสามัญไปแล้ว เพราะขณะนี้ คือ ช่วงเวลาของการเกิดสิ่งใหม่ในทุกวินาทีจากบริบททางสังคม เสรีภาพทางความคิด และเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำตลอดเวลา เช่นเดียวกับแนวคิดของคนรุ่นใหม่ที่ไม่สามารถอยู่ในรสนิยมแบบเดียวกันได้อีกต่อไปคล้ายกับกระแสวงการแฟชั่นที่หมุนเปลี่ยนย้อนไปมาเป็นวัฏจักรไม่มีวันจบสิ้น

“โหยหาอดีต” วิกฤตสู่การแสวงหาตัวตน

กระแสการหมุนโลกย้อนทางความรู้สึกหรือการโหยหาอดีตมักถูกนำมาเป็นอีกหนึ่งวัตถุดิบชั้นดีทางแนวคิดในการสื่อสารผ่านภาษาทางความรู้สึกที่เป็นรูปแบบเฉพาะตัวของวงการออกแบบหลากหลายสาขาที่นำมาใช้เพื่อแสดงตัวตนและความเป็นวัฒนธรรมไทย กระแสสังคมในการโหยหาอดีตไม่ใช่แนวคิดเรื่องใหม่ เป็นเรื่องราวและวิธีนำเสนอแบบเก่าและถูกผลิตซ้ำซึ่งอยู่กับผู้คนโดยเฉพาะสังคมเมืองมาอย่างต่อเนื่องยาวนานมากกว่า 20 - 30 ปี แต่กระแสนี้กลับไม่เสื่อมคลายหรือตายไปแต่กลับพัฒนาและปรับเปลี่ยนตัวเองไปพร้อมกับผู้คนและสังคมตลอดเวลาจนอาจกลายเป็นอีกรสนิยมที่สะท้อนถึงผู้คนสังคมและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ จุดเปลี่ยนทางความคิดจากประเด็นนี้เกิดขึ้นเมื่อช่วงหลังปี พ.ศ. 2540 จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ชื่อว่า “วิกฤตต้มยำกุ้ง” หรือชื่ออย่างเป็นทางการว่า “วิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย” ใครที่อยู่ช่วงเวลานั้นเติบโตพอจะรับรู้เรื่องราวและมีประสบการณ์ร่วมที่เกิดขึ้น หากขวนย้อนความทรงจำกลับไปในอดีตที่ผ่านมาราว 26 ปี ก็น่าจะยังเห็นภาพสถานการณ์ทางความรู้สึกในช่วงเวลานั้นอยู่ โดยเฉพาะกับคนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตครั้งนั้น (รุ่งนภาพิมมะศรี, 2565)



ภาพที่ 1 อาคารที่ถูกทิ้งร้างจากวิกฤตทางการเงินต้มยำกุ้ง (เดอะสตรีทเจอร์, 2565)

“วิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย” มีจุดเริ่มต้นขึ้นในประเทศไทยด้วยการเกิดวิกฤตอย่างเป็นทางการในวันที่ 2 กรกฎาคม 1997 ที่กระทรวงการคลัง ร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ประกาศยกเลิกอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ แล้วปล่อยลอยตัวค่าเงินบาท ในภาพรวมผลกระทบที่เกิดขึ้นเมื่อประสบวิกฤต คือ ปัญหาเงินเพื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น หนี้สาธารณะพุ่งสูง ราชการต้องรัดเข็มขัด ต้องตัดงบประมาณบางส่วนที่มองว่าไม่จำเป็น ฝั่งหนี้เอกชนสูงท่วมเกินทุนและทรัพย์สิน เอกชนตัดเงินค่าจ้างพนักงานและลูกจ้าง ลดการจ้างงาน มีคนตกงานจำนวนมาก ธุรกิจที่พึ่งตัวเองไม่ไหวต้องล้มละลาย สถาบันการเงินมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) สูง นำมาซึ่งความเสียหายแก่สถาบันการเงิน และทำให้เกิดความสั่นคลอนต่อเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้มีการเปลี่ยนรัฐบาลที่บริหารประเทศ ผลกระทบจากสภาวะที่บีบคั้นทางเศรษฐกิจและสังคมด้วยวิกฤตครั้งนี้ ส่งผลกระทบอย่างหนักต่อเจ้าของธุรกิจ ขณะที่คนในวัยแรงงานถูกเลิกจ้าง แม้ไม่ต้องแบกภาระหนี้หนักหนาสาหัสเท่า นายจ้าง แต่การไม่มีงานและไม่มีรายได้ ก็ไม่ใช่เรื่องเล็กสำหรับการดำเนินชีวิตโดยเฉพาะผู้คนในสังคมเมือง ขณะที่คนที่กำลังเติบโตจบการศึกษาและเข้าสู่วัยทำงานก็ต้องเคັงคว้างหางานทำไม่ได้และมองไม่เห็นทิศทางในอนาคตของตนเอง มีข้อมูลว่าในสถานการณ์ตอนนั้นในประเทศไทยมีคนว่างงานกว่า 2 ล้านคน (ภูมิพิชญ์ ยาสีทธิ์, 2560)

ปรากฏการณ์เหล่านี้ คือ รากฐานทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นบทเรียนราคาแพงที่ต้องแบกรับและทำให้นโยบายเศรษฐกิจรวมทั้งพฤติกรรมการใช้เงินเปลี่ยนไปจนถึงทุกวันนี้ โดยพฤติกรรมการใช้เงินของคนไทยได้ดำเนินไปในทิศทางที่ระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น โดยมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน และตามแนวนโยบายของรัฐบาล แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้มีการกล่าวถึงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 มาโดยตลอด แต่กระแสการตอบรับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของคนไทยนั้น เกิดขึ้นหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 และได้กลายเป็นหมุดหมายสำคัญที่ทำให้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงถูกนำเสนอและนำมาใช้งานอย่างจริงจังในภาครัฐและประชาชนหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้อุบัติขึ้น

ในประเด็นทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นนี้ คือ จุดสำคัญที่ทำให้หลาย ๆ คนเริ่มกังขาในวัฒนธรรมการใช้ชีวิตช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจที่มีความเป็นบริโภคนิยมและให้ความสำคัญกับการใช้เงินในอนาคตมาใช้ในสิ่งต่าง ๆ มากกว่าที่จะสร้างเสถียรภาพทางการเงินของตนเองและเน้นการพึ่งพาตนเอง จากเรื่องราวนี้สามารถกล่าวได้ว่า มรดกจากเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ที่เกิดขึ้นจากการลอยค่าเงินบาท ในวันที่ 2 กรกฎาคม ได้ครบรอบ 26 ปีในวันนี้ ถือว่าเป็นเหตุการณ์ที่สะท้อนจิตใจคนไทยเป็นอย่างยิ่ง มีการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน และได้เปลี่ยนแปลงหลาย ๆ สิ่งในสังคมไทยโดยเฉพาะในแนวคิดเรื่องสุนทรียะในการใช้ชีวิตจนไปถึงกระทั่งการเสพความงามทางศิลปะ

วิกฤตทางเศรษฐกิจสะท้อนสู่การดำเนินชีวิตครั้งนี้เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นที่เด่นชัดของกระแสการโยกย้ายหนีความทุกข์และช่วยให้เรามองเห็นภาพของปัญหาอะไรบางอย่างที่น่าสนใจ อันเป็นแรงผลักดันจนถึงปัจจุบัน วิกฤตต้มยำกุ้งจึงอาจเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ผู้คนในสังคมเมืองต้องการกลับไปหาความอบอุ่นในอดีตและโยกย้ายหนีความทุกข์มากขึ้น ในบางส่วนของหนังสือเมืองใหญ่ในวงเล็บได้กล่าวถึงความหมายของการโยกย้ายหนีหรือถวิลหาอดีต “นอสตัลเจีย” (Nostalgia) มีรากศัพท์มาจากคำว่า “nostos” ในภาษากรีก แปลว่า “การกลับบ้าน” รวมกับคำในภาษาลาตินว่า “-algia” หมายถึง “ความเจ็บปวด” ปัจจุบันมีการนำคำนี้มาใช้ในความหมายแสดงสภาวะอาการและความรู้สึกของคนที่มีอารมณ์โหยหาและถวิลหาบรรยากาศหรือความคุ้นเคยในรูปแบบอดีตรวมถึงความเศร้าซึมที่เกิดขึ้น เมื่อรำลึกถึงความทรงจำในอดีต ความรู้สึกถวิลหาอดีตก่อให้เกิดผลทั้งในแง่ดีและแง่ร้ายต่อผู้ที่จมอยู่กับความรู้สึก เช่นนี้ ถ้ามองในแง่ดีจะ พบว่า การถวิลหาอดีตถือเป็นคุณธรรมที่พึงามประการหนึ่ง ผู้ที่มีความรู้สึก เช่นนี้ จะตระหนักถึงคุณค่าอันดีงามที่เคยมีในอดีต เช่น บางคนบอกว่าคืนวันเก่า ๆ นั้นเป็นสิ่งดีงามเพราะสมัยก่อนอากาศสะอาดปลอดโปร่ง ในขณะที่เรื่องเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องสกปรก แต่ทุกวันนี้อากาศกลับสกปรก ในขณะที่เรื่องเพศสัมพันธ์เป็นสิ่งที่บริสุทธิ์สะอาด แนวคิดเช่นนี้เป็นการนำคุณธรรมความดีในอดีตมาช่วยแก้ไขปัญหในปัจจุบัน ตรงกันข้ามถ้ามองในแง่ร้ายจะ พบว่า การถวิลหาอดีตเป็นบ่อเกิดของอาการ

ซีเมสตรา สลดหดหู่ จิตวิญญาณขาดความกระตือรือร้น อีกทั้งยังจมอยู่กับอดีตไม่สามารถถอนตัวออกมาสู่โลกแห่งความจริงในปัจจุบันได้ หากมีความรู้สึก เช่นนี้ รุนแรงถือเป็นอาการผิดปกติทางจิตประเภทหนึ่ง (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ, 2548)

กระแสโยโย่ในอดีตสามารถปรับสภาพตัวเองให้สอดคล้องกับส่วนอื่น ๆ ของสังคมได้อย่างแนบเนียน สามารถดำเนินควบคู่ไปกับกระแสความตื่นตันที่แปรเปลี่ยนในทุก ๆ วัน มีพลวัตและดำเนินต่อไปอย่างไม่จบสิ้น แตกต่างกันด้วยประสบการณ์ร่วมของชีวิตตามเส้นเวลาแต่ละช่วงวัย ผู้คนในสังคมแต่ละช่วงวัยจึงมีเส้นเวลาของการโยโย่ในอดีตที่มีรูปแบบที่ต่างกัน ผู้คนในห้วงขณะนี้ ชอบย้อนไปหาอดีตเพราะเราต่างมุ่งไปข้างหน้ากันตลอดเวลาเป็นสัจธรรมของโลกที่จะเริ่มเบื่อหน่ายและอ่อนล้าโดยธรรมชาติของมนุษย์จึงมักมีคนกลุ่มหนึ่งหวนกลับมาหารากของตนเอง คนในสังคมตอนนี้รู้สึกถึงความขาดแคลนภายในใจ ความทันสมัยและเทคโนโลยีกลับไม่ใช่คำตอบเพราะมันไม่ใช่ตัวตนและรากของเราที่แท้จริง ดังนั้น การเริ่มมอยย้อนเพื่อแสวงหาตัวตนจากรากเหง้าวัฒนธรรมจากการดำเนินชีวิตของตนเองจึงเริ่มเกิดขึ้นอย่างเด่นชัดพร้อมสอดรับกับแนวโน้มค่านิยมของพฤติกรรมผู้คนในสังคมไทยที่กำลังก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 โดยมีลักษณะเฉพาะมีคุณค่าประจำตัวในแต่ละบุคคลเป็นเครื่องช่วยในการกำหนดความคิดและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่าและความถูกต้องของสังคมเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ตนเองและตอบสนองความสะดักสบายใจจนถึงตอบสนองความปรารถนาของมนุษย์ที่ไม่มีสิ้นสุด สิ่งเหล่านี้ก็ได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนถึงแนวคิดในการออกแบบและศิลปิน ที่กลับยังต้องค้นหาช่องทางของตนเองที่สามารถนำแนวคิดและผลงานสร้างสรรค์สู่การมีตัวตนเพื่อแสดงสถานะของการมีอยู่ ด้วยการแสวงหาส่วนลึกของความเป็นคนไทยให้ได้เพราะโลกปัจจุบันกำลังทำให้เราต้องเป็นสิ่งพิเศษมีเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้นจึงจะสามารถอยู่รอดและมีอำนาจในการต่อรองวงการออกแบบและศิลปินก็แสวงหาเส้นทางและพื้นที่เหล่านี้ในการสร้างสรรค์แนวคิดและผลงานด้วยเช่นกัน

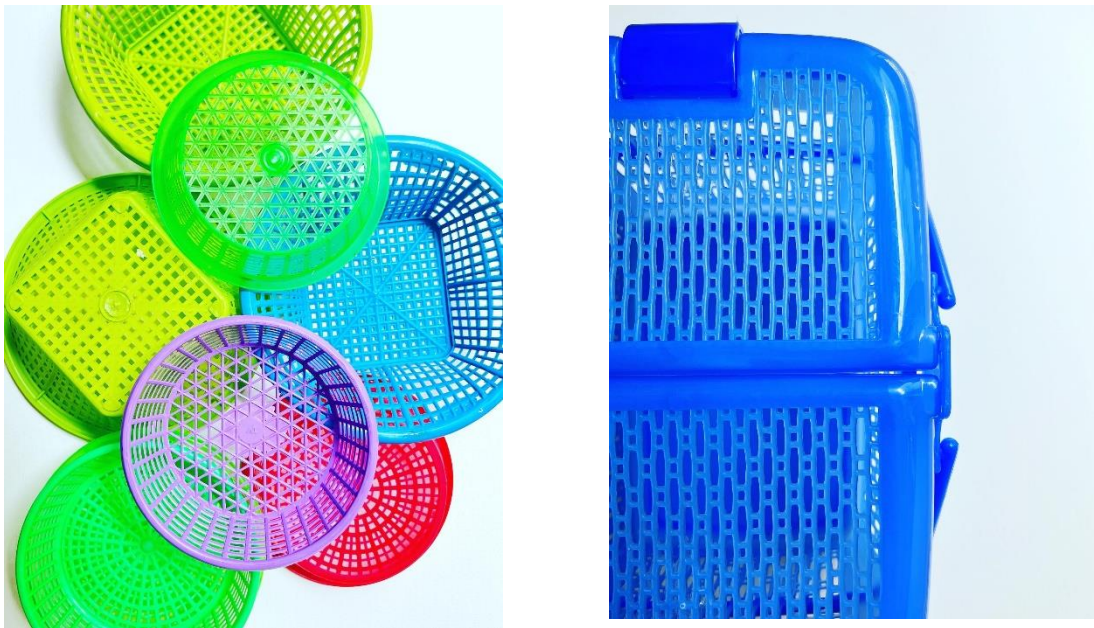
“ไทย ๆ” ภาษาวัฒนธรรมบริโภคนิยม

ไทย ๆ คือ คำคุ้นชินที่สื่อถึงการมีสถานะที่ต่ำกว่าหรือมีความหมายที่เจือจางกว่าคำว่า “ไทย” เพราะไทย ๆ เน้นความง่าย ๆ สบาย ๆ มีอยู่ในชีวิตประจำวันอีกทั้งไม่จำเป็นต้องมีรากเหง้าหรือสะท้อนเนื้อแท้ของวัฒนธรรมไทย ๆ จึงอาจเป็นสัญลักษณ์ทางภาษาที่สื่อความถึงอารมณ์ของสังคมยุคปัจจุบันที่เรียกว่า บริโภคนิยม (ประชา สุวิธานนท์, 2554)

บริโภคนิยม อาจกล่าวได้ว่า คือ การได้ซื้อ ได้กิน ได้เลือก ได้มีและได้ใช้ทำให้การดำเนินชีวิตมีความราบรื่นมีความสุขและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การบริโภคของคนธรรมดาสามัญในสังคมโดยเฉพาะผู้คนในเมืองใหญ่ ถือได้ว่าเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่มีเป้าหมายเดียวกัน คือ การแสวงหาความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ การอยู่ดีกินดีรวมไปถึงการต้องการความเสมอภาคเท่าเทียม การเข้าถึงสิทธิอันควรได้รับในฐานะประชาชนของประเทศประชาธิปไตยเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมต่างต้องการ แต่ในสภาวะความเป็นจริงในการดำเนินชีวิตกลับตรงกันข้าม สิ่งเหล่านี้อาจเกิดขึ้นจากช่องว่างและความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะช่องว่างระหว่างฐานะทางการเงินที่ทำให้คนธรรมดาไม่สามารถสร้างอำนาจการต่อรองที่พึงได้และถูกระบบของทุนนิยมครอบงำต้องใช้แรงงานและสติปัญญาที่มีเป็นเครื่องมือหนึ่งในระบบทุนนิยมเพื่อการดำรงชีวิต ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าผู้คนส่วนใหญ่ที่เป็นกลไกในระบบทุนนิยมในสังคม จะมีแนวคิดโยโย่ในอดีตอันสงบสุขของตนเองที่เคยมีประสบการณ์ร่วม และนำกลับมาเพื่อเยียวยาความรู้สึกของตนเองในปัจจุบัน

นักออกแบบและศิลปินที่นิยมแนวคิดโยโย่ในอดีตจึงหันเหความสนใจมาที่ “นอสตัลเจีย หรือการโยโย่ในอดีต” ความรู้สึกเหมือนการได้กลับบ้าน กลับมาสัมผัสกับความรู้สึกเดิมอีกครั้งและเพื่อเป็นการโยโย่ในอดีตที่ต้องการความสดใหม่ วงการออกแบบหลากหลายสาขาจึงแสวงหาความแปลกและแตกต่าง เรื่องที่ไม่ค่อยได้พูดถึง

เพราะความคุ้นชินหรือวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันที่เราเรียกว่า “ไร้สนิยมและเป็นกระแสรอง” สิ่งเหล่านี้ปรากฏชัดในกระแสของวัฒนธรรมบริโภคนิยมซึ่งเป็นเหมือนตัวแทนของความเหลื่อมล้ำอันมีอยู่จริง ดังเช่น ตัวอย่างที่สะท้อนแนวคิดอันสื่อถึงสุนทรียะไทยด้วยวัฒนธรรมบริโภคนิยม ได้อย่างชัดเจนมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น วัตถุข้าวของเครื่องใช้ที่ประดิษฐ์สร้างขึ้นจากพลาสติกในระบบอุตสาหกรรมแบบทุนนิยมที่มีเป้าหมายในการผลิตจำนวนมากโดยสวนกระแสกับค่าแรงที่ต่ำลงให้มากที่สุด “วัตถุเหล่านี้ถูกเรียกว่า Kitsch เป็นสิ่งของที่อยู่ในวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นสิ่งของที่ดูไร้สนิยม” (สรโรเสริฐ สันติธัญวงศ์, 2560)



ภาพที่ 2 สิ่งของเครื่องใช้จากพลาสติกตัวแทนสะท้อนยุคบริโภคนิยม

ปัจจัยหลักต่อการดำเนินชีวิต คือ “รายได้” ซึ่งทำให้เกิดปัจจัยของการเลือกใช้วัตถุสิ่งของ การกินอยู่และอื่น ๆ ตามปัจจัยสื่อนำในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรายได้ที่ได้มา ซึ่งกลายเป็นตัวแบ่งแยกระดับชั้นของการแสดงฐานะตามสิ่งที่เลือกอุปโภคบริโภคจึงเกิดเป็นอีกรูปแบบของรสนิยมที่เกิดจากการดำเนินชีวิต ข้าวของเครื่องใช้จากพลาสติกสีสันจัดจ้านสะดุดตาสะท้อนสุนทรียะแบบไทย ๆ เป็นวัตถุสิ่งของในวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่เราคุ้นเคยจนชินตาและผู้คนที่ล้วนมีประสบการณ์กับสิ่งของเหล่านั้นในชีวิตประจำวันด้วย เพราะเป็นสิ่งที่สามารถพบเห็นได้แทบจะในทุกสถานที่เปรียบเสมือนเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตปกติประจำวันของคนทั่วไป “พลาสติก” จึงเป็นเสมือนสิ่งของที่ไม่มีคุณค่าและมีราคาต่ำ ยิ่งกลับกลายเป็นเครื่องมือสำหรับการกีดกันด้านสุนทรียะและรสนิยม พร้อมกับใช้เปรียบเทียบเพื่อการแบ่งแยกชนชั้นของผู้คนในสังคม ผ่านเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวันของคนธรรมดาทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ในประเทศไทย

ประเด็นเหล่านี้นำมาตั้งต้นเป็นวัตถุดิบทางแนวคิดในการออกแบบและสร้างเรื่องราวให้กับผลงานของศิลปินและนักออกแบบ กระแสความคิดเรื่องการค้นหาอดีตที่เป็นกระแสรอง ความเป็นไทย ๆ สามัญธรรมดาทั่วไปในสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ก่อตัวขึ้นมาจากความคิดต่อต้านโลกยุคปัจจุบัน และหลักหนีโลกอนาคตที่ไม่แน่นอนโดยการย้อนกลับไปหาความอบอุ่นและมั่นคงในอดีต ทุกกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ส่งผลต่อการออกแบบในวงกว้างนักออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินไทย ทำให้เกิดเป็นแนวคิดการออกแบบที่อาจเป็นตัวช่วยที่สำคัญให้ได้สนุก ทำหายและอาจสร้างความสุขทางใจกับการสร้างแบบแผนสุนทรียะใหม่และรสนิยม

ใหม่ที่ต่อรองกับ “ความเป็นไทย” พร้อมสร้างตัวตนที่นำไปสู่ผลงานการออกแบบที่เรียกว่ามีเอกลักษณ์ ความต้องการโหยหาอดีตกับวัฒนธรรมดาสามัญทั่วไปในชีวิตประจำวันรอบตัวแบบภาษาที่ใช้สื่อสารทางความรู้สึกแบบไร้รสนิยม จึงได้เดินมาบรรจบกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้คนในปัจจุบันที่มองว่ากระแสบไทย ๆ คือ ความเทและไม่สยบยอมต่อกระแสหลัก

ภาณุ อิงคะวัต ได้กล่าวถึงประเด็นการแสวงหาแก่นอันเป็นตัวตนที่แท้จริงของความเป็นไทยซึ่งอาจเป็นแบบแผนทางแนวคิดในการออกแบบในวัฒนธรรมบริโภคนิยมของไทย ดังนี้ อย่าเข้าใจผิดว่าส่วนลึกของวิถีชีวิตแบบคนไทย จำเป็นจะต้องจำกัดแคบอยู่ที่จิตรกรรมฝาผนัง วรรณคดีไทย ผ้าไหม มวยไทย พุทธศาสนา ตลาดน้ำ วัด วัง และอื่น ๆ อีกมากมายที่ภาครัฐต้องการให้คนในชาติร่วมภาคภูมิใจ แต่มันอาจเป็นความรู้สึกหรือเหตุการณ์หรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในชีวิตที่คนไทยเท่านั้นสามารถเอาตัวเอาใจเข้าไปสูงส่งด้วยได้ คำว่า “สูงส่ง” จึงเป็นจุดเริ่มของประเด็นทางความคิดที่สามารถแตกขยายสาขายออกไปได้ไม่รู้จบ เพราะมันแสดงถึงความเป็นธรรมดาสามัญที่เราคนทั่วไปต่างเข้าไปสัมผัส ผุดผวย แลกเปลี่ยน วิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างจริงจัง หรือมัน คือ การที่เราเอาตัวเราเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในสิ่งนั้นได้มันถึงจะทำให้เรารู้สึกเป็นเจ้าของสิ่งนั้น และเป็นผู้ร่วมสร้างวัฒนธรรมนั้น (ภาณุ อิงคะวัต, 2538)

รสนิยมแบบไร้รสนิยม ที่บ่งบอกความเป็นไทยของเราแบบชื่อ ๆ และตรงไปตรงมาไม่อ้อมค้อม รสนิยมแบบนี้เป็นสิ่งที่มืออยู่รอบตัวเรา เพราะ มันคือ บรรยากาศของการดำเนินชีวิตประจำวัน และบางอย่างเราอาจจับต้องไม่ได้ มองไม่เห็น หรือมันอาจอยู่แค่ในความรู้สึกที่บอกเป็นภาษาพูดไม่ได้ และเมื่อเราต้องการหาคำตอบที่ชัดเจนว่ารสนิยมแบบไทยแท้ ๆ คืออะไร คำตอบเหล่านั้นกลับมักถูกนิยามจากผู้ที่มีรู้สึกเหนือกว่าด้านรสนิยมว่าเป็น “ภาษาไร้รสนิยม” เราจึงอาจไม่ได้คำตอบที่แท้จริงจากสิ่งที่เราพบเห็นในชีวิตประจำวันของคนธรรมดา เพราะการสร้างกรอบความคิดจากภาครัฐอันสำเร็จรูปเพื่อกำหนดเป็นค่านิยมของชาติมาให้เรายึดถือ การค้นหาตัวแทนค่ากลางของความเป็นชนชาติที่ทำหน้าที่พูดสื่อสารแทนตัวเราคนไทยโดยรวมว่า คือ สิ่งใด อีกมุมมองเป็นประเด็นที่น่าสนใจ คือ อัตลักษณ์ที่อยู่ในธรรมชาติการดำเนินชีวิตของผู้คน เช่น การบ่งบอกถึงหน้าตา ความคิดอ่าน การพูดจา นิสัยใจคอ บุคลิกลักษณะของความเป็นเราได้แสดงออกอย่างเต็มภาคภูมิอย่างชนิดที่ใคร ๆ ที่พยายามทำตามก็ได้แต่เป็นเพียงผู้ตามและไม่สามารถขโมยความเป็นเจ้าของได้เหมือนกับสำเนียงของภาษาพูด สิ่งนี้หรือไม่ คือ “รสนิยมแบบไทยแท้” คุณค่าความเป็นไทยแบบไร้รสนิยมที่เห็นโดยทั่วไปในชีวิตปกติประจำวันของผู้คนในสังคมเวลานี้ ได้พยายามเข้าไปแย่งพื้นที่ ทำลาย และต่อรองกับความเป็นไทย แบบวัด แบบวัง แบบของรัฐส่วนกลางที่ได้กำหนดค่ามาตรฐานไว้ที่คิดว่าเป็นแบบแผนอันดีงามร่วมกันที่คนไทยต้องร่วมยึดถือปฏิบัติเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของชาติที่ชัดเจน แต่ในช่วงเวลานี้การใช้แนวคิดแบบ “ภาษาไร้รสนิยม” อันสะท้อนจากวัฒนธรรมบริโภคนิยม มาเป็นตัวแทนค่ากลางของชนชาติกลับกลายเป็นวัตถุดิบทางความคิดและแรงบันดาลใจ พร้อมกรรมวิธีในการออกแบบและการผลิตผลงานสร้างสรรค์ ถือเป็นการแย่งชิงพื้นที่ที่ใช้กระแสนิยมของคนยุคปัจจุบันเป็นตัววัดว่าสิ่งใด คือ รสนิยมที่แท้จริงของไทย ดังนั้น การค้นหาความเป็นไทยแบบใหม่ คือ สิ่งสำคัญที่ควรถูกปลูกฝังและเข้าไปเชื่อมต่อกับวงการการศึกษาทางการออกแบบระดับชาติอย่างจริงจังและมีแผนงานที่ต่อเนื่องชัดเจนควบคู่ไปกับแผนยุทธศาสตร์ของชาติ โดยกรอบวิสัยทัศน์และเป้าหมายอนาคต ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ของประเทศไทย ในยุทธศาสตร์ฉบับที่ 2 ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศด้วยการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ต่อยอดจากมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาตามแนวนโยบายของรัฐบาลว่าด้วยการ “ต่อยอดจากอดีต ปรับปัจจุบันและสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ที่ต้องขับเคลื่อนและเชื่อมต่อไปกับสังคมโลก เราสามารถที่จะวิพากษ์นิยามของอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมอย่างตรงไปตรงมาและยังสามารถนำเสนอความต้องการที่จะกำหนดนิยามอัตลักษณ์ไทยในแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไม่จบสิ้นเพราะวัฒนธรรมที่หยุดนิ่งไม่มีพัฒนาการไปกับกระแสของสังคมอาจ คือ วัฒนธรรมที่กำลังถดถอยและหนีห่างจากผู้คนใน

สังคม ดังนั้นการค้นหาคำกลางที่เป็นการยอมรับร่วมกันในด้านรสนิยมของผู้คนในสังคมไทย จึงควรมีการปรับปรุงฐานข้อมูลและปรับให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา

ไรรสนิยม “สื่อ” รสนิยม

รสนิยมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและมนุษย์โดยธรรมชาติก็ย่อมผูกติดอยู่กับสังคม ความงามก็ขึ้นอยู่กับผู้มอง ทุกคนต่างคนต่างมีความชอบ ความพึงพอใจ และความคิดเห็นส่วนตัว หรือเราเรียกสิ่งเหล่านี้รวม ๆ ว่า รสนิยม ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นเรื่องที่กำหนดโดยสังคมหรือสามารถเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคม โดยมีกระแสเป็นกระแสหลักที่ผู้คนยอมรับร่วมกัน ในสังคมที่มีความสลับซับซ้อนทางวัฒนธรรม รสนิยมจึงเป็นเรื่องของชนชั้นหรือเป็นสิ่งที่คนในสังคมใช้เป็นเครื่องมือในการสะท้อนชนชั้นหรือกลุ่มของตนเอง

เมื่อมองย้อนกลับถึงสังคมและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของเรา อาจกล่าวได้ว่ารสนิยมและบุคลิกแบบไทย ๆ นั่นคือ อารมณ์ขันแบบโง่งมและไม่เคร่งเครียด ไม่จริงจัง ง่าย ๆ สบาย ๆ อะไรก็ได้ เป็นจุดเริ่มของกระแสการหันไปหาความเป็นไทยด้วยการสื่อสารแบบภาษาไรรสนิยม ซึ่งอิทธิพลความเป็นไทยในลักษณะนี้กลับถูกจริตของคนต่างชาติ ต่างวัฒนธรรม กลับกลายเป็นลู่ทางไปสู่การยอมรับของชาวโลก แนวคิดนี้สะท้อนถึงวิธีการนำเสนอความเป็นไทยแบบมีรสนิยมที่เราพบเห็นได้ทั่วไป ยิ่งทำให้เราหาตนเองไม่พบ ภาครัฐผู้เป็นหัวเรือใหญ่ในการนำเสนอความเป็นไทยต่อสายตาชาวโลกเองก็มักสื่อสิ่งหนึ่งเพื่ออธิบายความหมายของอีกสิ่งหนึ่งเสมอจนบางครั้งเราอาจต้องร่วมกันตั้งคำถามต่อผู้มีหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อแนวคิดเช่นนี้ และยังสามารถพบเห็นสิ่งอื่น ๆ วัตถุอื่น ๆ ไม่เว้นแม้แต่อาหารการกิน ความเชื่อศรัทธา ประเพณีท้องถิ่นอีกมากมายที่ถูกนำมาประดิษฐ์สร้างเพื่อเป็นการสื่อสารต่อสายตาทั่วโลก จนถูกเรียกว่า “ประเพณีประดิษฐ์” หรือเพราะเราอาจสร้างความสลับซับซ้อนและพยายามสร้างความมีรสนิยมจากค่ามาตรฐานความงามอันเป็นสากลมากจนเกินไป จึงทำให้ออกห่างจากวิถีชีวิตประจำวันของคนธรรมดาและห่างไกลความจริงที่เราพบเห็นและเป็นอยู่ในทุก ๆ วัน

กระแสรสนิยม เช่นนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในวงการออกแบบเพียงเท่านั้น ขยายตัวอย่างในวงการศิลปะ มีศิลปินไทยหลายท่านที่สร้างชื่อเสียงและนำพาความเป็นไทยแบบไรรสนิยมมาเป็นภาษาในการสื่อสารผลงานของตนเองให้ได้รับการยอมรับในระดับโลกด้วยการนำเอาวัตถุสิ่งของแบบไทย ๆ อารมณ์ ความรู้สึกและความดัดจริตที่พบเห็นตามทุกตรอกซอกซอยของเมืองไทยอันเป็นวัฒนธรรมกระแสรองจากสังคมบริโภคนิยมมาออกแบบและสื่อสารเรื่องราวผ่านผลงานศิลปะ

จากผลงานการแสดงทางศิลปะที่เป็นตัวอย่างของการสะท้อนภาษาไรรสนิยม ด้วยสุนทรียะไทยในวัฒนธรรมบริโภคนิยม ของฤกษ์ฤทธิ์ ตีระวนิช เป็นการสื่อภาษาทางความรู้สึกที่ใช้สะท้อนอัตลักษณ์ไทยที่ถูกปรับเปลี่ยนไปตามการดำเนินชีวิตของคนธรรมดาสามัญทั่วไปที่สอดรับกับความหลากหลายทางบริบทสังคมตามกระแสการบริโภคในระบบทุนนิยม ถือเป็นตัวแทนแนวความคิดการสร้างสรรคผลงานศิลปะร่วมสมัยไทยจากชีวิตประจำวันผ่านวัฒนธรรมบริโภคนิยมแบบไทย ๆ

ฤกษ์ฤทธิ์ ตีระวนิช ได้รับการขนานนามว่าเป็นตัวแทนศิลปะเชิงสัมพันธ์ (Relational Art) หรือสุนทรียศาสตร์เชิงสัมพันธ์จากนักวิจารณ์ศิลปะชาวฝรั่งเศสและภัณฑารักษ์ นิโคลาส บูริโยต์ (Nicolas Bourriaud) เป็นการนำศิลปะสร้างการเชื่อมโยงกับบริบทในสังคม โดยศิลปินจะเป็นผู้ออกแบบและจำลองปฏิบัติการความจริงที่อยู่ในสังคมด้วยสถานการณ์ การพบปะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในผลงานศิลปะ ศิลปะเชิงสัมพันธ์ได้สร้างความสัมพันธ์รูปแบบใหม่กับผู้ชมจากเดิมที่พื้นที่แสดงงานศิลปะเป็นเพียงแค่พื้นที่ให้ผู้ชมงานเดินผ่านผลงานวัตถุที่ไม่มีชีวิตจากการเพ่งมอง แต่ผลงานศิลปะเชิงสัมพันธ์ได้สร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ทำให้ผู้ชมได้เข้ามาอยู่ร่วมกัน เป็นการเผชิญหน้าเกิดปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรม สถานการณ์ หรือผลงานที่ศิลปินเป็นผู้สร้างขึ้น (ถนอม ชาติ, 2540)



ภาพที่ 3 ฤกษ์ฤทธิเป็นที่รู้จักในวงกว้างจากผลงาน ผัดไทย (Pad Thai) หรือ Untitled (Free) (1992/1995/2007/2011) (เอ็กสเปซแกลลอรี, 2566)



ภาพที่ 4 Contemporaries งานที่ยังไม่ได้ล้าง ก็เป็นศิลปะกับเขาได้เหมือนกันนะ! (บริษัท เวอร์คอน ประเทศไทย จำกัด, 2563)

ในผลงานของฤกษ์ฤทธิ ตีระวนิช อย่าง ผัดไทย (Pad Thai), Untitled (Free) (1992/1995/2007/2011) หรือ "ไม่มีชื่อ 2547 (ต้มยำไก่, เจ็ดเซียนชาบูไร) (2019) นอกจาก จะเป็นการขยายขอบเขตการสร้างสรรคและการชมงานศิลปะจากรูปแบบเดิม ๆ และเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามาสัมผัสสัมพันธ์ตอบโต้กับผลงานศิลปะ เพื่อเป็นการลดช่องว่างระหว่างศิลปะกับผู้ชม ด้วยการยกครัวเข้าไปตั้งในหอศิลป์ และทำอาหารอย่าง ผัดไทย หรือ ต้มยำไก่ แจกให้คนที่เข้ามาดูงานกินกันฟรี ๆ แทนที่จะได้ดูงานศิลปะตามปกติแล้ว หลังจากจบสิ้นการแสดงในวันเปิดงานนิทรรศการ เขายังทิ้งหม้อ กระทะ จาน ชามเปรอะเปื้อนคราบอาหารโดยยังไม่ได้ล้างเอาไว้ในหอศิลป์ให้ผู้ชมดูแทนงานศิลปะ ราวกับจะเป็นการแสดงสภาวะหลังงานเลี้ยงที่เลิกรา เพื่อให้ผู้ชมงานได้เป็นประจักษ์พยานกับหลักฐานแห่งสุนทรียศาสตร์ของกิจกรรมในชีวิตประจำวันอันธรรมดาสามัญอย่างอาหารการกิน ซึ่งสามารถเป็นศิลปะในรูปแบบหนึ่งได้เช่นกัน

ฤกษ์ฤทธิ นำเสนอการปรุงอาหารริมทางที่โด่งดังและชินตาของไทย เช่น ก๋วยเตี๋ยว ผัดไทย แกงเหลืองแกงแดง วัฒนธรรมอาหารริมทางและการพูดคุยเหมือนในชีวิตปกติประจำวันของคนไทยมาสร้างเป็นเรื่องราวการนำเสนอผลงานของตนเองและทำให้เกิดประสบการณ์ร่วมอย่างตรงไปตรงมาที่ทำให้เกิดทั้ง รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และใจ ต่อผู้เข้าร่วมชมการแสดงผลงานของเขา ซึ่งอาจถือเป็นเสน่ห์อันลึกซึ้งและเป็นสิ่งที่ตื่นตาตื่นใจคนต่างภาษาต่างวัฒนธรรม เป็นลักษณะการนำเสนอเรื่องราวที่ Exotic หรือ Exoticism จากอาหารไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และนำเสนอวิถีชีวิตของผู้คนผ่านความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ในการประกอบอาหารเลี้ยงผู้คนให้ได้กินฟรี ๆ แบบไทย ๆ ที่เราคุ่นชินในสังคม ปรากฏการณ์เช่นนี้หรือไม่ที่ควรเป็นลู่ทางในการนำเสนอตัวตนของสุนทรียะไทยสู่สากล

จากแนวคิดของ ประชา สุวิธานนท์ ได้อยกตัวอย่างการนำเสนอผลงานทางศิลปะจากภาษาไร้สนิมแบบไทย ๆ ของศิลปินท่านนี้ไว้ว่า ศิลปินได้ผลิตงานลักษณะเดียวกันต่อเนื่องยาวนานกว่ายี่สิบปีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และมีส่วนอย่างมากในการชี้ให้คนหันมามองว่าของเหล่านี้ก็มีลักษณะประจำชาติที่โดดเด่นและชนะใจผู้คนที่อยู่ภายนอกประเทศต่างวัฒนธรรม ไม่แพ้ความเป็นไทย แบบวัด แบบวัง และแบบที่รัฐบาลได้กำหนดมาตรฐานไว้เลยเถิดแม้แต่ถ้วย (ประชา สุวิธานนท์, 2554)

ดังนั้น โดยภาพรวมของการแสดงออกทางศิลปะในยุคปัจจุบันจึงไม่ได้ทำหน้าที่ในด้านความงามเท่านั้น แต่กลับกลายเป็นการสื่อสารความหมายของสังคม และทำหน้าที่เป็นเสมือนภาพตัวแทนของวัฒนธรรม ที่ไม่ได้มุ่งเพียงการสร้างแค่ศิลปะวัตถุเพียงเท่านั้น แต่สนองตอบด้านจิตใจไปด้วยพร้อมกัน ศิลปะในลักษณะนี้จะจั่วรับใช้มนุษย์ก็คงไม่ผิดนัก ความสุนทรียะเป็นสิ่งที่ทุกคนถวิลหาไม่ว่าจะเป็นระดับชนชั้นใด ๆ

ตามแนวคิดของ ธีรยุทธ บุญมี เกี่ยวกับมุมมองด้านศิลปะในโลกโมเดิร์นและโพสต์โมเดิร์น ได้แสดงให้เห็นว่าความเป็นศิลปะและการขยายขอบเขตทางศิลปะไปสู่บริบททางสังคมวัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่ ทำให้ศิลปะสามารถเล่นกับอะไรก็ได้ที่ศิลปินคิดอยากจะทำและสื่อสาร ด้วยแนวคิดที่ว่าศิลปะไม่เคยถูกมองว่าเป็นความจริงหรือเรื่องจริง เป็นเพียงภาพตัวแทนความคิดของผู้สร้างและเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม ทุกอย่างสามารถเป็นไปได้ในโลกของศิลปะ เพราะ “ การมองความจริงในปัจจุบันมีความหลากหลาย หรือไม่เชื่อว่ามีความจริงเพียงหนึ่งเดียว แต่เป็นความจริงที่มองได้หลายมุมมอง โลกข้างนอกเป็นแค่พื้นที่ว่างที่เราจะใส่ความคิด ความเชื่อของเราลงไป ” ศิลปะที่สะท้อนสุนทรียะไทยจากแนวคิดนี้จึงเป็นภาพตัวแทนของความคิด ของตัวตน และของยุคสมัย (ธีรยุทธ บุญมี, 2546)

อีกหนึ่งมุมมองสำคัญที่สามารถสะท้อนว่าความไวรัสนิยมในความธรรมดาสามัญรอบตัวเราในสังคมไทยได้กลายเป็นภาษาที่สามารถสื่อสารความเป็นไทยได้เด่นชัดและตรงไปตรงมา จากผลงานการเขียน Very Thai Everyday Popular Culture โดยฟิลิป คอรัเนล - สมิตและอีกหนึ่งเล่มของ River Books (2020) ที่ถูกรวบรวมเป็นหนังสือชื่อ VERY BANGKOK IN THE CITY OF THE SENSES



ภาพที่ 5 หนังสือ Very Thai Everyday Popular Culture และ
หนังสือ Very Bangkok in The City Senses

หนังสือทั้งสองเล่มมีลักษณะเป็นหนังสือกึ่งไกด์บุ๊ค กึ่งวิชาการ ซึ่งพยายามรวบรวมวัตถุดิบของ พิธีกรรม พฤติกรรมแบบไทย ๆ ไว้อย่างเป็นระบบ หลายครั้งเรามักจะได้ยินคนต่างชาติพูดถึงไทยในแง่สีสันทางวัฒนธรรมที่แปลกตาไปจากความคุ้นชินของบ้านเมืองตนเอง แสดงให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นเมื่อคนต่างชาติมักจะตื่นตาตื่นใจกับข้าวของ ไลฟ์สไตล์ของไทยหลาย ๆ อย่างที่บ้านเขานั้นไม่มี ยกตัวอย่างเช่น ร้านอาหารริมทางที่พร้อมเสิร์ฟตลอด 24 ชั่วโมง พวงถ้วยเครื่องปรุงในร้านก๋วยเตี๋ยว กระดาษหิซุสซิมพู่ที่สามารถนำมาเช็ดปากได้ ราไทยด้วยชุดละครไทยแบบตุ๊กตาแก่นของศาลพระพรหมแยกราชประสงค์ รถตุ๊กตุ๊ก พวงมาลัยดอกไม้พลาสติกสีสันจัดจ้าน น้ำเขียว น้ำแดงไหว้ศาลพระภูมิเจ้าที่ ร๊วเหล็กดัดลวดลายแบบยุโรปพร้อมเสาบ้านแบบโรมัน หรือแม้กระทั่งสายสื่อสารที่แขวนทับซ้อนระโยงระยางจนคล้ายงานแสดงศิลปะร่วมสมัยที่มีให้เห็นทุกที่แยกของกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ถ้าจะจำกัดความข้าวของหรือไลฟ์สไตล์เหล่านี้ว่า คืออะไร เราก็สามารถเรียกสั้น ๆ ได้ว่า “ไทยป๊อปคัลเจอร์” (Thai Pop Culture) หรือวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกิดขึ้นในสังคม ความสามัญธรรมดาทั่วไปซึ่งไม่จำเป็นต้องมีคุณค่า มีความดีงาม หรือต้องถูกยกย่อง มันเป็นแค่ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่คนจำนวนหนึ่งทำมันขึ้นมาและมักถูกมองว่า “ไร้รสนิยม” แต่ที่น่าสนใจ คือ ไทยป๊อปคัลเจอร์มักเป็นสิ่งที่เจ้าตัวหรือเจ้าของวัฒนธรรมนั้นไม่ทันคิดว่ามันป๊อป เพราะเคยชินจนลืมสังเกตนั่นเอง แต่ว่าลักษณะการแสดงออกแบบ “ไทยป๊อปคัลเจอร์” นั้นกลับหยิบยืมเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วกับการใช้สอยในชีวิตประจำวันตามท้องตลาดเป็นวัตถุประสงค์จากปรากฏการณ์การผลิตแบบทุนนิยมมานำเสนอในบริบทใหม่สื่อความหมายใหม่ที่ย้อนแย้งผนวกกับการแผ่ขยายของการวิพากษ์วิจารณ์และตั้งคำถามอย่างมีชีวิตชีวา รวมถึงยังมีส่วนที่ทำให้ลายเส้นแบ่งหรือความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมชั้นรองของคนธรรมดาสามัญ กล่าวได้ว่า คือ ความเท่าเทียมแห่งรสนิยม (Smith, P. C., 2005)

Immanuel Kant นักปรัชญาที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อกระแสสุนทรียะสมัยใหม่ ได้อธิบายแนวคิดของ Community of Sense of Taste ว่าสิ่งที่ทำให้การประเมินค่าทางรสนิยมและความงามมีความเป็นสากลและสามารถใช้เป็นมาตรฐานแห่งรสนิยม คือ Sensus Communis หรือความรู้สึกร่วมหรือรสนิยมร่วมที่คนในสังคมใช้ร่วมกันเมื่อมีการประเมินหรือบอกว่าสิ่งใดงามหรือไม่งาม นั่นคือ ความงามสำหรับ Kant ไม่ใช่รสนิยมเฉพาะบุคคลแต่เป็นรสนิยมที่ทุกคนในสังคมมีร่วมกัน นั่นคือ ความงามที่เป็นสากลและสามารถมีร่วมกันได้หรือมีความเห็นพ้องต้องกัน โดยธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนต้องอยู่ร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน เมื่อมนุษย์ได้อยู่ร่วมกันเป็นสังคมแล้ว แต่ละสังคมก็ได้กำหนดลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของตนขึ้นมา ซึ่งรวมไปถึงเรื่องของรสนิยมและสุนทรียะทางความงาม (Kant, I., 1987)

ในแง่มุมนี้เราสามารถพิจารณาได้ว่า รสนิยมที่เกิดจากการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นผลผลิตของสังคมและวัฒนธรรมบริบทนิยมของสังคมนั้น ๆ คือ ภาพตัวแทนของสิ่ง ๆ หนึ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ ความคิด ความเชื่อ และแสดงถึงตัวตนของผู้สร้าง ศิลปิน และนักออกแบบที่ได้ร่วมกันกำหนดรสนิยมและสุนทรียะทางความงามไปพร้อมกับสังคม

สรุป

วิกฤตทางเศรษฐกิจสะท้อนสู่การดำเนินชีวิตถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นที่เด่นชัดของกระแสการโยกย้ายอดีต อันได้ส่งผลต่อรสนิยมการบริโภคของผู้คนในสังคม และช่วยให้เรามองเห็นภาพของปรากฏการณ์ของวงการศิลปะและการออกแบบบางประการได้อย่างน่าสนใจ ภาษาการสื่อสารในรูปแบบ “ไร้รสนิยม” คือ ภาษาที่ใช้สื่อสารทางความรู้สึกอันเกิดจากประสบการณ์ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในชีวิตที่คนไทยเท่านั้นสามารถเอาตัวและเอาใจ เข้าไป “สูงส่ง” มีส่วนร่วมกับเหตุการณ์เหล่านั้นด้วยได้ และแสดงถึงความเป็นธรรมดาสามัญที่คนทั่วไปต่างเข้าไปสัมผัส พุดคุย แลกเปลี่ยน วิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างจริงจัง สามารถเอาตัวและความรู้สึกของเราเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในสิ่งนั้นได้ทำให้เรารู้สึกเป็นเจ้าของและผู้ร่วมสร้างวัฒนธรรมนั้น “ภาษาไร้รสนิยม” กลายเป็นองค์ความรู้ของศิลปะและงานออกแบบอีกประเภทหนึ่ง การออกแบบประเภทนี้อธิบายตนเองผ่านภาษาทางความรู้สึกของความเป็นไทยที่ไม่สูงส่งจนเกินเอื้อมถึง มุ่งเน้นความซื่อตรง ไม่อ้อมค้อม มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เอาตัวเข้าไปสูงส่งและเข้าไปมีส่วนร่วมได้ อีกทั้งไม่จำเป็นต้องมีรากเหง้าหรือสะท้อนเนื้อแท้อันยาวนานใด ๆ ทั้งสิ้น “ภาษาไร้รสนิยม” อาจเปรียบได้กับภาษาชาวบ้านหรือภาษาคนธรรมดาสามัญ เป็นการสื่อสารความมีตัวตนในสังคมไทยยุควัฒนธรรมบริบทนิยม มุมมองของผู้ที่เห็นคุณค่าและอยากนำแนวคิดนี้มาใช้เพื่อการสื่อสารทางการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ องค์ความรู้เหล่านี้ คือ มรดกภูมิปัญญาของคนธรรมดาที่ไม่ได้แตกต่างหรือมีคุณค่าน้อยกว่าภูมิปัญญาจากสกุลช่างใด ๆ เลย และเป็นมรดกทางปัญญาที่มีชีวิตสามารถนำกลับมาใช้ได้เสมออย่างง่าย ๆ ไม่ต้องมีพิธีรีตอง ภาษาที่ใช้สื่อสารแสดงความเป็นตัวตนนี้เองถือเป็น

วัตถุดิบชั้นเลิศที่ผ่านการกลั่นกรองในทุกมิติจากความจริงในสังคมและการดำเนินชีวิตของผู้คนธรรมดาสามัญ ทั้งด้านสุนิยมและคุณค่าจากการใช้สอยประโยชน์ ที่นักออกแบบและศิลปินได้หยิบจับนำมาใช้สร้างผลงานเพื่อแสดงตัวตน จากการวิเคราะห์ต่อศิลปะและการออกแบบในเรื่อง “ภาษาไร้สุนิยม” จะคงดำรงอยู่กับไทยตลอดไป แต่ก็คงมีฐานะที่ต่ำกว่าและเป็นกระแสรองอยู่เสมอเช่นเดิม ถ้ายังคงมีการจัดแบ่งประเภทศิลปะของชาติและเปรียบเทียบความงามตามมาตรฐานสากล ประการสำคัญเสน่ห์ของผลงานเหล่านี้ คือ ตัวแทนสื่อความรู้สึกโหยหาอดีต (Nostalgia) เหมือนได้เดินทาง “กลับบ้าน” ที่อบอุ่นและปลอดภัยหลังจากต่อสู้เพื่อดำรงชีวิตในสังคมเมืองใหญ่ ภาษาทางความรู้สึกเช่นนี้ ก็คงเป็นสิ่งสะท้อนสังคมเมืองใหญ่ที่ผู้คนเคลื่อนย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานสร้างตัวสร้างฐานะเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้หลุดออกจากพื้นถิ่นและต้องปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ตลอดเวลา ฉากทัศน์ที่สะท้อนปรากฏการณ์ทางความรู้สึกเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน คงหนีไม่พ้นเทศกาลวันหยุดยาวจากวัฒนธรรมและประเพณีที่รัฐบาลส่วนกลางกำหนดขึ้น เช่น ประเพณีวันสงกรานต์ พวกเขาและพวกเราต่างมีความสุขเมื่อได้เดินทางกลับบ้าน กลับภูมิลำเนาที่เคยเติบโตและจากมา โดยที่ความยากลำบากแออัดยัดเยียดและอุปสรรคนานัปการในการเดินทาง กลับเต็มอิ่มไปด้วยความสุขและรอยยิ้มที่ไม่สามารถอธิบายเป็นคำพูดได้และเมื่อเป็นเช่นนั้น วันวานที่เรียบง่าย ชื่อดังอย่างไร้เคียงสา จึงได้สะท้อนอยู่ในงานออกแบบด้วย “ภาษาไร้สุนิยม” สื่อถึงสุนทรียะความงามที่แท้จริงของความเป็นไทย ที่ไม่ได้พบเห็นเป็นวัตถุสิ่งของเพียงเท่านั้น แต่ยังแทนค่าทางความรู้สึกอันหลากหลายของการดำเนินชีวิตพร้อมเกื้อหนุนสอดรับไปกับยุคสมัยของวัฒนธรรมบริโภคนิยมสอดประสานกันไปตามแนวทางของประวัติศาสตร์สุนทรียะไทย

เอกสารอ้างอิง

- เดอะสตรีคเจอร์. (2565). วิกฤตตั้มยำกุ้ง 2540. วิกฤตที่ทำให้ประเทศไทยล้ม ก่อนที่จะลุกขึ้นมาใหม่ เป็นไทยที่แข็งแกร่งมั่นคงกว่าเดิม. เรียกใช้เมื่อ 23 มีนาคม 2566 จาก <https://shorturl.asia/tKZj2>
- ถนน ชากักดี. (28 กุมภาพันธ์ 2540). ฤกษ์ฤทธิ ติระวนิช Chef-Conceptual Artist. เนชั่นสุดสัปดาห์, หน้า 66-67.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2546). โลก Modern & Postmodern. กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- บริษัท เวอร์คอน ประเทศไทย จำกัด. (2563). Contemporaries งานที่ยังไม่ได้ล้าง ก็เป็นศิลปะกับเขาได้เหมือนกันนะ! เรียกใช้เมื่อ 13 เมษายน 2566 จาก <https://shorturl.asia/Gad81>
- ประชา สุวีรานนท์. (2554). อัตลักษณ์ไทย จากไทยสู่ไทย ๆ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ฟาเดียวกัน.
- ภาณุ อิงคะวัต. (2538). ฮอทดอก แอมเบอร์กอร์ และแอปเปิ้ลพาย. กรุงเทพมหานคร: สมาคมผู้กำกับศิลป์ Bangkok.
- ภูมิพิชญ์ ยาสีห์. (2560). ถอดบทเรียนวิกฤตตั้มยำกุ้งผ่านเศรษฐกิจประเทศไทยและอาเซียน. เรียกใช้เมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=45243
- รุ่งนภา พิมมะศรี. (2565). “ตั้มยำกุ้ง” กับ “IMF” วิกฤตร่วมยุคสมัย ที่ปรากฏความผันผวนสาวไทยและเกาหลี ไม่ต่างกัน. เรียกใช้เมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/business/101333>
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2547). ศิลปะสมัยใหม่ Postmodern Art. กรุงเทพมหานคร: สันติศิริการพิมพ์.
- วุฒิชัย ฤชณะประกกรกิจ. (2548). เมืองใหญ่ในวงเล็บ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: แพรว สำนักพิมพ์.
- สรเสรีญ สันติธัญวงศ์. (2560). ศิลปะในศตวรรษที่ 20. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอ็กสเปกแกลอรี. (2566). ศิลปินผู้ลัดช่องว่างระหว่างศิลปะกับชีวิต ฤกษ์ฤทธิ ติระวนิช. เรียกใช้เมื่อ 5 มกราคม 2566 จาก https://xspace.gallery/blogview?i_uid=7r0cz56ewnjm

- Kant, I. (1987). Critique of Judgment, Translated with an Introduction by Warner S, Pluhar. Cambridge: Hackett.
- Smith, P. C. (2005). Very Bangkok in The City of The Senses. (1 nd ed). Bangkok: River book publisher.