

การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในมวยไทย

ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร
กาญจนา แก้วเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ 1. วิเคราะห์ความหมาย และกระบวนการประกอบสร้างความหมายเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ “ความเป็นชาติ” ของ “ลือมวยไทย” ในปัจจุบัน 2. วิเคราะห์บทบาทของ “ลือมวยไทย” ในปัจจุบันที่สื่อสาร “ความเป็นไทย” เป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง ด้วยการวิเคราะห์ด้วยบท เก็บข้อมูล 4 กลุ่มแยกตามลักษณะของสื่อ คือ 1). ภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับมวยไทย 2). การแข่งขันมวยไทยทางโทรทัศน์ 3). คลิปวิดีโอการแข่งขันมวยไทยจาก YouTube.com และ 4). การแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี

ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ภาควิชา นิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

กาญจนา แก้วเทพ (Ph.D., University of Paris 7, France, 1984) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำภาควิชา การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์สาขานิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2554 เรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในมวยไทย” โดยมี รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับการสนับสนุนทุนวิจัย จาก ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช

ผลการวิจัยพบว่า

1. “สื่อมวยไทย” ทั้ง 4 ประเภทมีระดับในการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นชาติ” ต่างกัน มวยไทยที่ลุ่มพินีสสร้าง “ความเป็นไทย” มากที่สุด ถัดมาคือมวยไทยทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์มวยไทย และคลิปมวยไทยใน YouTube.com ขณะที่คลิปมวยไทยใน YouTube.com สร้าง “ความเป็นอื่น” มากที่สุดถัดมาคือ ภาพยนตร์มวยไทย มวยไทยทางโทรทัศน์ และมวยไทยที่เวทีลุมพินี

2. “สื่อมวยไทย” สร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ใน 5 บทบาทด้วยกันคือ (1) บทบาทแบบเดิมเพื่อ “บอกกับตัวเอง” (2) บทบาทเพื่อ “บอกกับคนอื่น” (3) บทบาทด้านเศรษฐกิจ (4) บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ “รสนิยมแบบไทยๆ” และ (5) บทบาทในการ “ปรับตัว” เพื่อปรับประสาน (articulation) เข้ากับความเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์

บทนำ

การนิยาม “ความเป็นไทย” (Thainess) ในงานวิจัยด้านสื่อสารการกีฬาส่วนใหญ่ระบุไปในทิศทางเดียวกันว่ามวยไทยคือ ภาพที่เมื่อหลับตาแล้วจินตนาการเห็น “ความเป็นไทย” ได้ชัดเจนที่สุด ไม่ว่า “ความเป็นไทย” จะมีความหมายคลุมเครือเพียงใด โอกาสที่จะผิดเพี้ยนไปเป็นของ “ชาติอื่น” หรือ “ไม่เป็นไทย” (un-Thai) นั้นน้อยมาก ส่วนหนึ่งคงเป็นเพราะมีคำว่า “ไทย” กำกับชื่อรัฐ-ชาติ (nation-state) ต่อท้ายคำว่า “มวย” นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงรูปแบบ รหัส และเนื้อหาต่างๆ ที่ปลูกฝังการรับรู้ในชีวิตประจำวัน (everyday life) ผ่านสื่อต่างๆ จนกลายเป็นจิตสำนึก (conscious) ของคนไทยไม่ต่างไปจากการทำหน้าที่ผลิตซ้ำ “ความเป็นไทย” ของสื่อที่คุ้นเคยอย่างเพลงชาติไทยหรือธงชาติไทย

ในงานศึกษานี้ผู้วิจัยพิจารณาว่ามวยไทยคือ “สื่ออัตลักษณ์” หรือ “เครื่องหมายอัตลักษณ์” (identity marker) ที่ชนชั้นนำหรือผู้มีอำนาจใช้สื่อความหมายบางอย่างเพื่อระบุคุณลักษณะเฉพาะที่หมายรู้ (identify) และทำความเข้าใจความหมายร่วมกัน (shared meaning)

ของกลุ่มคน ชุมชน หรือ “ชาติ” (Woodward, 1997) โดยใช้จุดยืนของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Study) ที่เชื่อว่าสัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือวัตถุใดๆ ก็ตาม ไม่ได้มีความหมายในตัวเอง หากแต่เป็นความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้น ดังนั้นความหมายในนิยามดังกล่าวจึงไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงและปรับประสานได้ (dynamic/articulate) ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมในแต่ละยุคสมัย เป็นกรอบหรือมุมมองหลักในการวิเคราะห์

การศึกษา “ความเป็นไทย” ก่อนหน้านี้ ศึกษาผ่านสิ่งประดิษฐ์ที่ถือกำเนิดจากภายนอกวัฒนธรรมไทยเกือบทั้งสิ้น เช่น อนุสาวรีย์ ธงชาติ เพลงราชการ หรือตราไปรษณียากร โดยชนชั้นนำไทยในอดีตหยิบยืมจากวัฒนธรรมตะวันตกมาปรับใช้สร้างความทันสมัย (modernization) ในสังคมไทย จึงเป็นประเด็นคำถามตามมาว่า เพราะเหตุใด ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองกว่า 6 ทศวรรษที่ผ่านมา มวยไทยจึงถูกรัฐชาติไทย (สมัยใหม่) เลือกหยิบมาใช้เป็นอัตลักษณ์ชาติเพื่อสื่อสาร “ความเป็นไทย” ทั้งที่มวยไทยยังติดภาพ “ความล้าหลัง” และ “ความป่าเถื่อน”

รัฐชาติไทยสร้างความหมายใดให้กับมวยไทย และทำได้อย่างไร? ใช่หรือไม่ว่ามวยไทยเป็นจุดเปลี่ยนทางความคิดของชนชั้นนำไทย? จากเดิมที่พยายามจะมองออกไปภายนอกสังคมตัวเอง (look outside) แล้วพวกเขาก็เริ่มหันกลับมามองภายในสังคมตัวเอง (look inside) และพบว่ามวยไทยมีคุณลักษณะพิเศษหากได้รับการปรับประยุกต์ (articulate) ให้มีความทันสมัยหรือศิวิไลซ์ขึ้นโดยผ่านกระบวนการสื่อสารหรืออีกนัยหนึ่งคือปฏิบัติการทางสังคม (social practices) เช่น การกำหนดกฎกติกา และมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อยกระดับความเป็นอารยะ หรือทำให้เป็นกีฬา (sportization) เสียก่อน

ชนชั้นนำของรัฐไทยเคยผูกขาดการสร้างชาติให้ “ศิวิไลซ์” ทัดเทียมชาติตะวันตก เพื่อให้รอดพ้นจากลัทธิล่าอาณานิคมของชาติตะวันตก ในฐานะผู้สร้างสรรควัฒนธรรม (cultural creator) ชนชั้นปกครองจึงมีบทบาทสำคัญในการควบคุมเนื้อหา (content) ต่างๆ

ทว่าเมื่อ “ศัตรู” เปลี่ยนมาเป็นโลกาภิวัตน์ บทบาทในการป้องกันและต่อสู้กับกระแกระดับโลกโดยรัฐเพียงลำพังเริ่มเป็นปัญหา จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีสื่อศึกษา ชาติ อัตลักษณ์ ความเป็นชาติ การเล่าเรื่อง โครงสร้างนิยมเชิงกำเนิด และ หน้าที่นิยมมาวางเป็นกรอบความคิด (framework) เพื่อวิเคราะห์มวยไทยที่ปรากฏตัวผ่านสื่อต่างๆ หรือที่งานวิจัยนี้เรียกว่า “สื่อมวยไทย” ในฐานะของ “สื่อวัฒนธรรม” ด้วยแนวทางศึกษาภาคตัดขวาง (cross-sectional study)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความหมายและกระบวนการประกอบสร้างความหมายเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ “ความเป็นชาติ” ของ “สื่อมวยไทย” ในปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์บทบาทของ “สื่อมวยไทย” ในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร “ความเป็นไทย”

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในกีฬามวยไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) ในการศึกษาแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional study)

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 กลุ่มแยกตามลักษณะของสื่อ ดังนี้

1. วิเคราะห์ภาพยนตร์ไทย เก็บข้อมูลจากวีซีดีภาพยนตร์ไทย 5 เรื่อง คือ “องค์บาก” (2546), “มวยไทยนายขนมต้ม” (2546), “บิ๊วตีฟูลบ็อกเซอร์” (2547), “ไชยา” (2550) และ “ซามูไรโยธยา” (2554)

2. วิเคราะห์การถ่ายทอดสดการแข่งขันมวยไทยทางโทรทัศน์ เก็บข้อมูลจากวีซีดีบันทึกการถ่ายทอดสดมวยไทยทางโทรทัศน์ (1) รายการ “มวยไทย 7 สี” ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และ (2) รายการมวย “ไทยไฟต์” ทางช่อง 3

3. วิเคราะห์คลิปวิดีโอการแข่งขันมวยไทยจาก YouTube.com ข้อมูลจากคลิปวิดีโอที่ดาวโหลดจาก www.YouTube.com รวม 5 คลิป

4. วิเคราะห์การแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี เก็บข้อมูลภาคสนามที่สนามมวยลุมพินี โดยเลือกชมเฉพาะวันที่มีการแข่งขันรายการสำคัญระหว่างเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2554

นิยามศัพท์

“มวยไทย” หมายถึง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (martial art) ของชาติไทยที่สามารถใช้มือ เท้า เข่า และศอกเป็นอาวุธได้ นอกจากนี้มวยไทยยังรวมถึงการแสดง (performance) ในแบบการต่อสู้เชิงมวยไทยเพื่อการชม และมวยไทยในฐานะที่เป็นกีฬา (sport) เพื่อการแข่งขันที่มีรูปแบบ กฎกติกาการแข่งขันกำกับ

“สื่อมวยไทย” หมายถึง สื่อประเภทต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการนำเสนอศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวแบบ “มวยไทย” ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ คลิป YouTube.com และการแข่งขันที่สนามมวยลุมพินี

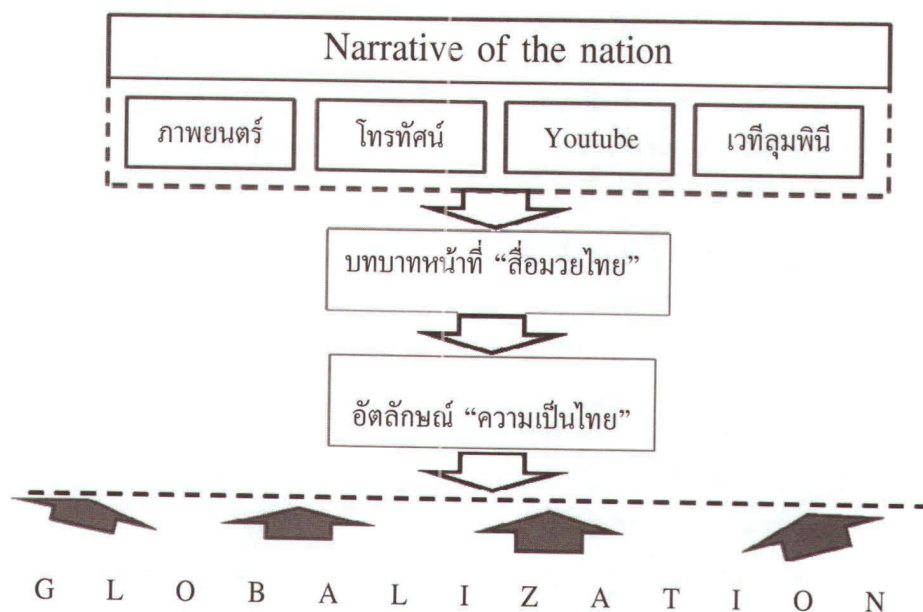
“ชาติ” หมายถึง แนวคิดในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนขนาดใหญ่ที่กำกับด้วยเกณฑ์การคัดเลือกสมาชิก 2 รูปแบบคือ “เชื้อชาติ” และ “สัญชาติ” โดย “เชื้อชาติ” เป็นเกณฑ์ที่นับรวมสมาชิกเฉพาะที่มีสายเลือดไทยที่เป็นสายเลือดเดียวกันเท่านั้น ขณะที่ “สัญชาติ” จะนับรวมคนที่มีสำนักรักชาติ และชุมชน หรือสำนักรักคนไทย และแผ่นดินไทย

“อัตลักษณ์ความเป็นไทยของมวยไทย” หมายถึง คุณลักษณะที่หมายรู้บ่งชี้เฉพาะถึงความเป็นชาติไทย ความเป็นกลุ่มเดียวกัน (collective identity) เพื่อระบุว่าชาติ/คนไทยเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์กับสมาชิกอย่างไร และสัมพันธ์กับ “ชาติอื่น” อย่างไร ซึ่งอัตลักษณ์ความเป็นชาติไทยในงานวิจัยนี้หมายถึงคุณลักษณะของ “มวยไทย” ที่มีองค์ประกอบย่อยและคุณลักษณะเฉพาะต่างๆ

“กระบวนการประกอบสร้างความหมาย” หมายถึง การก่อรูป “ความเป็นไทย” ด้วยเรื่องราวมวยไทยผ่านกระบวนการ “เล่าเรื่อง” ที่ประกอบด้วยโครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก และจุดยืนการเล่าที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ

“บทบาทของสื่อมวยไทย” หมายถึง การทำหน้าที่ของ “สื่อมวยไทย” ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย”

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

1. เปรียบเทียบการสร้าง “ความเป็นไทย” ของ “สื่อสัญลักษณ์” และ “สื่อมวยไทย”

อัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” เป็นอุดมการณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้น เพื่อสร้าง “ความรู้สึกร่วม” (shared feeling) หรือ “ความหมายร่วม” (shared meaning) ของคนในชาติที่ในอดีตมักจะถูกผูกขาดการสร้างโดยรัฐหรือชนชั้นนำ จึงไม่เปิดให้คนอื่นหรือกลุ่มอื่นในสังคมเข้ามา

มีส่วนร่วม เพื่อลดข้อจำกัดดังกล่าว สังคมไทยที่ต้องเผชิญกับวิกฤติในยุคโลกาภิวัตน์จึงต้องปรับกลยุทธ์ โดยเลือก “เครื่องหมายอัตลักษณ์” (identity marker) ที่เหมาะสมมาใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเปิดให้ภาคส่วนอื่นๆ มีส่วนร่วมมากขึ้น ซึ่งสื่อที่ถูกเลือกนำมาใช้อย่างแพร่หลายก็คือ “สื่อมวยไทย” ผู้วิจัยนำเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบคุณลักษณะของ “เครื่องหมายอัตลักษณ์” แบบเก่า และ “สื่อมวยไทย” ดังตาราง

ตารางเปรียบเทียบการสร้าง “ความเป็นไทย” ของ “สื่อสัญลักษณ์” อดีต-ปัจจุบัน

เปรียบเทียบการสร้าง “ความเป็นไทย” ผ่าน “สื่อสัญลักษณ์”		
เกณฑ์	อนุสาวรีย์/แสดมปี/ ธงชาติ/เพลงราชการ	สื่อมวยไทย
ผู้ส่งสาร/ ผู้ผลิต (S)	- จำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นนำ/ชนชั้นปกครอง หรือภาครัฐ-ราชการ - ประชาชนมีส่วนร่วมในระดับต่ำ	- เปิดกว้างรับหลากหลายกลุ่มทั้งภาครัฐ- เอกชน รวมทั้งประชาชนทั่วไป
เนื้อหา/สาร (M)	- เกี่ยวกับชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ลัทธิการเมือง ชนชั้นนำ ทหาร เหตุการณ์/ บุคคลสำคัญ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว	- วิถีชีวิต วัฒนธรรม หลากหลายกลุ่ม/ ชนชั้น สามัญชน ชนบท และต่างชาติ
วาระ/โอกาส (C)	- พิธีเฉลิมฉลอง ราชพิธี รัฐพิธี และ พิธีกรรมต่างๆ ที่กำหนดวาระโดยรัฐ หรือฝ่ายปกครองอย่างเป็นทางการ	- จัดแข่งขันได้ทุกวัน หรือในวาระพิเศษ เพื่อเน้นบทบาทเชิงพิธีกรรม - ไม่เน้นลักษณะเชิงทางการ
สถานที่/ พื้นที่ (C)	- พื้นที่สาธารณะ มีข้อจำกัดต่อการเข้าถึง ของประชาชน	- อยู่ในชีวิตประจำวัน และเข้าถึงมวลชน
ผู้รับสาร (R)	- ประชาชนภายในชาติเป็นผู้รับสาร ลักษณะ Passive	- ประชาชนในชาติ และชาวต่างชาติ ทั่วโลก ผู้รับสารลักษณะ Active
ความหมาย	- ดัชนีบ่งชี้ ความหมายถูกกำหนด แต่กำกวม	- เปิดกว้าง มีหลากหลายความหมาย ปรับเปลี่ยนได้ ไม่ต่อเนื่อง
กลยุทธ์	- ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว - ปาฐกถา ประชาสัมพันธ์ ข้อปฏิบัติ บทลงโทษ รวมทั้งการบังคับหน่วยราชการ	- ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง - เป็นกีฬา และความบันเทิง วัฒนธรรม นิยมของมวลชน
จุดกำเนิด	- ตะวันตก	- ของไทย (ท้องถิ่น)

ผู้วิจัยเปรียบเทียบ “สื่อสัญลักษณ์” ทั้ง 2 แบบโดย
ใช้องค์ประกอบการสื่อสารเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์
ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง (วาระ/โอกาส
และพื้นที่) ผู้รับสาร รูปแบบความหมาย กลยุทธ์ และ
จุดกำเนิด

ผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่าจำกัดอยู่
ในกลุ่มชนชั้นนำหรือหน่วยงานราชการเท่านั้น ประชาชน
ทั่วไปมีส่วนร่วมในระดับต่ำ เช่น เป็นผู้บริจาคเงินช่วยเหลือ

ราชการในการสร้างอนุสาวรีย์ ขณะที่ “สื่อมวยไทย”
เปิดให้กับทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมสร้างความหมาย
“ความเป็นไทย” ทั้งภาครัฐ และเอกชน เช่น การจัดศึก
“ไทยไฟต์” หรือภาพยนตร์เรื่อง “ชามูโรโยธยา”

เนื้อหา/สาร : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่าเชื่อมโยงเนื้อหา
มาจากกลุ่มผู้ผลิตสาร เน้นเสนอประเด็นชาติ ศาสนา
พระมหากษัตริย์ ที่แฝงรูปแบบลัทธิการเมืองที่ชนชั้น
ปกครองมีอำนาจ เช่น รัฐธรรมนูญ หรืออนุสาวรีย์

ประชาธิปไตยในตราไปรษณียากรในยุคประชาธิปไตย หรือ ภาพพระมหากษัตริย์ในยุคประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ขณะที่ “สื่อมวยไทย” นำเสนอเนื้อหาได้หลากหลายกว่า จึงปรากฏเรื่องราววิถีชีวิต และวัฒนธรรมของทุกชนชั้น

วาระ/โอกาส : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่าเลือกนำเสนอในช่วงเวลาที่พิเศษ (occasional) เป็นส่วนใหญ่ทั้งงานราชพิธี และรัฐพิธี เช่น งานฉลองพระราชทานรัฐธรรมนูญ การขึ้นครองราชย์ หรือการครบรอบการครองราชย์ ส่วน “สื่อมวยไทย” มีการจัดการแข่งขันเป็นประจำทุกวัน (regular) เช่น มวยไทยที่ลุมพินี และราชดำเนิน หรือ การถ่ายทอดสด “มวยไทย 7 สี” ทุกวันอาทิตย์ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องในเชิงความถี่ (frequency) และยังมีการจัดงานเน้นเป็นวาระพิเศษ เช่น คิก “ไทยไฟต์”

สถานที่/พื้นที่ : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่าจำกัดอยู่ในพื้นที่สาธารณะ และเป็นทางการประชาชนเข้าถึงยาก ขณะที่ “สื่อมวยไทย” ไม่เป็นทางการ และอยู่ในชีวิตประจำวันจึงเข้าถึงมวลชนได้ง่าย โดยเฉพาะการเสนอผ่านสื่อมวลชน เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ เป็นต้น

ผู้รับสาร : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่ามองประชาชนเป็นผู้รับสารที่ดั่งรับ (passive) จึงลดโอกาสในการเข้ามีส่วนร่วม ขณะที่ “สื่อมวยไทย” เปิดให้ประชาชนในประเทศ และชาวต่างชาติเป็นผู้รับสารที่กระตือรือร้น (active) เช่น การส่ง SMS เชียร์นักมวยใน “ไทยไฟต์”

รูปแบบความหมาย : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่ามีข้อจำกัดในฐานะ “ตัวบทปิด” (close text) ที่ผูกขาดการกำหนดความหมาย ขณะที่การตีความของผู้รับสารยังกำหนดประชาชนหลากหลายกลุ่มยังไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้สร้างอนุสาวรีย์จนถึงปัจจุบัน ขณะที่ “สื่อมวยไทย” เป็นตัวบทที่เปิดกว้าง (open text) ต่อการตีความ มีหลายความหมาย และเปลี่ยนแปลงได้

กลยุทธ์การใช้สื่อ : สื่อสัญลักษณ์แบบเก่าเน้นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) ที่กลุ่มชนชั้นนำมักใช้วิธีการบังคับใช้ และเสริมด้วยการประชาสัมพันธ์ และบางครั้งก็มีการวางบทลงโทษกำกับในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม เช่น การเคารพธงชาติ ขณะที่ “สื่อมวยไทย” เน้นการสื่อสารสองทาง (two-way

communication) ซึ่งเป็นรูปแบบของวัฒนธรรมนิยม (popular culture) โดยมวลชนเปิดรับอย่างสมยอม

จุดกำเนิด : ขณะที่สื่อลักษณะเป็นสื่อนำเข้าจากตะวันตก แต่ “สื่อมวยไทย” เป็นทั้งสื่อของไทย และเป็นสื่อที่ผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและตะวันตก กล่าวคือ มีเนื้อหาและรูปแบบเป็นมวยไทย แต่ก็ใช้สื่อสมัยใหม่อย่างภาพยนตร์และโทรทัศน์ด้วย

กล่าวโดยสรุป “สื่อมวยไทย” เป็นตัวบทเปิดทำให้เกิดการผลิตความหมายที่หลากหลายอันเนื่องมาจากองค์ประกอบการสื่อสารที่หลากหลายทั้งในส่วนผู้ผลิต (ผู้ส่งสาร) เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

2. การสร้าง “ความเป็นไทย” ผ่าน “สื่อมวยไทย”

เพื่อตอบคำถามที่ 1 ว่ามวยไทยในปัจจุบันถูกสร้างความหมายขึ้นมาอย่างไร และมีความหมายแบบใด? ผู้วิจัยจะอธิบายผ่านกระบวนการสร้างของสื่อต่างๆ หรือ “สื่อมวยไทย” ทั้ง 4 สื่อดังนี้คือ ภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทย, รายการมวยไทยทางโทรทัศน์, คลิปมวยไทยจาก YouTube.com และการแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี

2.1 ภาพยนตร์มวยไทย : “ความเป็นไทย” ที่ “ไพร่” รับประทาน

การสร้าง “ความเป็นไทย” ในภาพยนตร์มวยไทย มีการเล่าเรื่องทั้งรูปแบบของเรื่องแต่ง (fiction) และเรื่องจริง (factual) เช่น ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์หรืออิงชีวประวัติจริงของบุคคลโดยเล่าเรื่องผ่านโครงเรื่องแก่นเรื่อง การสร้างตัวละคร จาก และจุดยืนการเล่าเรื่อง

โครงเรื่อง ภาพยนตร์มวยไทยมักจะเริ่มต้นด้วยภาวะอันสงบสุขในท้องถิ่นชนบท ก่อนจะพัฒนาเรื่องให้ “ผู้ชาย” ตัวละครเอกสามัญชนจากท้องถิ่นห่างไกลในฐานะภาพแทน “ความเป็นไทย” มารับรู้ปัญหา จากนั้นจึงออกไปเรียนรู้วิชามวยไทย และนำไปทดสอบเพื่อก้าวไปสู่ขั้นการแก้ปัญหาภาวะวิกฤติในเมืองใหญ่ กระทั่งสะสางปัญหาสำเร็จจึงจะกลับสู่ภาวะปกติ เหมือนช่วงเปิดเรื่องอีกครั้ง แต่ตัวละครเอกจะเปลี่ยนหรือเลื่อนสถานภาพจากเดิมไปสู่สถานภาพใหม่

แก่นเรื่อง ภาพยนตร์มวยไทยมักเน้นที่ประเด็นการดิ้นรนต่อสู้ของ “โพร์” ชายสามัญชนจากชนบทที่ห่างไกล และมีเหตุผลให้ต้องไปรำเรียนมวยไทยเพื่อนำไปใช้แก้ปัญหาทั้งเพื่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน หรือเพื่อชาติ โดยการเรียนวิชามวยไทยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ “บ่มเพาะคุณธรรม” ให้กับตัวเอกในฐานะภาพแทน “ความเป็นไทย”

ตัวละคร ตัวละครเอกในภาพยนตร์สร้างชายสามัญชนที่โตมาจากชนชั้นล่าง เช่น “ขนมต้ม” “ตุ้ม” “เปี้ยก” หรือ “บุญทิ้ง” รวมถึง “ยามาตะ” ที่เป็น “คนนอก” (ชาวญี่ปุ่น) ซึ่งก็ถูกรวมให้รับประสาน (articulate) “กลายเป็นไทย” (Thainization) ได้อย่างกลมกลืนเพื่อเป็นภาพแทน “ความเป็นไทย” ที่มีคุณลักษณะสำคัญขั้นพื้นฐานคือคุณธรรม โดยเฉพาะความกตัญญูรู้คุณ ซื่อสัตย์ นับถือศาสนาพุทธ ฉลาดเฉลียว แข็งแกร่ง และทรหดอดทน

นอกจากนี้การสร้างตัวละครยังใช้กลยุทธ์การสร้าง “ความเป็นอื่น” เพื่อเน้นให้ตัวเอกที่เป็นภาพแทน “ความเป็นไทย” มีความโดดเด่นมากขึ้น โดยเฉพาะการสร้างตัวละครที่เป็น “ศัตรู” หรือ “คนทรยศ” ที่ “ไม่เป็นไทย” (un-Thai) ขึ้นมาเป็นคู่ตรงข้าม เช่น “คมทวน” และ “ดอน” (องค์บาก) “ครูสุก” และ “ไอ้เปลว” (มวยไทยนายขนมต้ม) “ครูเทพ” (ไชยา) เป็นต้น

ฉาก ในภาพยนตร์มวยไทยทั้ง 5 เรื่องมีฉากที่ปรากฏให้เห็นสม่ำเสมอคือ พื้นที่ชนบทหรือ “ความเป็นท้องถิ่น” เพื่อเน้นย้ำความร่มเย็นเป็นสุขของชาตบ้านเมือง โดยเฉพาะฉากที่เป็นวัดวาอาราม หรือพระประธานองค์ใหญ่ในเรื่อง “ชามุไรโอโยธยา” และ “องค์บาก” เพื่อเชื่อมโยงกับความศรัทธาในพุทธศาสนา หรือการเสนอภาพพื้นที่ “ความเป็นเมือง” เมื่อจะสื่อสารถึงปัญหา ความสับสน วุ่นวายยุ่งยาก หรือความชั่วร้ายต่างๆ นอกจากนี้ฉากสำคัญที่ปรากฏในทุกเรื่องก็คือ ภาพความรุนแรงที่เป็นผลมาจากการต่อสู้ในเชิงมวยไทยทั้งในและนอกสังเวียน เพื่อแสดงให้เห็นว่ามวยไทยหรือ “ความเป็นไทย” นอกจากมิติคุณธรรมแล้ว ในอีกด้านหนึ่งก็มีภาพที่รุนแรงและอันตรายผสมผสานอยู่ด้วย

จุดยืนการเล่าเรื่อง ผู้วิจัยพบว่าภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องเป็นการเล่าจากจุดยืนของ “คนไทย” ในฐานะของ “ผู้ส่งสาร” (sender) ที่สร้างภาพ “ความเป็นไทย” ให้กลุ่ม “ผู้รับสาร” (reciever) ที่หลากหลายไม่เพียงเฉพาะชาวไทย แต่ยังรวมถึงชาวต่างชาติได้รับรู้ด้วย โดยใช้กลยุทธ์การนับรวม (inclusion) คุณลักษณะใหม่ๆ เช่น สามัญชนชนชั้นล่าง และ “ความเป็นท้องถิ่น” เป็นต้น “ความเป็นไทย” ที่ปรากฏในภาพยนตร์จึงเป็น “ความเป็นไทย” ที่เปิดกว้าง

ขณะที่ใช้วิธีการ “คัดทิ้ง” (exclude) คนบางคนและบางกลุ่มออกจาก “ความเป็นไทย” ด้วย แม้จะเป็นคนไทยที่เกิดและเติบโตในแผ่นดินไทย เช่น “คนไทยทรยศ” ในเรื่อง “มวยไทยนายขนมต้ม” หรือ “องค์บาก” หรือ “คนไทยชั่วร้าย” เช่นในเรื่อง “ไชยา” เป็นต้น

ภาพยนตร์มวยไทยจึงเป็น “จุดผ่อนปรนทางสังคม” เพื่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับ “ความเป็นไทย” ซึ่งจำเป็นต้องระดมสรรพกำลังจากหลายฝ่ายทั้งเพื่อการตั้งรับหรือเป็นฝ่ายรุก รวมทั้งการเปิดกว้างรับคุณลักษณะใหม่ๆ เช่น สนับสนุนการใช้ “สิทธิ” ของประชาชนเพื่อให้สังคมมีความ “เสมอภาคเท่าเทียม” แทนที่การอ้างรักษาโครงสร้างสังคมแบบชนชั้น การรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง หรือเน้นการทำ “หน้าที่” ของประชาชน

อย่างไรก็ตาม ภาพการเผชิญหน้าระหว่างชาติไทยกับกระแสโลกาภิวัตน์เป็นเพียง “แนวปะทะ” ด้านหนึ่งของการต่อสู้กับ “ศัตรู” จากภายนอก หรือเป็นการเมืองจากภายนอก (outside politics) ขณะที่ “แนวปะทะ” อีกด้านหนึ่ง “ความเป็นไทย” คือ อุดมการณ์ทางการเมืองภายใน (inside politics) ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อรักษาอำนาจของชนชั้นปกครองนั่นเอง

2.2 มวยไทยทางทีวี : ถ่ายทอดสด “ความเป็นไทย” ให้ “เรา” และ “เขา” ดู

การสร้าง “ความเป็นไทย” ในรายการมวยไทยทางโทรทัศน์ (“มวยไทย 7 สี” และ “ไทยไฟต์”) ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องจริง (factual) ในรูปแบบกีฬาสมัยใหม่ที่คนไทยผลิต ขณะที่ “มวยไทย 7 สี” เน้นสร้าง

“ความเป็นไทย” ให้คนไทยดู แต่ก็ยังเผยแพร่ไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน รายการมวย “ไทยไฟต์” สามารถขยายกลุ่มผู้ชมได้อย่างกว้างขวางหลากหลาย ไม่เพียงคนไทยด้วยกัน และผู้ชมในประเทศเพื่อนบ้าน แต่ยังรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วโลกด้วย

รายการ “มวยไทย 7 สี” เป็นการต่อสู้กัน “แบบไทยๆ” ของนักมวยไทยด้วยกัน ขณะที่ “ไทยไฟต์” นักมวยไทยปะทะกับนักมวยต่างชาติ ซึ่งรูปแบบทั้ง 2 รายการนอกจากเป็นเรื่องจริง (factual) แล้ว ยังผสมผสานกับการใช้เรื่องแต่ง (fiction) อยู่ด้วย เช่น พิธีเปิด และการเปิดตัวนักมวยในรายการ “ไทยไฟต์” แต่ละคู่จะมีการเตรียมเรื่องราวเพื่อนำเสนอไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นรูปแบบของกระบวนการเล่าเรื่องผ่านโครงเรื่อง แก่นเรื่อง การสร้างตัวละคร ฉาก และจุดยืนการเล่าเรื่อง

โครงเรื่อง รายการมวยไทยทางโทรทัศน์เป็นการผลิตสารของคนไทยให้กับผู้ชม 2 กลุ่มทั้ง “คนไทย” และ “คนอื่น” โดยรายการ “มวยไทย 7 สี” ผู้ชมเพื่อนบ้าน (ลาว กัมพูชา พม่า เวียดนาม และมาเลเซีย) ได้ชมด้วยส่วนรายการ “ไทยไฟต์” ถ่ายทอดสดไปในหลายประเทศทั่วโลก

มวยไทยทางโทรทัศน์เปิดเรื่องในลักษณะเชิงพิธีกรรมมีรูปแบบเป็นลำดับขั้นตอนตั้งแต่การแนะนำคู่มวยที่จะขึ้นชกคู่ต่างๆ ก่อนถึงคู่เอกหรือคู่สำคัญของรายการ (“มวยไทย 7 สี” คู่เอกคือ คู่ที่ 4 ส่วน “ไทยไฟต์” คือ คู่ที่ 6) จากนั้นจึงแนะนำการชกคู่แรกและพิธีกรรมการไหว้ครู เพื่อสื่อความตอกย้ำถึงการมี “ครู” ว่านักสู้ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชายฉกรรจ์สามัญชนจากชนบทห่างไกลได้ผ่านการ “เรียนรู้วิชามวย” มาแล้วเป็นอย่างดี ขณะที่ในช่วงพัฒนาเหตุการณ์จะเป็นภาพการต่อสู้บนเวทีของคู่ต่างๆ เพื่อเร้าความสนใจ และเตรียมผู้ชมให้พร้อมก่อนการแข่งขันคู่เอก หรือในช่วงภาวะวิกฤติที่ทุกคนรอคอย จะเสนอภาพ “ความเป็นไทย” ผ่าน “ผู้ชนะ” ที่เก่งและแกร่งกว่า

แก่นเรื่อง มวยไทยทางโทรทัศน์นำเสนอการต่อสู้เชิงศิลปะมวยไทยของชายสามัญชนจากชนบทห่างไกลของประเทศไทยที่เข้ามาดิ้นรนต่อสู้ในเมืองหลวง หรืออีกนัยหนึ่ง

เป็นการเผชิญหน้าของ “ไทยชนบท” กับ “ไทยเมือง” ด้วยฝีมือเชิงชกภายใต้กฎกติกาแบบกีฬา ซึ่งต้องพิสูจน์ให้เห็นความแข็งแกร่ง ฝีมือ ความอดทน ขณะเดียวกันก็ยังสื่อถึงคุณธรรมต่างๆ ผ่านปฏิบัติการหลากหลาย เช่น การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูรู้คุณ ความอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้มีพระคุณ เริ่มตั้งแต่ผู้มีอำนาจบารมีสูงสุดในสังคมไทยคือ พระมหากษัตริย์ รวมถึงโปรโมเตอร์ หัวหน้าค่าย พี่เลี้ยง หรือแม้แต่คู่ชกที่ต้องเคารพศรัทธาต่อกันในฐานะเพื่อนหรือรุ่นพี่รุ่นน้อง

การสร้างตัวละคร รายการมวยไทยทางโทรทัศน์สร้างภาพแทน “ความเป็นไทย” ผ่านนักมวยไทยที่มีคุณลักษณะแข็งแกร่ง อดทน มีฝีมือ ที่หมายถึงผู้ชนะที่ถูกเลือกแล้วหลังจากแสดงฝีมือต่อหน้าผู้ชมในสนาม และผู้ชมที่บ้านที่ชมผ่านจอโทรทัศน์ โดยเฉพาะผู้ชนะในคู่เอกซึ่งเป็นผู้สำคัญของรายการ “มวยไทย 7 สี” ขณะที่ในศึก “ไทยไฟต์” นั้นจะเห็นได้ชัดเจนเพราะนักมวยไทยที่ลงแข่งขันปะทะกับนักมวยต่างชาติ นั้น “คู่ชก” จะถูกสร้างให้เป็น “ศัตรู” ขณะที่ชาวต่างชาติคนอื่นๆ นักมวย (ที่ไม่ใช่คู่ชก) และผู้ชมจะถูกสร้างให้เป็น “มิตร”

ฉาก ภาพของฉากที่ปรากฏชัดเจนในรายการมวยไทยทางโทรทัศน์คือ ภาพเวทีการต่อสู้ การต่อสู้ และพิธีกรรมต่างๆ ในช่วงก่อนและระหว่างการแข่งขัน ภาพเวทีการต่อสู้ที่ปรากฏผ่านจอโทรทัศน์คือ “ความเป็นเมือง” ที่มีนักสู้จากชนบทห่างไกลดิ้นรนเข้ามาต่อสู้ถึงในเมือง ขณะที่ฉากพิธีกรรมการเปิดรายการในศึก “ไทยไฟต์” มีขั้นตอนพิเศษในการถวายความเคารพพระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อเน้นย้ำถึงผู้มีอำนาจสูงสุดของชาติ

จุดยืนการเล่าเรื่อง มวยไทยทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการเล่าผ่านจุดยืน “ความเป็นไทย” ที่เปิดกว้างให้กับชายฉกรรจ์จากชนบทได้มีพื้นที่แสดงความสามารถในเชิงมวยไทย ซึ่งเป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติ “มวยไทย 7 สี” เน้นที่การแสวงหาคุณสมบัติสำคัญของ “ความเป็นไทย” ที่ปรากฏเป็นรูปธรรมผ่านผู้ชนะ ส่วน “ไทยไฟต์” เน้นความเก่งกล้าสามารถของนักมวยไทยที่ลงแข่งขัน

เผชิญหน้ากับ “คู่ชก” หรือ “ความเป็นอื่น” ที่ถูกสร้างให้เป็น “ศัตรู” ขณะเดียวกันก็สร้าง “มิตร” ผ่านผู้ชมและนักมวยต่างชาติคนอื่นๆ

รายการมวยไทยทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รูปแบบรักษาโครงสร้างสังคมแบบลำดับชั้นชน ตอกย้ำและสืบทอดระบบอาวุโสทั้งในส่วนของนักมวย โปรโมเตอร์ หัวหน้าค่าย พี่เลี้ยง ผู้สนับสนุน และผู้ชม โดยเฉพาะรายการ “ไทยไฟต์” เน้นความเชื่อมั่นในผู้นำสูงสุด และย้ำว่าบทบาทที่ดีของประชาชนต่อรัฐ ชาติ ประเทศ หรือผู้ปกครองสูงสุดคือ การทำ “หน้าที่” ตัวเองให้ดีที่สุด เชื่อฟังผู้นำ และยึดมั่นในคำสอนของศาสนาพุทธเพื่อรักษาคุณธรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษไทย เช่น การไหว้ครูก่อนชก เพื่อแสดงความเคารพ ความกตัญญูรู้คุณต่อผู้มีพระคุณในทุกระดับ เป็นต้น ซึ่งเป็นการยอมรับในกรอบคิดหรือค่านิยมกระแสหลักของสังคม

2.3 คลิปมวยไทย YouTube : “ความเป็นไทย” ที่ใครๆ ก็เล่าได้

การสร้าง “ความเป็นไทย” ในคลิปมวยไทยทางเว็บไซต์ YouTube ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องจริง (factual) ผ่านภาพวิดีโอ แต่ก็มีลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดให้ผู้ชม (user) ได้เล่าเรื่องผ่านการแสดงความคิดเห็น (comment) ดังนั้นจึงมีรูปแบบการใช้เรื่องแต่ง (fiction) ผสมอยู่ด้วย

โครงเรื่อง คลิปส่วนใหญ่เป็นภาพเหตุการณ์สั้นๆ 2-4 นาที (มีคลิปเดียวที่ยาว 9 นาที) เปิดเรื่องโดยการเล่าผ่านภาพการต่อสู้อย่างกระชับ รวมถึงคลิปการเรียนการสอนและการแสดงมวยไทย ภาพเปิดเรื่องพัฒนาเหตุการณ์ ภาพวิกฤติ และปิดเรื่องรวมอยู่ในเหตุการณ์เดียวกันเพื่อบ่งชี้เหตุการณ์และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ ผล ชนะ-แพ้ หรือการเริ่มต้นและสิ้นสุดของกิจกรรมตามเป้าหมาย เช่น การสอนเตะแบบไทย หรือการแสดงมวยไทย

แก่นเรื่อง เป็นภาพการต่อสู้ การเรียนรู้ และการแสดงมวยไทยที่สร้าง “ความเป็นไทย” ผ่านนักมวยไทยหรือคัลลายนักมวยไทย และสร้าง “ความเป็นอื่น” ผ่านคู่ต่อสู้ชาวต่างชาติ หรือต่างศิลปะการต่อสู้ เช่น เทควันโดของเกาหลี เป็นต้น โดยเน้นให้เห็นว่า “ความเป็นไทย” นั้นสื่อความหมายถึงความแข็งแกร่ง ฝีมือ ทรหดอดทน และอันตราย

ตัวละคร การสร้าง “ความเป็นไทย” ดำเนินการผ่านตัวละครนักมวยไทยที่ปรากฏในคลิป รวมทั้งศิลปะมวยไทยที่ชาวต่างชาติพยายามจะเรียนรู้ ขณะที่ความคิดเห็นของผู้ใช้ (user) ก็มีส่วนอย่างสำคัญในการสร้างตัวละครทั้ง “ความเป็นไทย” และ “ความเป็นอื่น” ดังนั้นตัวละครที่อยู่ในคลิปจึงถูกสร้างทั้งจาก “เรา” และ “เขา” พร้อมๆ กัน

ฉาก เหตุการณ์สำคัญในแต่ละคลิปคือ การต่อสู้ในสังเวียน หรือการเรียนการสอนมวยไทยในค่ายฝึกซ้อม ภาพการต่อสู้บนเวที มีกติกา และมีผู้ชม เป็นการสื่อความหมายว่า “ความเป็นไทย” ที่ปรากฏในศิลปะมวยไทยนั้นสามารถปรับประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมสมัยและ “ความเป็นสากล” ได้

จุดยืนการเล่าเรื่อง จุดยืนการเล่าเรื่องมีความหลากหลายไม่รวมศูนย์ เพราะคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดกว้างต่อการสร้างความหมาย ทั้งในส่วนเจ้าของคลิปที่นำเสนอ หรือผู้ใช้ที่จะแสดงความคิดเห็นต่อคลิปนั้นๆ การสร้าง “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่จึงเปิดกว้างโดยให้สิทธิกับผู้ใช้อย่างเท่าเทียม โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็น

“ความเป็นไทย” ในคลิปมวยไทยเว็บไซต์ YouTube จึงถูกสร้างจากจุดยืนที่หลากหลาย ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่รวมศูนย์ (decentered) เพราะเปิดให้ “ใครก็ได้” ร่วมสร้างความหมาย (interactivity) ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของ “สื่อใหม่” เช่น การแสดงความคิดเห็น (comment) การกดชอบ/ไม่ชอบ (like/dislike) นอกจากนี้ ยังเน้นลักษณะโครงสร้างสังคมแบบ “เสมอภาคเท่าเทียม” โดยให้ความสำคัญกับประชาชนคนธรรมดาทั่วไปมี “สิทธิ” ใช้อำนาจในรูปแบบต่างๆ เช่น การเสนอความคิดเห็นที่สวนกระแสสังคม ในมิติของการต่อรอง หรือปฏิเสธค่านิยมของสังคม

2.4 มวยไทยที่ลุ่มพิน : ภาพ “ความเป็นไทย” ในสังเวียนผ้าใบ

การสร้าง “ความเป็นไทย” ในการแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุ่มพิน เป็นรูปแบบการเล่าเรื่องจริง (factual) ในเชิงกีฬาสมัยใหม่ภายใต้กฎกติกาแบบกีฬา

โครงเรื่อง มวยไทยที่ลุ่มพินิเป็นรูปแบบของการแข่งขันกีฬาที่กำหนดผลการแข่งขันไม่ได้ เช่นเดียวกับมวยไทยทางโทรทัศน์ การเปิดเรื่องแบ่งเป็นส่วนของการเตรียมความพร้อมนอกสนามและในสนาม ก่อนจะเปิดเพลงสรรเสริญพระบารมีเป็นสัญญาณการเริ่มต้นในการชกแต่ละคู่ นักมวยจะต้องไหว้ครู ขณะที่ในช่วงพัฒนาเหตุการณ์เป็นการแข่งขัน 7 คู่เพื่อรอการเปิดตัวของคู่สำคัญในช่วงภาวะวิกฤติ ซึ่งเป็นคู่เอกของรายการ ก่อนจะปิดเรื่องด้วย 2 คู่พิเศษปิดท้าย

แก่นเรื่อง มวยไทยที่ลุ่มพินิเป็นการเสนอภาพการดิ้นรนต่อสู้ของนักมวยชายจากชนบทห่างไกลที่เข้ามาสร้างชื่อเสียงเงินทองในเมืองกรุงหลังจากที่ผ่านการฝึกฝนและผ่านบททดสอบมาแล้วเป็นอย่างดีจนมั่นใจได้ว่าจะสามารถแสดงฝีมือและความแข็งแกร่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของ “ความเป็นไทย” ได้

ตัวละคร ตัวละครหลักที่สร้างภาพแทน “ความเป็นไทย” คือ นักมวยไทยที่แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่ง ฝีมือ ความอดทน และคุณธรรมที่ผ่านการเรียนรู้ ฝึกฝน และบททดสอบมาแล้วเป็นอย่างดี โดยเฉพาะคู่เอกของรายการ ซึ่งนอกจากการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” แล้วก็สร้าง “ความเป็นอื่น” ผ่านชาวต่างชาติในฐานะ “มิตร” สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชื่นชมมวยไทยที่สนาม ด้านหนึ่งเป็นการเน้นย้ำอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ให้เด่นชัดขึ้น

จาก เหตุการณ์และฉากสำคัญต่างๆ ของการแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุ่มพินิคือ การต่อสู้บนเวที ภาพความเป็นเมือง และพิธีกรรมสำคัญ เช่น การเปิดสนามรับคู่แรก และการไหว้ครูของแต่ละคู่ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวในการสร้าง “ความเป็นไทย” เช่น รูปแบบการเชียร์ การต่อสู้ และการไหว้ครู ซึ่งศิลปะการต่อสู้แบบอื่นๆ ไม่มี

จุดยืนการเล่าเรื่อง มวยไทยที่ลุ่มพินิเล่าเรื่องผ่านจุดยืนของคนไทย ที่เน้นพิธีกรรมต่างๆ ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะในช่วงการเปิดสนามก่อนการแข่งขันคู่แรกที่ทุกคนต้องยืนขึ้นถวายความเคารพระหว่างเพลงสรรเสริญพระบารมี ซึ่งเป็นการสร้าง “ความเป็นไทย” เชิงอนุรักษ์ กล่าวคือพิธีกรรมต่างๆ เป็นไปตามระเบียบแบบแผนขั้นตอนอย่างเคร่งครัด

อย่างไรก็ตามแม้พิธีกรรมจะถูกกำหนดเพื่อให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย ก็ยังมีเสียงโห่ไม่พอใจการตัดสินอยู่บ้างจากกลุ่มคนดู เพื่อแสดงให้เห็นว่าประชาชนเองก็มีสิทธิที่จะแสดงออกถึงว่าไม่เห็นด้วยกับการตัดสินได้ แต่ที่สุดแล้วก็ไม่มีปัญหาตามมา

การแข่งขันมวยไทยเน้นที่การสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” มากกว่า “ความเป็นอื่น” แม้ว่าในบริเวณที่นั่งชั้นริงไซด์ข้างเวที ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ แต่ก็มีลักษณะของความเป็น “มิตร” มากกว่าเป็น “ศัตรู” นอกจากนี้ยังเน้นที่การรักษาโครงสร้างชนชั้นทางสังคม โดยให้ความสำคัญกับชนชั้นนำ หรือชนชั้นปกครอง เริ่มตั้งแต่การวางรูปแบบ “ชั้น” หรือที่นั่งภายในสนามมวย ผู้ชมทั่วไปและนักพนันจะซื้อตั๋วเข้าชมชั้น 2 และชั้น 3 ขณะที่ชั้นริงไซด์ หรือ VIP เป็นชั้นราคาแพงสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พร้อมจะจ่ายในราคาที่ค่อนข้างแพง การจัดวางตำแหน่งที่นั่งจึงเป็นการวางสถานะทางสังคมของผู้ชมว่าจะต้องทำ “หน้าที่” อะไร ซึ่งเป็นรูปแบบของการรวมศูนย์อำนาจขึ้นตรงต่อผู้มีอำนาจสูงสุด โดยมีความเชื่อค่านิยมในแบบศาสนาพุทธเป็นหลักในการดำเนินชีวิตจึงทำให้ประชาชนยอมรับในโครงสร้างแบบชนชั้น ผู้ชายเป็นใหญ่ และให้ความสำคัญกับความเป็นเมืองมากกว่าชนบท

3. แบบแผน “ความเป็นไทย” ใน “สื่อมวยไทย”

การสื่อสาร “อัตลักษณ์ชาติ” ในท่ามกลางอัตลักษณ์หลายๆ ชุด แม้ชาติจะเป็นอัตลักษณ์ขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับอัตลักษณ์อื่นๆ แต่พบว่า “สื่อมวยไทย” สร้าง “ความเป็นไทย” ในหลากหลายแบบที่ปรากฏใน “สื่อมวยไทย” พบว่ามี 4 แบบแผน (pattern) ประกอบด้วยราชาชาตินิยมใหม่, กึ่งราชาชาตินิยม, กึ่งประชาธิปไตยนิยม และประชาธิปไตยนิยม

3.1 ราชาชาตินิยมใหม่

องค์ประกอบหลักของ “ความเป็นไทย” แบบ “ราชาชาตินิยมใหม่” คือ การยึดมั่นในพระมหากษัตริย์และเน้นโครงสร้างสังคมแบบชนชั้นเพื่อรักษาอำนาจที่มีชนชั้นนำทำหน้าที่บริหาร โดยมีความคิดความเชื่อและค่านิยมในแบบพุทธศาสนาช่วยส่งเสริมโครงสร้างสังคม

แบบชนชั้นนี้ไว้เพื่อให้ประชาชนสำนึก และทำ “หน้าที่” ในแบบที่ชาวพุทธที่ดีควรปฏิบัติ

“สื่อมวยไทย” ที่มีองค์ประกอบอยู่ในแบบแผน “ราชาชาตินิยมใหม่” คือ ภาพยนตร์มวยไทยเรื่อง “ชามูโรโยธยา”, รายการมวย “ไทยไฟต์” และการแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี

3.2 กึ่งราชาชาตินิยม

“ความเป็นไทย” แบบแผนที่ 2 “กึ่งราชาชาตินิยม” พบว่ายังคงรักษารูปแบบองค์ประกอบหลักเอาไว้คือ โครงสร้างสังคมแบบชนชั้น การทำหน้าที่เพื่อผู้นำ และสังคมของประชาชน และศาสนาพุทธ ขณะที่ไม่ปรากฏภาพการยึดมั่นในพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ตามแบบแผนนี้ก็ยังคงรักษาอำนาจทางการเมืองที่มีชนชั้นนำบริหารโดยมีความคิดความเชื่อและค่านิยมในแบบพุทธศาสนาที่ช่วยส่งเสริมโครงสร้างสังคมแบบชนชั้นนี้ไว้ ให้ประชาชนสำนึกและทำ “หน้าที่” ในแบบที่ชาวพุทธที่ดีควรปฏิบัติ ส่วนสิ่งที่เบี่ยงองค์ประกอบเพิ่มเติมเข้ามาในลักษณะของการคลี่คลายขยายตัวของ “ความเป็นไทย” ครอบรอบนี้ก็คือ การให้ความสำคัญกับประชาชน และ “ความเป็นท้องถิ่น”

“สื่อมวยไทย” ที่มีองค์ประกอบอยู่ในแบบแผน “กึ่งราชาชาตินิยม” คือ ภาพยนตร์มวยไทยเรื่อง “มวยไทยนายขนมต้ม” และ “องค์บาก” และมวยไทยทางโทรทัศน์รายการ “มวยไทย 7 สี”

3.3 กึ่งประชาธิปไตย

องค์ประกอบของ “ความเป็นไทย” แบบแผนที่ 3 “กึ่งประชาธิปไตย” ยังคงมีองค์ประกอบหลักจาก “ราชาชาตินิยมใหม่” สืบเนื่อง 2 ประการคือ โครงสร้างสังคม

แบบชนชั้น และศาสนาพุทธ ขณะที่องค์ประกอบสำคัญในแบบแผนนี้คือ การให้ความสำคัญกับประชาชน “ความเป็นท้องถิ่น” และการเน้นสำนึกการใช้ “สิทธิ” ของประชาชนมากกว่าการทำตาม “หน้าที่”

“สื่อมวยไทย” ที่มีองค์ประกอบอยู่ในแบบแผน “กึ่งประชาธิปไตย” คือ ภาพยนตร์มวยไทยเรื่อง “ไชยา” และ “บิ๊วตีฟูลบ็อกเซอร์”

3.4 ประชาชาตินิยม

“ความเป็นไทย” แบบแผนที่ 4 “ประชาชาตินิยม” มีองค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ การให้ความสำคัญกับประชาชน “ความเป็นท้องถิ่น” และการเน้นสำนึกการใช้ “สิทธิ” ของประชาชน แต่ที่สำคัญที่ทำให้ “ประชาชาตินิยม” แตกต่างจาก “กึ่งประชาธิปไตย” ก็คือการลดโครงสร้างชนชั้นทางสังคมและให้ความสำคัญกับความเสมอภาคเท่าเทียม

“สื่อมวยไทย” ที่มีองค์ประกอบในแบบแผน “ประชาชาตินิยม” คือ คลิปมวยไทยใน YouTube ซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่มีคุณลักษณะเปิดกว้างให้ทุกคนมีส่วนร่วมทั้งในระดับการผลิตและบริโภค การสร้างชาติผ่านสื่อใหม่จึงมีลักษณะที่กระจัดกระจายควบคุมรหัสและความหมายได้ยาก

ขณะที่ข้อสังเกตสำหรับองค์ประกอบของ “ความเป็นไทย” ครอบรอบต่างๆ ก็คือการเน้นชาติไทยของ “เพศชาย” ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่างของประเทศ

โดยสรุปแล้ว การสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น และมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาภายใต้บริบททางประวัติศาสตร์ และสถานการณ์เป็นตัวกำกับวิธีคิด

แบบแผน “ความเป็นไทย” ในสื่อต่างๆ

แบบแผน “ความเป็นไทย” ในสื่อต่าง ๆ					
ประเภท “ชาตินิยม”	องค์ประกอบ	ภาพยนตร์	รายการมวย ทีวี	มวยที่ลุ่มพินี	คลิป YouTube
ราชาชาตินิยมใหม่	กษัตริย์	- ชามูไร	ไทยไฟต์		
	ชนชั้น	อโยธยา			
	พุทธ	✓	✓	✓	
	หน้าที่				
กึ่งราชาชาตินิยม	ประชาชน	- มวยไทย	- มวยไทย		
	ชนชั้น	นายขนมต้ม	ช่อง 7		
	พุทธ	- องค์บาก	✓		
	ท้องถิ่น	✓			
กึ่งประชาชาตินิยม	ประชาชน	- ไชยา			
	ชนชั้น	- บิดีฟูล			
	พุทธ	บ็อกเซอร์			
	สิทธิ	✓			
ประชาชาตินิยมใหม่	ประชาชน				
	เท่าเทียม				
	ท้องถิ่น				
	สิทธิ				✓

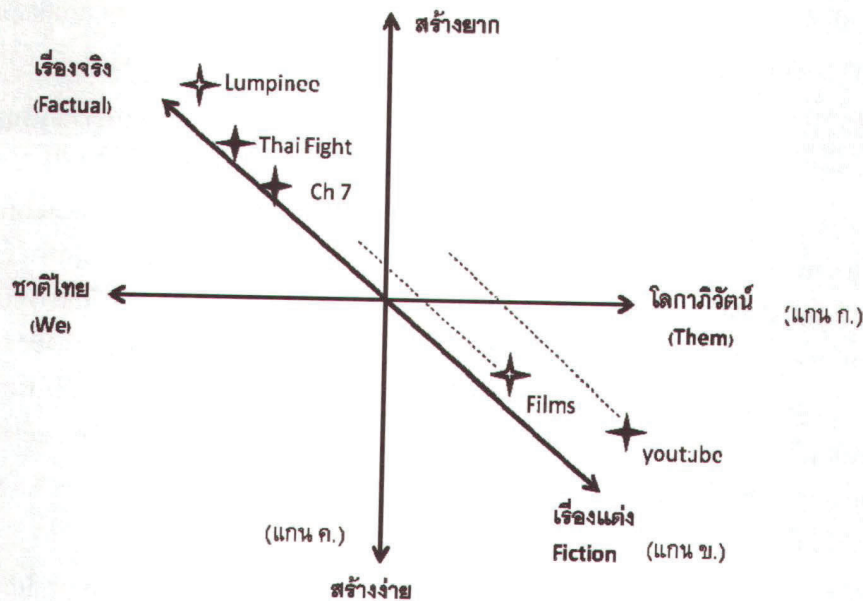
จากแบบแผน “ความเป็นไทย” ดังกล่าวพบว่า แม้สื่อภาพยนตร์ซึ่งเป็นเรื่องแต่ง (fiction) และมีเนื้อหาเปิดกว้าง/หลากหลาย แต่ก็ยังคงอยู่ภายใต้สังคัมแบบชนชั้น เช่นเดียวกับรายการมวยไทยทางโทรทัศน์ และที่เวทีมวยลุ่มพินี ซึ่งเป็นการนำเสนอเรื่องจริง (factual) มีเพียงสื่อใหม่คือ คลิปมวยไทยใน YouTube.com เท่านั้นที่ก้าวพ้นจากลักษณะของโครงสร้างสังคัมแบบชนชั้น

ตารางนี้จึงเป็นข้อบ่งชี้ประการหนึ่งว่า การสร้าง “ความเป็นไทย” ที่เปิดกว้างใน “สื่อมวยไทย” นั้นแม้จะมีมิติของการกระจายอำนาจ แต่ก็ยังไม่อาจทำได้ย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

4. คุณลักษณะของ “สื่อมวยไทย” แต่ละประเภท

ผู้วิจัยสร้างแผนภาพเพื่อระบุสถานภาพของ “สื่อมวยไทย” แต่ละประเภทในฐานะผู้สร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” โดยร่างเป็น 3 แกน ประกอบด้วย (1) แกน ก. คือ ผู้สร้างโดย “ชาติไทย” และ “โลกาภิวัตน์” (2) แกน ข. รูปแบบการเล่า “เรื่องจริง” และ “เรื่องแต่ง” และ (3) แกน ค. ระดับในการสร้าง “สร้างยาก” และ “สร้างง่าย” ดังนี้

คุณลักษณะของ “สื่อมวยไทย” แต่ละประเภท



แกนผู้สร้างโดย “ชาติไทย” และ “โลกาภิวัตน์” (แกน ก.) พบว่าสื่อที่สร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” หรือสร้าง “เรา” มากที่สุดคือ มวยไทยที่เวทีลุมพินี ถัดมาคือ มวยไทยทางโทรทัศน์รายการ “ไทยไฟต์” และ “มวยไทย 7 สี” ขณะที่คลิปมวยไทยนั้นสร้าง “ความเป็นอื่น” มากที่สุด ถัดมาคือ ภาพยนตร์มวยไทย

สำหรับแกนรูปแบบการเล่า “เรื่องจริง” และ “เรื่องแต่ง” (แกน ข.) พบว่าสอดคล้องกับแกน ก. กล่าวคือ การเล่าเรื่องจริงของมวยไทยที่ลุมพินี และ มวยไทยทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการนั้นสัมพันธ์กับการสร้างอัตลักษณ์ “เรา” มากที่สุด ขณะที่เรื่องแต่งในภาพยนตร์มวยไทย และคลิปมวยไทยสร้าง “ความเป็นอื่น” มากที่สุด

และในแกนระดับในการสร้าง “สร้างยาก” และ “สร้างง่าย” (แกน ค.) ก็พบว่าสื่อที่สร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” หรือสร้าง “เรา” มากที่สุดที่ใช้รูปแบบการเล่าเรื่องจริงนั้น เป็น “สื่อมวยไทย” ที่สร้างยากทั้ง มวยไทยที่ลุมพินี รายการมวย “ไทยไฟต์” และ “มวยไทย 7 สี” เนื่องจากมีข้อจำกัดมาก เช่น ข้อกำหนดทาง

กฎหมายในการสร้างสนามมวย และการขออนุญาตจัดมวยไทยเพื่อถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ เป็นต้น

ขณะที่ภาพยนตร์มวยไทยและคลิปมวยไทยทาง YouTube.com นั้นอยู่ในระดับที่สร้างง่าย ทั้งนี้เพราะภาพยนตร์เปิดโอกาสให้ทุกคนมีสิทธิที่จะลงทุนสร้างภาพยนตร์ได้ภายใต้ข้อจำกัดที่น้อยกว่ามวยไทยที่สนามมวยหรือมวยไทยทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะคลิปมวยไทยนั้นเปิดกว้างให้กับทุกคนทุกระดับเข้ามาสร้างเนื้อหาได้อย่างหลากหลาย

5. บทบาทหน้าที่ “สื่อมวยไทย”

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากข้อสังเกตเชิงทฤษฎีของทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) กล่าวคือหากสื่อใดหมดบทบาทไปก็จะดำรงอยู่ไม่ได้ ซึ่งบทบาทหน้าที่ที่งานวิจัยนี้สนใจคือการสร้าง การธำรงรักษา และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ในฐานะ “กีฬายอดนิยม” ของชาติไทย มวยไทยจึงมีแนวโน้มในการทำหน้าที่ในหลากหลายมิติของสังคมไทย 5 บทบาทด้วยกันคือ

5.1 บทบาทเพื่อ “บอกกับตัวเอง” บทบาทสำคัญ ของ “สื่อมวยไทย” ในการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ก็คือการบอกกับคนไทยด้วยกันว่า “พวกเรา” คือใคร และ จะประสานสัมพันธ์กับ “คนอื่น” อย่างไร ซึ่งเป็นหน้าที่ ในเชิงอนุรักษ์ที่ประกอบด้วยการสร้างความทรงจำร่วม ความรู้สึกร่วมเพื่อประสานสัมพันธ์ในสังคม เป็นพิธี เฉลิมฉลอง เป็นความหวังกำลังใจ และเป็นคลังเก็บ ความรู้เพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม

5.2 บทบาทเพื่อ “บอกกับคนอื่น” บทบาท เพื่อบอกกับ “คนอื่น” ทำหน้าที่ในส่วนที่ต้องสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์กับโลก คือ การสร้างภาพลักษณ์ประเทศให้ “คนอื่น” รับรู้ เพราะมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มี ชื่อเสียง ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญก็คือการเผยแพร่ผ่านสื่อ ต่างๆ เริ่มจากกลยุทธ์การทำงานแบบเครือข่ายการนำเสนอ มวยไทยใน “สื่อมวยไทย” เช่น ไลน์บุ๊กแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยว การแสดงชกมวยในงานต่างๆ รายการมวยทาง โทรทัศน์ คลิปมวยไทยใน YouTube ภาพยนตร์เกี่ยวกับ มวยไทย หรือมวยไทยที่เวทีลุมพินีและราชดำเนิน รวมไปถึงการชกมวยในเวทีต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และ ต่างจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดที่มีชาวต่างชาติไปท่องเที่ยว จำนวนมาก เช่น ชลบุรี เชียงใหม่ และภูเก็ต

5.3 บทบาทด้านเศรษฐกิจ นับเป็นบทบาทที่ โดดเด่นมากบทบาทหนึ่ง เพราะศิลปะมวยไทยมีส่วนช่วย ให้ระบบธุรกิจหลายๆ ส่วนเติบโต โดยเฉพาะธุรกิจ การท่องเที่ยว ด้านหนึ่งเป็นผลมาจากการทำหน้าที่ของ “สื่อมวยไทย” เช่น ภาพยนตร์มวยไทยที่มีบทบาทในการ เผยแพร่ระดับโลก รวมถึงรายการมวยไทยทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะ “ไทยไฟต์” หรือแม้แต่มวยไทยที่เวทีลุมพินี ในประเทศไทย ที่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญใน สายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกเหนือจากเป็นสถานที่ที่ คนไทยติดตามชมกันเป็นประจำ

5.4 สร้างอัตลักษณ์ “รสนิยมแบบไทยๆ” มวยไทย เป็นอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ที่มีลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงการชมเพื่อความบันเทิงก็มีความเฉพาะตัวที่เรียกว่า “บันเทิงแบบไทยๆ” ทำให้มวยไทยเป็นกีฬาอดนิยาม ไม่ว่าจะ เป็นแฟนมวยหรือเขียนมวยที่มักจะพ่วงมาด้วย รูปแบบการเชียร์ที่สนุกสนานเร้าใจ หรือวัฒนธรรม

การเล่นพนันมวยที่เรียกว่า “ติดปลายนม” เพื่อเพิ่ม อรรถรสให้กับการชมและเชียร์มวยไทยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้มวยไทยก็ยังถูกใช้เป็นส่วนในการเสริมสร้าง สถานภาพทางสังคมของคนหลากหลายกลุ่ม ตั้งแต่ นักมวย ทหาร ตำรวจ นักการเมือง และนักธุรกิจกีฬา

5.5 บทบาทที่ “ปรับตัว” เป็นบทบาทด้านที่ สร้างสรรค์ของ “สื่อมวยไทย” ที่มักไม่ค่อยมีการกล่าวถึง ทั้งในบทบาทด้านการประสานกับสิ่งใหม่ๆ และด้าน การเคลื่อนไหวทางสังคม โดยเฉพาะสื่อภาพยนตร์ที่ ทดลองเปิดประเด็นใหม่ๆ หรือการขยับความหมาย ของ “ความเป็นไทย” อาทิ นักมวยกะเทย จากเรื่อง “บัวดีฟูลบ็อกเซอร์” ที่สร้างจากชีวประวัติของนักมวย กะเทย (มีความจริงรองรับ) หรือการเปิดรับชาวต่างชาติ เช่น “ยามาตะ” มาเป็นคนไทยในเรื่อง “ซาโมไรโอธยา” เป็นต้น

โดยสรุป บทบาทหน้าที่ของ “สื่อมวยไทย” มีทั้ง ในส่วนที่คงเดิม (static) และเปลี่ยนแปลง (dynamic) กล่าวคือในส่วนที่คงเดิม มวยไทยยังทำหน้าที่บางอย่าง ที่เคยเป็นมาในอดีต เช่น ความบันเทิงแบบไทย ซึ่งเป็น “รสนิยมแบบไทยๆ” หรือเป็นคลังความรู้ ที่สืบทอด และอนุรักษ์ศิลปะการต่อสู้ของชาติมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงอุดมการณ์ต่างๆ ขณะที่สื่ออีกหลายบทบาทหน้าที่ ที่เปลี่ยนไป เช่น การสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” ซึ่งก่อนหน้านี้ไม่ต้องทำ แต่เมื่อชาติเผชิญกับโลกาภิวัตน์ จึงต้องรับหน้าที่ในการสร้างชาติ ที่เรียกว่า “การเมือง อัตลักษณ์” (politic of identity)

6. อภิปรายผล

6.1 สลายความหมาย “ชาติ” (แบบเก่า) เพื่อสร้าง “ชาติ” การสร้าง “ชาติ” ด้วยแนวคิดสมัยใหม่จาก โลกตะวันตกที่ไทยรับมาใช้ในเต็มรูปแบบในสมัยรัชกาล ที่ 6 เริ่มต้นจากการให้ความสำคัญกับความหมายของ “ชาติไทย” ว่าหมายถึง “คนไทย” ที่แบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ เชื้อชาติ และสัญชาติ

รูปแบบแรกมาจากความคิดเรื่อง “เกิดมาก็เป็น คนไทย” กล่าวคือจะเป็น “คนไทย” จะต้อง มี “เชื้อชาติ ไทย” หรือ “สายเลือดไทย” แต่เพราะเป็นรูปแบบที่เน้น

คุณสมบัติ “เนื้อแท้” (essence) ทำให้มีข้อจำกัดมาก ในปัจจุบันที่ผู้คนหลากหลายเชื้อชาติเดินทางไปมาหาสู่ แลกเปลี่ยนและผสมผสาน จึงก่อให้เกิดรูปแบบที่สองมา รองรับความเป็น “ชาติไทย” คือ “สัญชาติไทย” กล่าวคือ แม้ไม่มีสายเลือดไทย แต่หากเกิดบนแผ่นดินไทยก็ “กลายเป็นไทย” ได้

การสร้างชาติจึงเริ่มด้วยวิธีการใน 2 รูปแบบดังกล่าว คือใช้ทั้งเชื้อชาติและสัญชาติควบคู่กันไป ซึ่งในกรณีการ นำ “มวยไทย” เข้ามาเป็น “เครื่องหมายอัตลักษณ์” (identity marker) ก็มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ หาก “ชมมวยไทยเป็น” “ดูมวยไทยเป็น” หรือ “สนใจ มวยไทย” ก็เป็นการสื่อสารถึง “ความเป็นไทย” หรือ บ่งบอกว่าเป็น “คนไทย” ได้แล้ว

ดังนั้นการ “ไม่เป็นมวยไทย” หรือ “ไม่รู้เรื่องมวยไทย” ก็อาจไม่ถูกนับ (exclusion) ว่าเป็นคนไทยโดยเฉพาะผู้ชาย ขณะที่ปัจจุบันการขยับความหมายในมวยไทยที่ปรากฏ ใน “ล้อมวยไทย” มีการใช้เกณฑ์ศาสนาพุทธและ พระมหากษัตริย์เข้ามาร่วมกำกับความหมายด้วย เช่น “องค์บาก” เมื่อ “บุญทั้ง” พยายามทวงคืนเสียรพระ สัญลักษณ์สำคัญของพุทธศาสนา แม้ต้องแลกด้วยชีวิต

หรือในเรื่อง “ขามูโรโยธยา” เมื่อ “ความเป็นไทย” เปิดรับ “คนอื่น” ให้กลายมาเป็น “คนไทย” ได้อย่างสนิทใจ เพราะไม่เพียงแค่ออมรับเป็น “มิตร” หรือ “เพื่อน” เท่านั้น แต่ให้เป็นที่ถึง “เพื่อนตาย” เลยทีเดียว จากเหตุการณ์ ในภาพยนตร์ช่วงท้ายเรื่อง เมื่อ “ยามาตะ” ซึ่งเป็น ชาวญี่ปุ่นกำลังจะถูกหัวหน้ากองกำลังญี่ปุ่นกบฏยิง แต่ “ขาม” นักมวยฝีมือดีเพื่อนร่วมน้ำสาบานของ ยามาตะเอาร่างตัวเองเข้าขวางรับกระสุนแทนจนเสียชีวิต ซึ่งเป็นการตายแทนเพื่อนอย่างองอาจ นอกจากรักษา สัญญาที่สาบานต่อหน้าสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้ว ยังเป็นการ “ตายเพื่อชาติ” เพราะรู้ว่าภารกิจที่ยามาตะกำลังทำ อยู่นั้น ทำไปเพื่อ “แผ่นดินโยธยา” และพระมหากษัตริย์ นั้นเอง

นอกจาก “ความเป็นเพื่อน” แล้วคนไทยก็ยังให้ สิทธิยามาตะเท่าเทียมกับคนไทยหรือ “ชาวไทย” อีกหลายประการ เช่น การเข้าร่วมคิดเป็น “ทนายเลือก”

หรือกองทหารรักษาพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 3 สัญลักษณ์สำคัญของที่สุดของชาติ (ชาติ ศาสน์ กษัตริย์) ขณะที่ชาวไทยที่เกิด เติบโต และมีสายเลือดไทย น้อยคน ที่จะได้รับสิทธินี้

และที่ต้องกล่าวไว้ที่นี่ด้วยก็คือ การยอมรับให้ ยามาตะเป็นว่าที่ “เชย” ของคนไทย ซึ่งเป็นลักษณะ การผสมผสานที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยการเสนอภาพ ความรักระหว่าง “ยามาตะ” กับสาวไทยคือ “กระถิน” โดยไม่มีพรมแดนเรื่อง “ชาติ” แบ่ง “เขา” แบ่ง “เรา” เป็นอุปสรรค

ในปัจจุบันสังคมไทยเองก็เปิดรับ “เชย” ชาวต่างชาติ เข้ามาเป็น “คนไทย” กระทั่งเป็นเรื่องปกติธรรมดา นอกเหนือไปจาก “มิตร” ชาวต่างชาติอีกจำนวนมาก ที่มีสำนึกรักคนไทย แผ่นดินไทย และวัฒนธรรมไทย หลายคนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมไทย อาทิ อาจารย์ บรูซ แกสตัน ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทยและดนตรีสากล อาจารย์ไมเคิล ไรท์ นักคิด นักเขียน คอลัมนิสต์ และ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ โจนส์ แอนเดอร์สัน และ คริสตี้ กีบสัน นักร้องเพลงลูกทุ่งชาย-หญิงชาวต่างชาติ ที่อดด์ ทองดี พิธีกรโทรทัศน์รายการ “คุณพระช่วย” ที่นำเสนอวัฒนธรรมไทย หรือรายการ “ฉันรักเมืองไทย” ทางช่อง 9 อสมท. ที่นำเสนอ “ฝรั่ง” รักเมืองไทย

“ความเป็นไทย” จึงเปิดกว้างเพื่อนับรวม (inclusion) “คนอื่น” เข้ามาเป็น “มิตร” ให้ “กลายเป็นไทย” โดย ไม่ใช้เกณฑ์ “เชื้อชาติ” มาตัดสิน เพราะ “คนอื่น” ในที่ นี้ไม่ใช่ “ศัตรู” หรือ “คู่ตรงข้าม” (binary opposition) ขอเพียงมีสำนึกรักคนไทย แผ่นดินไทย และวัฒนธรรม ไทยก็พอ

ขณะที่ “คนไทย” ที่เกิด เติบโต และมีสายเลือดไทย ทุกประการหากขาดสำนึกรัก ชาติไทย คนไทย แผ่นดินไทย และวัฒนธรรมไทยแล้วก็อาจจะถูก “ตัด” (exclude) ออกจาก “ความเป็นไทย” ได้เช่น “คนไทยทรยศ”/ “คนขายชาติ” (ครูสุก และไอ้เปลว) จากเรื่อง “มวยไทย นายขนมต้ม” หรือ “มารศาสนา” (ดอน และคมทวน) จากเรื่อง “องค์บาก” และ “คนทรยศวิชาชีพ” (ครูเทพ) ที่บีบบังคับให้ลูกศิษย์ล้มมวยแลกเงิน ในเรื่อง “ไชยา” เป็นต้น

6.2 “ความเป็นอื่น” ที่ไม่ใช่ “คู่ตรงข้าม” กลยุทธ์การเปิดรับ (inclusion) “คนอื่น” เข้ามาอยู่ในนิยาม “ความเป็นไทย” เป็นบทบาทที่สำคัญของ “สื่อมวยไทย” ภายใต้เงื่อนไขเมื่อ “ความเป็นอื่น” มีสำนึก “ความเป็นไทย” และที่สำคัญคือไม่ใช่ “คู่ตรงข้าม” ดังกรณีของ “ยามาตะ” ที่เป็น “มิตร” กับชาวสองแคว และอยุธยา เพราะมี “ศัตรู” ร่วมกันคือกลุ่มกบฏชาวญี่ปุ่น และพม่า

หากจะเป็น “มิตร” ก็ต้องไม่ใช่ “ศัตรู” จึงเป็นแนวทางหนึ่งของการสร้าง “ความเป็นไทย” ในปัจจุบัน การสร้าง “มิตร” จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของการสร้างชาติยุคนี้ พบได้ใน “สื่อมวยไทย” เช่น มวยไทยทางโทรทัศน์ รวมทั้งมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี

ในรายการ “มวยไทย 7 สี” ทุกบ่ายวันอาทิตย์ ผู้ชมมักจะเห็นการนำเสนอภาพแฟนมวยไทยชาวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมที่สนามมวยของช่อง 7 สีอยู่เสมอ และเกือบทุกครั้งทีภาพชาวต่างชาติเหล่านี้ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ ผู้บรรยายก็มักจะกล่าวถึงความชื่นชมของชาวต่างชาติที่มีต่อมวยไทย และวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นการย้ำภาพ “คนอื่น” ที่เป็น “มิตร” ไม่ใช่ “คู่ตรงข้าม” ของ “ความเป็นไทย” เช่นเดียวกับรายการมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี ที่จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาชมที่สนามเป็นประจำ ซึ่งได้รับการต้อนรับจากคนไทยเป็นอย่างดีในฐานะของ “แฟนมวย” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ลูกค้า” ของ “ความเป็นไทย”

ดังนั้นตราบเท่าที่ “ความเป็นอื่น” ยังเป็น “ผู้ชม” หรือ “ผู้รับสาร” ก็จะเป็น “มิตร” กันต่อไปได้ การสร้าง “ความเป็นไทย” จึงเป็นการใช้กลยุทธ์การนับรวม (inclusion) “คนอื่น” ที่ไม่ใช่ “ผู้ส่งสาร” (sender) หรือ “คู่ชก” ของคนไทย ที่จะมีอำนาจต่อรอง หรือสร้าง “ความเป็นไทย” ได้มากกว่าการเป็น “ผู้รับสาร” ซึ่งเป็นการปฏิเสธแนวคิดเรื่อง “คู่ตรงข้าม” (binary opposition)

6.3 กระจายอำนาจเพื่อควบคุมอย่างสมยอม “มวยไทย” มีบทบาทสำคัญในสังคมไทยมากมายหลายด้าน โดยเฉพาะการผลิตซ้ำค่านิยมหลักของสังคม เพื่อสร้าง “ความเป็นไทย” ในมิติเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ

เพื่อจะ “บอกกับตัวเอง” ว่า “คนไทย” หรือ “ชาติไทย” เป็นอย่างไร ขณะเดียวกันก็มีบทบาทในการบอกกับ “คนอื่น” ด้วยว่า “เราเป็นอย่างไร” นอกเหนือจากบทบาทด้านเศรษฐกิจ การสร้างอัตลักษณ์ “รสนิยมแบบไทยๆ” และบทบาทในด้านการปรับตัว

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางบทบาทหน้าที่มากมายจากข้อค้นพบดังกล่าว กลับพบว่ามวยไทยไม่ได้แสดงบทบาทแก้ปัญหาปัจจุบันของสังคมไทย เช่น ความยากจน คนชรา สิทธิสตรี เด็ก คนพิการ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ

ขณะที่มวยไทยมีคุณลักษณะเด่นมากในปัจจุบัน พิจารณาจากข้อมูลวิเคราะห์ใน “สื่อมวยไทย” พบว่าทั้งเนื้อหา (content) และช่องทาง (channel) มีความหลากหลาย (variety/various) และยังการเปิดรับกลุ่มคนหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัฒนธรรม (cultural creatures) ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้าง “ความเป็นไทย” ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจให้ไปสู่ส่วนต่างๆ ของสังคม กล่าวได้ว่าเป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการขับเคลื่อนของแกนหรือศูนย์กลางที่เกิดขึ้นมากมายที่ Ernesto Laclau เรียกว่า “dislocation” (อ้างใน Woodward, 1997: 21)

ทว่าจากการศึกษาพบว่า หลายประเด็นปัญหาสำคัญในสังคมไทยที่กล่าวถึงข้างต้นนั้น มวยไทยไม่ได้เข้าไปช่วยแก้ปัญหา ทั้งนี้เพราะการกระจายอำนาจไปสู่ผู้ผลิตวัฒนธรรมกลุ่มต่างๆ ที่เกิดขึ้นทำไม่ได้ทั่วถึงและเท่าเทียม (dislocate but unequal) เช่น กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGOs ที่ไม่ปรากฏตัวเข้ามาเกี่ยวข้องกับวงการมวยไทย ซึ่งเป็นไปได้ว่ายังหาทางเข้ามามีส่วนร่วมได้ยาก เนื่องจากมวยไทยยังอยู่ภายใต้การจัดการของกลุ่มที่มีจุดยืนด้านการอนุรักษ์สูง เช่น ทหาร ตำรวจ และกลุ่มพ่อค้านักธุรกิจที่อิงแอบอยู่กับอำนาจของสถาบันเก่า

ดังนั้นกลยุทธ์การเปิดให้กลุ่มคนที่หลากหลาย (ระดับหนึ่ง) ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตความหมาย “ความเป็นไทย” ในมวยไทย จึงเป็นเพียงรูปแบบการเชิญชวนหรือดึงกลุ่มคนที่เคยถูก “กีดกัน” (exclude) ออกจากศูนย์กลางอำนาจให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่ “มวยไทย” เพื่อให้ผู้มีอำนาจโดยเฉพาะในเครือข่ายสถาบันเก่า

เชิงอนุรักษ์ได้เข้ามาควบคุมและจัดการความหมาย (meaning control) อย่างชอบธรรม อย่างไรก็ตาม แม้ในภาพยนตร์มวยไทยจะมีความพยายามกระจายให้คนทุกกลุ่มเข้ามานิยมมวยไทย แต่ก็เป็นไปได้แค่ในโลกสัญลักษณ์เท่านั้น เพราะในโลกความเป็นจริงแล้ว “ความไม่เท่าเทียม” ยังคงดำรงอยู่ ซึ่งหมายความว่า “ความเป็นไทย” จะมี “ความเท่าเทียม” ได้เฉพาะในโลกสัญลักษณ์ ซึ่งไม่เกิดขึ้นในโลกความเป็นจริง

6.4 แปลงกาย-แปลงใจด้วยมวยไทยให้ “เป็นไทย” การสร้าง “ความเป็นไทย” ที่ปรากฏใน “สื่อมวยไทย” ประเด็นหนึ่งที่ปรากฏชัดเจนก็คือเรื่องการอบรมบ่มเพาะคุณธรรมที่ครูมวยอบรมสั่งสอนให้กับลูกศิษย์ตั้งแต่แรกเริ่มเข้ามาเป็นศิษย์ เพื่อดูแลให้เรียนรู้เรื่องความอดทน กิริยามารยาท “รู้ที่ต่ำที่สูง” และ ความกตัญญูรู้คุณให้เป็นพื้นฐานการใช้ชีวิตไปจนถึง การเรียนรู้ชั้นเชิงมวยไทย การฝึกซ้อม ขยันหมั่นเพียร ฝึกฝน และเชื่อฟัง ควบคู่ไปกับการเรียนรู้เรื่องศาสนา คุณธรรมคำสอนต่างๆ เพื่อก้าวไปสู่การทดสอบ และนำไปใช้ในชีวิตจริงทั้งนอกและในสังเวียน

อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการเหล่านี้คือการอบรมบ่มเพาะคุณธรรม “ความเป็นไทย” ที่กระทำผ่านทางร่างกายและจิตใจของผู้เรียน

การเริ่มต้นเรียนรู้มวยไทยของ “ชายไทย” จึงมักจะเริ่มตั้งแต่เล็กๆ เพื่อถ่ายทอดทั้งครูและศิษย์ ที่จะค่อยๆ ซึมซาบจากกายไปสู่ใจ ซึ่งอาจจะเริ่มจากการฝึกปฏิบัติกับพระที่วัดตั้งแต่ยังเด็ก เช่น “ขนมต้ม” ในเรื่อง “มวยไทย นายขนมต้ม” หรือ “บุญทิ้ง” ในองค์บาก ขณะที่ “เปี้ยก” ในเรื่อง “ไชยา” ก็ฝึกมวยกับเพื่อนๆ ในต่างจังหวัด ตั้งแต่เล็กๆ เช่นเดียวกับ “ตุ้ม” ใน “บัวต๋ม บ๊วยชอร์” หรือเมื่อจะต้องเข้ารับการฝึกฝนมวยไทยขณะโตเป็นหนุ่มเต็มที่แล้วก็สามารถ “ฝึกฝนเรียนรู้” ได้ผ่านการจัดการอย่างเข้มข้น เช่น “ขนมต้ม” และ “ยามาตะ”

การอบรมบ่มเพาะอาจพบการนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่นใน “มวยไทย 7 สี” “ไทยไฟต์” และการแข่งขันที่เวทีมวยลุมพินีเมื่อผู้บรรยายเล่าถึง “ภูมิหลัง” ความเป็นมาของนักมวยที่ขึ้นชกว่าเป็นใครมาจากไหน

เริ่มชกมวยครั้งแรกเมื่อไร ใครเป็นครูมวยฝึกสอน ชกมาแล้วกี่ครั้ง ชนะกี่ครั้ง แพ้กี่ครั้ง เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ว่า กำนันมวยคนหนึ่งจะก้าวขึ้นมาชกบนสังเวียนมวยไทยได้นั้นต้องผ่านขั้นตอนการอบรมบ่มเพาะมาเป็นขั้นเป็นตอน

หรือการอบรมบ่มเพาะทางกายและใจผ่านการไหว้ครู เช่น การไหว้ครูของบัวขาว ป.ประมุข ในรายการ “ไทยไฟต์” ที่ได้รับคำชื่นชมจากผู้บรรยาย และเสียงปรบมือจากผู้ชมรอบสนาม ซึ่งการจะไหว้ครูให้สวยงามขนาดบัวขาวได้ ต้องผ่านการฝึกฝนมาเป็นอย่างดีทั้ง ศิลปะการวางท่าร่าง และความแข็งแรงของร่างกาย

ร่างกายจึงเป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งของ “ความเป็นไทย” ไม่เพียงแต่ท่าท่าขณะไหว้ครู แต่ยังรวมถึง “การดมมวย” (การตั้งท่ามวย) การออกอาวุธจากทุกส่วนของร่างกายที่ เขตฯ ศรีสะเกษ (2550) เรียกว่า “อวยวุธ” ที่ต้องใช้ร่างกายเป็นอาวุธได้ทั้งหมด เท้า เข่า และศอก รวมถึงท่วงท่าลีลาที่แตกต่างกันไป หรือที่เรียกว่าเป็น “แม่ไม้” เช่นการใช้ศอกก็มีวิธีใช้หลากหลาย ทั้งศอกตัด ศอกเฉือน ศอกสับ ศอกกลับ ศอกปัก หรือศอกถอง หรือการใช้เข่า ก็มีทั้งเข่าใน เข่าลอย เป็นต้น

แนวคิดเรื่องการควบคุมร่างกายหรือการใช้ร่างกายนั้น เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากทางพุทธศาสนาที่แฝง การสอนธรรมะไว้ในการจัดระเบียบร่างกายต่างๆ เช่น การเดินจงกรม การนั่งสมาธิฝึกจิต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ด้านหนึ่งของการอบรมบ่มเพาะ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับร่างกายนั้น ก็ไม่ได้ถูกฝึกฝน อย่างหนักมาเพื่อการรุกรานเข้าทำร้ายคู่ต่อสู้จนกลายเป็น “เครื่องจักรเพื่อการต่อสู้” อย่างเดียวเท่านั้น แต่ร่างกายยังถูกฝึกให้แข็งแรงและอดทนต่อการเจ็บปวดเมื่อถูก คู่ต่อสู้เข้าปะทะ หรือพร้อมที่จะกลายเป็นเป้าหมายในการเข้าทำลายของคู่ชกด้วยเช่นกัน

“ความเป็นไทย” ในมวยไทย จึงเน้นการเรียนรู้ และอบรมบ่มเพาะในด้านร่างกายเป็นหลักเพราะเชื่อว่า เมื่อร่างกาย “แข็งแกร่ง” แล้วจิตใจก็จะ “เชื่อ” เพื่อการขึ้น “ชก” และพร้อมที่จะเผชิญกับ “ชัยชนะ” หรือ ความ “เจ็บช้ำ” ได้อย่างที่ถูกฝึกฝนมา โดยเฉพาะการใช้ “อวยวุธ” เพื่อจัดการ “ความเป็นอื่น” ที่เป็น “ศัตรู” หรือ “คู่ชก” บนสังเวียนมวยไทย

6.5 “ความเป็นชาติ” ที่หันมามองตัวเองจากภายใน ความนิยมของ “สื่อมวยไทย” ในปัจจุบันของสังคมไทย เป็นที่น่าสังเกตว่ามีความเกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” อย่างมีนัยสำคัญที่น่าสนใจก็คือ การแพร่หลายของ “สื่อมวยไทย” กำลังเป็นปรากฏการณ์ที่คนไทยกลับมาให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของไทยโดยคนไทยเอง หลังจากที่ก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 นั้น คนไทยโดยเฉพาะชนชั้นกลางและสูงกว่าจะเน้นวิถีชีวิตและวิถีคิดแบบทันสมัยโดยการอิงวัฒนธรรมตะวันตก

ด้านหนึ่งเป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่สลายพรมแดน “ชาติ” แบบเดิมที่เน้นพื้นที่กายภาพ เชื้อชาติ และอำนาจอธิปไตยเหนือพรมแดนจนพร่าเลือน ทำให้อัตลักษณ์ที่รับรู้ “ตัวเองเป็นใคร สัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร” โดยยึดมั่นอยู่กับชาติในความหมายแบบเก่าเริ่มวิกฤติ และหาความแน่นอนไม่ได้ การย้อนกลับมาอิงแอบอยู่กับวัฒนธรรมภายในชาติของตัวเองที่ยังคงอยู่จึงเป็นทางออกที่ถูกนำมาใช้

ทั้งนี้เพราะโลกาภิวัตน์ไม่ได้กลืนกินความเป็นท้องถิ่นอย่างราบคาบอย่างที่เคยวิตก ในทางกลับกันแนวคิดรัฐ-ชาติ ที่ “ตัด” (exclude) “ชนบท/ท้องถิ่น” ออกไปตั้งแต่แนวคิดนี้เริ่มก่อตัวขึ้น โลกาภิวัตน์กลับเป็นกระบวนการสำคัญในการดึงมิติชนบทกลับมา

Edensor (2002) ตั้งข้อสังเกตว่า งานศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์ความเป็นชาติ” มักจะให้ความสนใจแต่งานราชพิธีและรัฐพิธี ที่เรียกว่า “ประเพณีประดิษฐ์” (invented tradition) เนื่องจากเป็นงานเฉลิมฉลองหรือวัฒนธรรมชั้นสูง และยังมีมองว่าวัฒนธรรมเหล่านี้มีคุณค่ามากกว่าวัฒนธรรมพื้นบ้านและวัฒนธรรมนิยม จนทำให้ถูกละเลยไปจากงานศึกษา

ทว่าการสร้างชาติของรัฐที่ปฏิบัติการผ่านวัฒนธรรมของชาตินั้นจะสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยแรงเสริมจากวัฒนธรรมนิยม เพราะมีการสร้างรูปแบบที่ร่วมสมัย (contemporary formulation) มากกว่า และที่สำคัญก็คือความนิยมของบรรดาวัฒนธรรมร่วมสมัยรวมถึงวัฒนธรรมพื้นบ้านนั้น เข้าถึงคนระดับชาติหรือระดับโลกในขอบเขตที่กว้างขวางกว่า (widely shared) (Edensor, 2002)

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. “เมื่อพิธีกรรมเป็นลำนํ้าแห่งความสุข” ใน **ยึดหลักปักแน่นกับงานสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขภาวะ**. โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส), 2549.
- กาญจนา แก้วเทพ. “การสื่อสารในพิธีกรรม พิธีกรรมในการสื่อสาร” ใน **สื่อเก่า สื่อใหม่ ใจเชื่อมร้อย**. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2554.
- เชตร ศรียาภัย. **ปรัชญามวยไทย**. กรุงเทพมหานคร: มติชน, 2550.
- ชนิดา พรหมพยัคฆ์ เผือกสม. **ธงไตรรงค์กับการสร้างอุดมการณ์รัฐไทย พ.ศ. 2459-2520**. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พิบูล หัตถกิจโกศล. **อนุสาวรีย์ไทย : การศึกษาในเชิงการเมือง**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง. **พัฒนาการกีฬามวยไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต (พลศึกษา) คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.
- นฤมล ทับชุมพล. **การใช้สื่อในการสร้างอุดมการณ์ทางการเมือง : ศึกษาจากบทเพลงของทางราชการ (พ.ศ. 2475 - พ.ศ. 2530)**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- ธงชัย วินิจจะกุล. “คำนำเสนอ” ใน นิธิ เอียวศรีวงศ์. **ชาติไทย, เมืองไทย, แบบเรียนและอนุสาวรีย์**. กรุงเทพมหานคร: มติชน, 2547.
- มานิตย์ นวลละออ. **การเมืองไทยยุคสัญลักษณ์รัฐไทย**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองรัตนพรินต์ติ้ง, 2540.
- สมบัติ จันทรวงศ์. **แสดมปักกับสังคม**. กรุงเทพฯ: สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2526.
- สมสุข หินวิมาน. “ทฤษฎีการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์” ใน **ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2548.

ภาษาอังกฤษ

- Bhabha, H. **Nation and Narration**. London : Routledge, 1990.
- Edensor, T. **National identity, popular culture and everyday life**. Oxford : Berg, 2002.
- Hall, S. **Representation : cultural representations and signifying practices**. London : SAGE, 1997.
- Winichakul, T. **Siam Mapped : a history of the geo-body of a nation**. Honolulu : University of Hawaii Press, 1994.
- Woodward, K. **Identity and Difference**. London: Sage, 1997.