

บทบรรณาธิการ

วัฒนธรรมสมัยนิยม: ความหมายและกระบวนทัศน์

Popular Culture: Definitions and Paradigms

อัมพร จิรัฏฐิติกร

Amporn Jirattikorn

วารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม ซึ่งมีที่มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า popular culture คำ ๆ นี้มีการเปลือออกมาในภาษาไทยหลากหลายคำ ตั้งแต่วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมมวลชน วัฒนธรรมประชานิยม วัฒนธรรมป๊อป กระแสป๊อป เหตุผลที่เลือกใช้คำว่า “ป๊อปคัลเจอร์” ซึ่งเป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษบนปกวารสารฉบับนี้ ก็เนื่องมาจากปัญหาของการใช้คำในภาษาไทยที่ไม่สามารถสื่อความหมายได้สั้น กระชับและชัดเจนเท่าไรนัก แต่อย่างไรก็ตามในบทบรรณาธิการต่อจากนี้จะขอใช้คำว่าวัฒนธรรมสมัยนิยม เพื่อสื่อความหมายถึงคำว่า popular culture

การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยม แม้จะดำเนินมายาวนานหลายทศวรรษในโลกตะวันตก แต่ทุกวันนี้ การนิยามว่าอะไรคือการศึกษาที่เรียกว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมก็ยังคงเป็นปัญหาอยู่ ปัญหาของการให้คำจำกัดความว่าอะไรคือวัฒนธรรมสมัยนิยมมาจากเหตุผลที่ว่าการศึกษาด้านนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นภาคปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน อันทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมสามารถศึกษาได้ทุกเรื่อง ครอบคลุมอาณาบริเวณที่กว้างขวางข้ามสาขาวิชาต่าง ๆ มากมาย ตั้งแต่เรื่องเครื่องดื่ม อาหาร สื่อบันเทิง ภาพยนตร์ เพลง ละครโทรทัศน์ แฟชั่น ฟุตบอล เกมออนไลน์ ฟิตเนส หรือสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง facebook หรือ YouTube

นอกจากคำว่า “วัฒนธรรม” ในการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมจะกินความกว้างขวางเกินกว่าจะให้นิยามไปในทางใดทางหนึ่ง คำว่า “สมัยนิยม” ก็ยังเป็นปัญหาอีกว่าหมายรวมเอาทุกสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมของสังคมในยุคนั้น คำถามก็คือว่าความ “นิยม” ของสังคมหมายถึง “มวลชน” กลุ่มใดของสังคม นอกจากนี้เกณฑ์ที่ใช้วัดความนิยมของยุคสมัยคืออะไร จะวัดจากยอดขายจำหน่าย เรตติ้งทางทีวี การได้รับพูดถึงอย่างมากบนสื่อ หรือยอดวิวใน YouTube นอกจากนี้ความนิยมดังกล่าวเกิดขึ้นจากมวลชนนิยมชมชอบสิ่งนั้น ๆ โดยลำพังหรือมีปัจจัยอะไรที่เป็นตัวสร้างความนิยมให้เกิดขึ้น Harrington and Bielby (2001) นิยามความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมสมัยนิยม” โดยดูจากเกณฑ์ที่จะใช้วัดความนิยมของยุคสมัย 4 ประการ กล่าวคือ 1) เป็นสิ่งที่ชื่นชอบ ชื่นชม หรือยอมรับโดยผู้คนจำนวนมาก 2) เป็นสิ่งที่มักถูกมองว่าต่ำชั้นและไม่มีความหมายหรือไม่มีรสนิยามทางศิลปะ 3) เป็นสิ่งที่ออกแบบมาหรือสร้างขึ้นเพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบ สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการค้าและบริโภคนิยม 4) เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนเพื่อพวกเขาเอง ถ้าดูจากนิยามของ Harrington and Bielby แล้ว จะเห็นว่าความหมายของคำว่าสมัยนิยมนั้นขัดแย้งกันอยู่ในตัว ระหว่างการที่เป็นชื่นชอบโดยคนหมู่มาก แต่มักถูกมองว่าต่ำชั้น ไม่มีคุณค่าทางศิลปะ ตัวอย่างของละครโทรทัศน์ของไทยที่ถูกเรียกว่า “ละครน้ำเน่า” สะท้อนความขัดแย้งสองประการนี้ได้เป็นอย่างดี ข้อขัดแย้งที่เห็นได้ชัดอีกประการคือวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นสิ่งที่ออกแบบมาเพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบ เพื่อประโยชน์ทางการค้า แต่ขณะเดียวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมก็อาจเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนเพื่อพวกเขาเอง ถ้าเช่นนั้นแล้ว วัฒนธรรมสมัยนิยมกำลังศึกษาสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกออกแบบมาจากภาคอุตสาหกรรมหรือกำลังศึกษาวัฒนธรรมของมวลชน ที่เรียกว่าวัฒนธรรมชาวบ้านร้านค้าหรือทั้งสอง นอกจากนี้การศึกษาวรรณกรรมสมัยนิยมควรจะวางจุดยืนไว้ตรงไหนระหว่างการเปิดเผยให้เห็นพลังครอบงำของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สร้างวัฒนธรรมป๊อปขึ้นมาให้ประชาชนหลงใหลคลั่งไคล้กับการให้ความสำคัญกับมวลชนว่ามีสิทธิที่จะแปล แปร สารจากวัฒนธรรมที่ตนเองเสพได้ตามใจปรารถนา

แม้ว่าความพยายามที่จะนิยามความหมายของ popular culture อาจเป็นสิ่งที่ Tony Bennett (1980) กล่าวว่าไร้สาระและไม่มีประโยชน์ แต่ที่ผ่านมาก็มี

ความพยายามที่จะหาคำจำกัดความให้กับศาสตร์แขนงนี้มาโดยตลอด ซึ่งท้ายที่สุดก็อาจจะเพิ่มความสับสนมากยิ่งขึ้นไปอีก หากลองดูนิยามที่ John Storey (1993) จัดหมวดหมู่ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เคยมีมาในวงวิชาการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมออกเป็นทั้งหมด 6 กลุ่ม กลุ่มแรก มองว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมคือวัฒนธรรมอะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนจำนวนมาก กลุ่มที่สอง มองวัฒนธรรมสมัยนิยมในแง่ที่ตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมของชนชั้นสูง (high culture) กลุ่มที่สาม มองวัฒนธรรมสมัยนิยมว่าหมายถึงวัฒนธรรมมวลชน จากมุมมองของการผลิตสินค้าตามระบบทุนนิยม เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ดนตรี กีฬา หรือภาพยนตร์ วัฒนธรรมมวลชนจากมุมมองของกลุ่มนี้มักถูกตีความในลักษณะที่เชื่อมโยงกับการครอบงำทางวัฒนธรรมจากประเทศตะวันตก กลุ่มที่สี่ วัฒนธรรมสมัยนิยมหมายถึงวัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชน เป็นวัฒนธรรมของชาวบ้าน ร้านตลาดทั่วไป กลุ่มที่ห้า วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึงพื้นที่ของการต่อสู้ระหว่างพลังของกลุ่มคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบกับกลุ่มคนที่มีอำนาจครอบงำสังคม และกลุ่มสุดท้าย วัฒนธรรมสมัยนิยมหมายถึงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมเมืองโลกของความทันสมัยก่อให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่บริโภคนิยมในชุมชนเมืองขนาดใหญ่ (John Storey, 1993: 4-11) จะเห็นได้ว่าความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมทั้ง 6 ประการนั้นไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และขัดแย้งกันอยู่ในตัวอย่างมาก

ปัญหาของการนิยามวัฒนธรรมสมัยนิยมจากมุมมองที่ต่างกันสองขั้วในแง่หนึ่งเป็นความบันเทิงไร้สาระที่ถูกผลิตและควบคุมโดยระบบทุนนิยม และในอีกแง่หนึ่ง เป็นสิ่งที่มาจากฐานของมวลชนที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ของการต่อสู้เชิงวัฒนธรรมอีกด้วย ทำให้การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมครอบคลุมกว้างขวางถึงวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมมวลชน วัฒนธรรมของชนชั้นกลาง และยังทำให้การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมอ้างอิงกรอบแนวคิดที่หลากหลาย ทั้งด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง วัฒนธรรมศึกษา สัตว์วิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยม รวมทั้ง feminist studies อย่างไรก็ตาม แม้ปัญหาของการนิยามความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมจะยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน สิ่งที่น่าสนใจที่นักวิชาการหลายคนเห็นร่วมกันก็คือ การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมมักจะนิยมเรื่องที่ศึกษาโดยโยงกับสิ่งที่ตรงกันข้ามเสมอ เช่น เป็นวัฒนธรรมของคนชั้นล่าง ไม่ใช่วัฒนธรรม

ของชนชั้นสูง อย่างเช่น เพลงลูกทุ่งที่อีสานที่ขับร้องโดยนักร้องชาวอีสาน ไม่ใช่เพลงของคนเมืองหลวง หรือละครโทรทัศน์ ที่มองว่าเป็นพื้นที่ของชาวบ้าน ร้านตลาด เป็นความบันเทิงที่เข้าใจง่าย ไม่ต้องป็นบันไดดู หรือภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง ไม่ใช่ภาพยนตร์เชิงศิลปะ (art movie) อย่างไรก็ตาม การสลายพรมแดนของชั่วคราวข้ามที่เป็นคุณูปการของโลกวิชาการหลังยุคสมัยใหม่ที่สลายเส้นแบ่งของชั่วคราวข้ามลงไปหมดสิ้น ก็ทำให้เส้นแบ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยมถูกท้าทายด้วยเช่นกัน ตัวอย่างของละครโทรทัศน์ที่เคยเป็นพื้นที่ของชาวบ้านกลายมาเป็นพื้นที่ของชนชั้นกลาง และแม้กระทั่งเนื้อหาที่ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ขยายวงกว้างออกไป จากเดิมที่เป็นเรื่องชีวิตครอบครัวก็ขยายออกไปสู่เรื่องราวชีวิตด้วยรุ่นมากขึ้น หรือหนังแนวอาร์ตที่กลายมาเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมของคนบางกลุ่มในปัจจุบัน เป็นตัวอย่างของการที่เส้นแบ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยมถูกท้าทาย

ป๊อปปัลดเจอร์: สะท้อนสังคมหรือเปลี่ยนแปลงสังคม

นับตั้งแต่ยุคเริ่มต้นของการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยม ข้อถกเถียงคลาสสิกที่ดำเนินมาโดยตลอดคือป๊อปปัลดเจอร์ทำหน้าที่เป็นเพียงภาพสะท้อนของสังคมหรือกำลังทำหน้าที่หล่อหลอมเปลี่ยนแปลงสังคมไปพร้อม ๆ กัน จริงอยู่ที่ชั่วคราวข้ามระหว่างการ “สะท้อน” (reflect) กับการ “สร้าง” (construct)/หล่อหลอม (shape) เช่นนี้เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมรูปแบบอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน แต่ความเป็นวัฒนธรรม “สมัยนิยม” ทำให้บทบาทของการเป็น “ภาพตัวแทน” (representation) สะท้อนความเปลี่ยนแปลงของสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ เด่นชัดขึ้นมา ตัวอย่างของเพลงลูกทุ่งในยุคหนึ่งทีกล่าวถึงการล่มสลายของเศรษฐกิจชนบทที่ทำให้ชาวบ้านต้องอพยพมาหางานทำในเมืองหลวง ทำให้มีเพลงจำนวนมากสะท้อนปัญหาดังกล่าว เช่น *น้ำตาอีสาน ไม่มีข้าวขาย ร้องให้ตามเมีย* (ผาสุก และคริส เบเกอร์, 2539: 132) และในยุคต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ 1970 ผู้หญิงจากชนบทเริ่มอพยพเข้ามาขายแรงงานในกรุงเทพมหานครในสัดส่วนที่มากพอ ๆ กับแรงงานชาย ทำให้มีเพลงลูกทุ่งที่พูดถึงผู้หญิงจากชนบทเข้ามาทำงานในเมืองหลวง

เพิ่มมากขึ้น (Pasuk and Baker, 1995: 78) ในงานศึกษาชิ้นหนึ่ง พูดถึงภาพยนตร์ฮอลลีวูดหลังยุค 9/11 ที่เกิดการสร้างภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่ออกมามากมาย สะท้อนให้เห็นถึงการโหยหาวันคืนที่สงบสุข รวมถึงการไฝ่ฝันถึงฮีโร่ที่จะมาช่วยปราบผู้ก่อการร้าย (Pollard, 2011) งานเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงการที่วัฒนธรรมสมัยนิยมสามารถทำหน้าที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม หากเรามองว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นสนามที่กว้างใหญ่ในการผลิตสร้าง “ภาพตัวแทน” (representation) ที่มีได้หมายถึงการนำเสนอภาพความจริงอย่างตรงไปตรงมา (re-present) ภาพตัวแทนที่ถูกผลิตสร้างผ่านวัฒนธรรมสมัยนิยมจึงไม่ควรถูกอ่านชั้นเดียว เสมือนหนึ่งเป็นกระจกเงาสะท้อนสังคม แต่เราอาจอ่านภาพตัวแทนนั้นได้ในเชิง “สัญญา” ที่ผ่านการเข้ารหัสเพื่อสื่อความหมายอีกอย่าง งานศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด ที่ผลิตจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียในยุคต่าง ๆ ชี้ให้เห็นว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดในช่วง 1970 ต่อถึงทศวรรษ 1980 มักมีโครงเรื่องหลักที่พูดถึงปัญหาความขัดแย้งระหว่างชนชั้น โดยมีตัวละครหลักเป็นชายหนุ่มผู้โกรธเกี่ยวกับความอยุติธรรมของสังคม แต่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดในช่วงทศวรรษ 1990 กลับเลิกพูดถึงความขัดแย้งทางชนชั้นที่เคยเป็นโครงเรื่องหลักครอบงำภาพยนตร์ฮอลลีวูดในช่วงสองทศวรรษก่อนหน้า หันมาเสนอเรื่องราวของครอบครัวชนชั้นสูงของอินเดีย ที่ส่วนใหญ่ไปตั้งรกรากหรือใช้ชีวิตในประเทศแถบยุโรปหรืออเมริกา ภาพยนตร์ที่ผลิตออกมาในช่วงดังกล่าวย้ำเน้นถึงประเพณี ขนบธรรมเนียมแบบอินเดียผ่านการแต่งงาน และเรื่องราวของชีวิตครอบครัว ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ Jenny Sharpe (2005) วิเคราะห์ว่าภาพยนตร์อินเดียกำลังทำหน้าที่สะท้อนยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เมื่ออินเดียต้องเผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์และคลื่นการอพยพของคนอินเดียที่ออกไปหางานทำและตั้งรกรากในประเทศตะวันตกมากขึ้น อินเดียกำลังโหยหาอดีตอันแสนงดงาม โหยหาประเพณีดั้งเดิมแบบอินเดีย โหยหาความเป็นครอบครัวขยายซึ่งแตกต่างจากชีวิตในปัจจุบัน ภาพของหนุ่มสาวอินเดียที่เติบโตมาในสังคมตะวันตกแต่ยังคงรักษา “ความเป็นอินเดีย” เอาไว้โดยไม่ถูกทำลายไปโดยวัฒนธรรมตะวันตกจึงถูกนำเสนอออกมาอย่างต่อเนื่องในภาพยนตร์อินเดียยุคทศวรรษ 1990 ประเด็นที่น่าสนใจในภาพยนตร์ฮอลลีวูดในยุคนี้ที่ Sharpe

ชี้ให้เห็นก็คือ ความบริสุทธิ์ ความเป็นอินเดียแบบดั้งเดิมที่ไม่ถูกทำลาย โดยวัฒนธรรมตะวันตกนั้นมักสะท้อนผ่านตัวละครที่เป็นผู้หญิงเสมอ ซึ่งเห็นว่า ผู้หญิงมักถูกใช้เป็น “สัญลักษณ์” ของความเป็นชาติ ของชนบประเพณีแบบอินเดีย ที่คนอินเดียแม้จะออกไปทำงานอยู่อาศัยในต่างถิ่นที่เรียกกันว่า NRI (Non-Resident Indian) ควรต้องรำรงรักษาเอาไว้

งานของชญัญญา ประสาทไทย เรื่อง “ซอมบี้ไทย สังคมไทยและการเมืองไทย” ในวารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้ที่พูดถึงเรื่องวัฒนธรรมซอมบี้ ที่สังคมไทยรับเอา แนวคิดมาจากตะวันตก ก็สะท้อนภาพสังคมแบบนี้เช่นเดียวกัน ชญัญญาใช้วิธีการ อ่านภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ เพื่อทำความเข้าใจซอมบี้ในฐานะสัญลักษณ์อันทรงพลัง ที่สะท้อนถึงความวิตกกังวลของสังคมในแต่ละยุค ชญัญญาชี้ให้เห็นถึงการปรากฏตัวของซอมบี้ในภาพยนตร์ไทยและในสื่อต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา โดยในยุคแรกของการนำเข้ามาจากตะวันตก ซอมบี้ถูกนำไปเทียบเคียงกับผีปอบ สื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ถึง “ความเป็นอื่น” ในหมู่พวกเดียวกัน เนื่องจากผีปอบมักเป็นปอบโดยที่คนในกลุ่มไม่รู้ แต่ความพยายามที่จะยึดเยียดซอมบี้เข้ากับระบบผีไทยไม่ประสบความสำเร็จ ภายหลังจากไม่สามารถผนวกลซอมบี้เข้ากับระบบภูติผีเดิมทำให้ซอมบี้ถูกยอมรับและใช้ในฐานะภาพตัวแทนแทนความวิตกกังวลอย่างใหม่ที่เชื่อมโยงกับภัยคุกคามในระดับโลกมากกว่าผีไทยแบบเดิม ๆ ที่เรารู้จักกัน เช่น การก่อการร้าย โรคระบาด ภัยธรรมชาติ และยาเสพติด ภาพยนตร์อย่างเช่น *ขุนกระบี่ ผีระบาด* (2447) ที่เลือกใช้ซอมบี้แทนผีไทยแบบเดิม ๆ สะท้อนความวิตกกังวลใหม่ ๆ อย่างโรคร้ายที่กำลังแพร่ระบาดไปทั่วโลกในเวลานั้น

นอกเหนือจากการอ่านเชิงสัญลักษณ์ที่เปิดเผยให้เห็นถึงรหัสบางอย่างที่ถูกสร้างขึ้น (หรือรับมา) เพื่อสื่อความหมายอย่างอื่นแล้ว การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมในฐานะภาพสะท้อนสังคมก็ไม่อาจแยกขาดจากองค์ประกอบทางธุรกิจหรือบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เข้ามาประกอบสร้างภาพตัวแทนเหล่านั้น งานศึกษาของ Amporn Jirattikorn (2006) พยายามทำความเข้าใจภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงของผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ในยุคนั้นเพลงลูกทุ่งที่ร้องโดยนักร้องผู้หญิงอย่าง *เล็กแล้วคะ*

(อาภาพร นครสวรรค์) *ทุกเมียมาด้วยเธอ* (ย้อย ญาติเยอะ) *มีเมียแล้วไม่เอา* (ดาว มยุรี) โด่งดังเป็นพลุแตกในท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจ ผู้หญิงในบทเพลงเหล่านี้สะท้อนภาพความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ไม่ยึดถือความรักและการแต่งงานเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ยอมทนกับผู้ชายเพียงเพราะไม่ต้องการได้ชื่อว่าเป็นหม้าย เลิกร้าง หรือสามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงรุกกับผู้ชายได้ก่อน อย่างไรก็ตาม Amporn ชี้ให้เห็นว่า เราไม่อาจแปลความหมายภาพตัวแทนเหล่านี้ได้อย่างชัดเจนว่า ผู้หญิงไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรที่เห็นในเพลง เพราะนักแต่งเพลงลูกทุ่งล้วนแล้วแต่เป็นผู้ชาย ธุรกิจเพลงลูกทุ่งก็เป็นธุรกิจของผู้ชาย นอกจากนี้บริบททางสังคมของยุควิกฤตต้มยำกุ้งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เอื้อให้ภาพตัวแทนเช่นนี้ได้รับความนิยม เนื่องจากวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นส่งผลให้ทั้งภาครัฐหันมาส่งเสริมการซื้อของไทย บริโภคของไทย ผนวกกับอารมณ์ของสังคมที่เกิดความรู้สึกต่อต้านการพึ่งพาต่างชาติอันส่งผลให้เศรษฐกิจไทยตกต่ำ ทำให้เพลงลูกทุ่งที่ถูกมองว่าเป็น “ไทยแท้” ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เติบโตในท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจ นอกจากนี้ภาวะที่กำลังซบเซาตกต่ำ ผู้คนในสังคมกำลังหดหู่กับภาวะเศรษฐกิจ สิ่งที่จะขายได้ในสภาวะการณ์เช่นนี้ก็คงหนีไม่พ้นการขายผู้หญิง ขายความเซ็กซี่และความสนุกสนาน จริงอยู่ที่ทัศนคติของผู้หญิงไทยที่เป็นกลุ่มแฟนเพลงลูกทุ่งเหล่านี้เกี่ยวกับเรื่องความรักและการแต่งงานอาจจะเปลี่ยนแปลงไปดังภาพที่เห็นในเพลงลูกทุ่งหลังวิกฤตต้มยำกุ้งจริง ๆ แต่การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เสนอมุมมองอย่างรอบด้าน ทั้งมุมมองทางเศรษฐกิจ ทั้งบริบททางการเมืองหรือสังคมก็สามารถเปิดเผยให้เห็นอุดมการณ์บางอย่างที่ซ่อนอยู่ในภาพตัวแทนที่ถูกสร้างขึ้น

แนวคิดของการมองว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นภาพสะท้อนสังคมได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากสำนักแฟรงก์เฟิร์ต ว่าแท้จริงแล้ววัฒนธรรมสมัยนิยมทำหน้าที่หลอหลอมหรือส่งผ่านอุดมการณ์ความคิดบางอย่างต่อสังคมมากกว่าจะเป็นภาพสะท้อนสังคม การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมจากมุมมองเชิงวิพากษ์เช่นนี้เริ่มต้นขึ้นจากแนวคิดของสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt School) ที่มีผู้นำคนสำคัญอย่าง Adorno, Horkheimer และ Marcuse สำนักแฟรงก์เฟิร์ตเสนอแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (cultural industry) โดยมองว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

อย่างเพลง หรือภาพยนตร์ เนื่องจากผลิตภายใต้ระบบอุตสาหกรรม จึงมีลักษณะเหมือนกันหมด (standardization) กล่าวคือ มีลักษณะ “ร้อยเนื้อทำนองเดียว” หรือพล็อตเดียวกันหมด ความเป็นอุตสาหกรรมเช่นนี้ทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมไม่สามารถทำหน้าที่ปลดปล่อยหรือให้ความคิดกับผู้คนในสังคมได้ สิ่งที่วัฒนธรรมสมัยนิยมทำหน้าที่คือทำให้คนในสังคมเชื่อมกับระบบที่เป็นอยู่ ช่วยทำให้ลึกลงไปจากภาระหน้าที่การงานได้ชั่วคราวบ้างชั่วคราว แต่ท้ายที่สุดก็ทำให้คนจำยอมกับสถานะที่เป็นอยู่ นักคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตมองว่าความบันเทิงแบบง่าย ๆ ที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมป้อนให้ นั้น ทำให้เกิดความรื่นรมย์แบบตื้น ๆ จนชนชั้นแรงงานตกเป็นทาสสุดมการณของชนชั้นนายทุน กระทั่งไม่มีใครลุกขึ้นมาเรียกร้องความเปลี่ยนแปลง (Dominic Stirati, 2004) ภาวะของการไม่ต้องการเปลี่ยนแปลง ยอมจำนนกับการถูกครอบงำจนมองไม่เห็นโครงสร้างอันไม่เป็นธรรมที่กดขี่พวกเขาอยู่เป็นสิ่งที่วัฒนธรรมสมัยนิยมกำลังทำหน้าที่อยู่

งานของอุกฤษฏ์ จอมยิ้ม เรื่องสถานบันเทิง “อีสานล่าชิง” ในวารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้แม้จะไม่ได้ใช้แนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต แต่ก็เปิดเผยให้เห็นถึงธุรกิจเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการสร้างความเป็นอีสานให้ชาวอีสานที่เป็นแรงงานอพยพในกรุงเทพมหานครได้เสพ ภาพตัวแทนของความเป็นอีสานที่ซับซ้อนและเสกกันในสถานบันเทิง “อีสานล่าชิง” แห่งนี้จึงมีที่มาจากค่ายเพลงใหญ่สามค่ายเพลงเป็นหลัก ที่ต่างเข้ามาผลิตสร้างความเป็นอีสานผ่านบทเพลง รวมถึงการสร้างศิลปินให้เป็น “ตัวแทน” บางอย่างของคนอีสาน เช่น เป็นตัวแทนคนใช้แรงงาน เป็นตัวแทนคนพลัดถิ่น หรือเป็นตัวแทนผู้หญิงอีสานที่ติดดิน กรณีจินตหรา พูนลาภ ที่ร่วมร้องเพลงกับเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ แล้วทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนไป กลายเป็น “ไอโซ” ขึ้น จนค่ายเพลงมองว่าภาพลักษณ์ของเธอที่เปลี่ยนไปนั้นไม่ถูกจริตของคนอีสาน ทำให้ค่ายเพลงต้องดึงเธอกลับมาให้มาสู่ “ความเป็นอีสาน” มากขึ้น เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดถึงการสร้างความเป็นอีสานผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของวัฒนธรรมสมัยนิยม งานของอุกฤษฏ์ชี้ให้เห็นว่าแม้ความเป็นอีสานจะเป็นสัญลักษณ์ที่ล่องลอย พร้อมทั้งจะถูกผลิตสร้างโดยคนกลุ่มใดก็ได้ แต่ค่ายเพลงลูกทุ่งอีสานกลับเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการผลิต “ตัวบท” (text) เพียงไม่กี่แบบของความเป็นอีสานขึ้นมา

จนกลายเป็นต้นฉบับให้ถูกนำไปร้องเล่นในสถานบันเทิงอีกทอดหนึ่ง ซึ่งท้ายที่สุดแล้วตัวบทเหล่านี้ก็อาจจะไม่มีความแตกต่างกันเลย ซึ่งก็คือการถูก standardized หรือทำให้มีลักษณะเหมือนกันไปหมดนั่นเอง ความบันเทิงที่แรงงานอีสานผู้อพยพมาขายแรงงานในเมืองหลวงได้รับจากการมาเที่ยวในสถานบันเทิง “อีสานลำซิ่ง” แห่งนี้ หากพิจารณาจากมุมมองของสำนักแฟรงก์เฟิร์ตก็อาจมองได้ว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมกำลังผลิตความบันเทิงแบบดัด ๆ เพื่อให้คนเสพหลีกเลี่ยงหนีไปจากภาระหน้าที่การงานได้ชั่วคราวชั่วคราว จนมองไม่เห็นโครงสร้างอำนาจที่ครอบงำพวกเขาอยู่ อย่างไรก็ตาม ข้อถกเถียงว่าธุรกิจครอบงำสังคม หรือผู้เสพมีสิทธิเลือกที่จะแปรแปลสารได้ตามที่ใจต้องการถือเป็นข้อถกเถียงที่ดำเนินมาตลอดในทางวิชาการวัฒนธรรมสมัยนิยม ซึ่งคำถามนี้คงไม่อาจหาคำตอบที่แน่ชัดในทางใดทางหนึ่ง สิ่งที่วารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้ตั้งใจก็คือการเปิดพรมแดนให้เห็นถึงการศึกษาทั้งสองแนวทาง ทั้งแนววิพากษ์ระบบทุนนิยมที่ครอบงำวัฒนธรรมสมัยนิยม และแนวทางการศึกษาผู้เสพวัฒนธรรมสมัยนิยม ที่เรียกกันว่า audience reception research

นอกจากจะมองวัฒนธรรมสมัยนิยมในแง่ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ทำหน้าที่หล่อหลอมหรือส่งผ่านอุดมการณ์อำนาจนำบางอย่างแก่สังคมแล้ว เรายังสามารถศึกษาบทบาทของวัฒนธรรมสมัยนิยมได้ในแง่พื้นที่ของการต่อสู้ระหว่างอุดมการณ์ต่าง ๆ งานของณภัค เสรีรักษ์ ในวารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้เรื่องกำเนิดและความเปลี่ยนแปลงของสื่อปาดานี จากวิทยุกระจายเสียงสู่การสื่อสารออนไลน์ ในแง่หนึ่ง ถือเป็นงานที่ทำทลายนิยามความหมายของคำว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมในประเด็นที่ว่า ทุกวันนี้วิทยุยังสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อีกหรือไม่ หากพิจารณาจากนิยามความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมว่าคืออะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนจำนวนมาก เราคงไม่อาจถือได้ว่ารายการวิทยุท้องถิ่นปัตตานีเข้าข่ายวัฒนธรรมสมัยนิยม แต่หากพิจารณาว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมหมายถึงวัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชน เป็นวัฒนธรรมของชาวบ้าน รวมถึงเป็นพื้นที่ของการต่อสู้ระหว่างพลังของกลุ่มคนที่ถูกด้อยโอกาส กลุ่มคนที่ถูกเอาเปรียบจากสังคม วิทยุชุมชนปัตตานีก็น่าจะเข้าข่ายสิ่งที่เรียกกันว่า “วัฒนธรรมประชา” ได้เช่นกัน ทุกวันนี้

ปัญหาของการนิยามว่ารายการวิทยุเข้าข่ายวัฒนธรรมสมัยนิยมได้หรือไม่ก็ยิ่งเพิ่มความซับซ้อนมากขึ้นไปอีก เมื่อรายการวิทยุปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์ และเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปเป็นการสื่อสารสองทางมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ งานของนักวิจัยตั้งคำถามโดยนัยว่า หากเราไม่อาจคาดหวังว่าสื่อที่ผลิตโดยระบบทุนนิยมจะรับใช้มวลชนได้ สื่อทางเลือกควรจะทำหน้าที่ที่นอกเหนือจากการเป็นสื่อ ซึ่งก็คือบทบาทของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อเรียกร้องหรือสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น งานของนักเปิดมุมมองให้เห็นถึงพลังของการสื่อสารบนโลกออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนในท้องถิ่นสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารไปพร้อม ๆ กับองค์กรสื่อ ทำให้สื่อไม่ใช่ผู้กำหนดวาระและประเด็นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ทำงานสอดคล้องไปกับความต้องการของผู้คนในพื้นที่ ทำให้ฐานะของผู้รับสื่อและผู้บริโภคกลายเป็นผู้ใช้สื่อ (user) และผู้มีส่วนร่วม (participant) ในการผลิตเรื่องราวด้วย

วัฒนธรรมสมัยนิยมข้ามพรมแดน

นักสังคมศาสตร์เรียกปรากฏการณ์ทางสังคมที่คนกลุ่มต่าง ๆ ติดต่อกันเชื่อมโยงกันผ่านความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ซึ่งมีได้จำกัดอยู่ภายในดินแดนของชาติใด แต่เชื่อมโยงข้ามพรมแดนเขตของชาติสมัยใหม่ว่า “สภาวะข้ามชาติ” หรือ “ลักษณะข้ามชาติ” (transnationalism) การหลั่งไหลข้ามพรมแดนอย่างเข้มข้นในปัจจุบัน ทั้งสิ่งของ ทุน ผู้คน อุดมการณ์ความคิด และเทคโนโลยี ทำให้พรมแดนรัฐชาติในฐานะหน่วยของการศึกษาถูกท้าทาย แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมในยุคที่การเคลื่อนย้ายสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเข้มข้นและกว้างขวางเช่นนี้จำเป็นต้องปรับตัวกับข้อท้าทายใหม่ ๆ นี้ด้วยกัน

ในยุคแรก ๆ ของกระแสโลกาภิวัตน์อันส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายของข้อมูลข่าวสารที่ตัดข้ามพื้นที่และเวลาอย่างไร้พรมแดนนี้ นักวิชาการหลายคนมองว่า

คำว่า “Globalization” มีความหมายเท่ากับ “Americanization” หรือ “McDonaldization” อันหมายถึงการไหลเวียนทางเดียวของข่าวสารข้อมูลและอุดมการณ์ความคิด กล่าวคือ เป็นการไหลแบบ dominant flow คือไหลจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศตะวันตกไปสู่ประเทศโลกที่สาม ซึ่งก็คือการทำให้วัฒนธรรมของทั้งโลกเป็นเนื้อเดียวกันกับวัฒนธรรมตะวันตก อย่างไรก็ตาม กระแสโลกาภิวัตน์ก็มีส่วนสร้างให้เกิดการไหลเวียนแบบสวนทาง (contra-flow) ขึ้นมาเช่นเดียวกัน การไหลเวียนแบบสวนทางคือการที่ข้อมูลข่าวสารหรือสินค้าเชิงสัญลักษณ์สามารถไหลจากประเทศที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจน้อยกว่าไปสู่โลกที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจมากกว่า หรือไหลจากภูมิภาคอื่นไปสู่ภูมิภาคตะวันตก ซึ่งเป็นการสวนทางจากทิศทางที่เคยเป็นมา (Thussu, 2007) การไหลของละครโทรทัศน์ที่เรียกว่า “telenovelas” จากทวีปอเมริกาใต้ไปสู่ทวีปอเมริกาเหนือ หรือความนิยมที่เพิ่มมากขึ้นของภาพยนตร์บอลลิวูดไปทั่วโลก เป็นตัวอย่างของการไหลสวนทางที่เกิดขึ้นในช่วงสองถึงสามทศวรรษที่ผ่านมา (Cunningham and Sinclair, 2001; Thussu, 2007).

งานของ Nguyen Thi Tu Anh ในวารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้นำเสนอปรากฏการณ์การไหลเวียนของสินค้าวัฒนธรรมของไทย โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ไทย ออกไปสู่ภูมิภาคอาเซียน หลังจากในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ที่เกิดกระแสการไหลป่าของวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศเกาหลีได้อย่างท่วมท้นไปทั่วทวีปเอเชีย เราเริ่มมองเห็นการไหลสวนทาง (contra-flow) หรือการไหลเวียนของสินค้าวัฒนธรรมในทวีปเดียวกัน (intra-regional flow) ในรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังเช่นกระแสละครไทยที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคอาเซียนรวมถึงประเทศจีน การไหลเวียนข้ามพรมแดนออกนอกประเทศของสินค้าวัฒนธรรมไทยทำให้เกิดคำถามตามมาว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมของไทยจะสามารถก้าวขึ้นมาเป็นทางเลือกใหม่หรือรสนิยมใหม่ในภูมิภาคอาเซียนหรือทวีปเอเชียได้หรือไม่ งานของ Nguyen Thi Tu Anh นอกจากจะตั้งคำถามว่าผู้ชมในเวียดนามเสพภาพลักษณ์และเรื่องราวใหม่ ๆ ในละครโทรทัศน์ไทยที่พวกเขาไม่รู้จักคุ้นเคยมาก่อนอย่างไรแล้ว ยังสนใจว่าการเสพวัฒนธรรมบันเทิงไทยข้ามพรมแดน

จะสามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงถึงความเป็นภูมิภาคเดียวกัน (regionalization) ได้หรือไม่ การสร้างความรู้สึกร่วมเช่นนี้ น่าสนใจตรงที่ว่าจะสามารถเกิดขึ้นได้ ในระดับของการเสพวัฒนธรรมร่วมสมัยได้หรือไม่ ซึ่งหากเกิดขึ้นได้ ก็จะเป็น bottom-up regionalization คือเป็นความรู้สึกที่ที่เกิดขึ้นจากส่วนล่าง อันเกิดจากความรู้สึกเชื่อมโยงกันหรือรับรู้ในคุณค่าทางวัฒนธรรมร่วมกันผ่านการเสพวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน

แนวคิดของการสร้างจินตภาพทางวัฒนธรรม (cultural imagaries) ผ่านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์สอดคล้องกับสิ่งที่ Appadurai (1996) เรียกว่าจินตนาการใหม่ (imagination) Appadurai มองปรากฏการณ์ข้ามพรมแดนในมิติของจินตนาการว่าการเคลื่อนย้ายของสื่อและผู้คนในระดับที่เข้มข้นและกว้างขวาง ได้ก่อรูปจินตนาการใหม่ที่ดำรงอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน จินตนาการใหม่ที่เกิดจากภาพลักษณ์ที่กำลังเคลื่อนย้าย (moving images) และผู้คนในภาวะเคลื่อนย้ายนี้เป็นจินตนาการที่ขยายใหญ่ขึ้น ข้ามพรมแดน และตัดเชื่อมต่อถึงกันทางไกลเข้าไว้ด้วยกัน เป็นจินตนาการการเป็นเครือข่าย/ชุมชน/ท้องถิ่นที่ขยายใหญ่ตัดข้ามท้องถิ่นเดิม ภูมิภาคแบบเดิม ๆ และพรมแดนรัฐชาติ ทำยที่สุดส่งผลให้สนามความสัมพันธ์ทางสังคมขยายใหญ่ขึ้น (Appadurai, 1996: 31) แม้ว่าเราอาจยังไม่สามารถกล่าวได้ว่าการบริโภคละครไทยจะนำไปสู่ความรู้สึกเชื่อมโยงถึงความเป็นภูมิภาคเดียวกันให้เกิดขึ้นได้อย่างแน่ชัด แต่อย่างน้อยงานของ Nguyen Thi Tu Anh ก็ชี้ให้เห็นว่าการบริโภควัฒนธรรมสมัยนิยมข้ามพรมแดนมีส่วนสร้างจินตนาการใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ชมที่นิยมเสพละครโทรทัศน์ไทย แน่นนอนว่าเป็นจินตนาการที่ขยายใหญ่ขึ้น ตัดข้ามพรมแดน แต่จินตนาการนั้นก็อาจไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงไปถึงความเป็นภูมิภาคก็เป็นได้

สุดท้าย งานของสมคิด แสงจันทร์ เสนอเรื่องราวของสื่อที่ไม่ได้เคลื่อนที่ แต่คนที่เคลื่อนย้ายอย่างแรงงานอพยพชาวไทยใหญ่จากประเทศพม่าที่อาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย แรงงานอพยพชาวไทยใหญ่สามารถใช้สื่อสมัยใหม่อย่าง facebook ในการสร้างเครือข่ายชุมชนบนโลกออนไลน์ได้ สมคิดเสนอว่า การเกิดขึ้น

ของ facebook ทำให้ชุมชนแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่ชุมชนเชิงกายภาพเช่น หมู่บ้าน หรือในแคมป์ก่อสร้าง ที่พร้อมจะถูกควบคุมด้วยอำนาจของชาติ แต่ facebook เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้แรงงานสามารถสร้างชุมชนเสมือนจริงขึ้นมาได้ผ่านการตั้งกลุ่มต่าง ๆ สมคิดใช้แนวคิดเรื่องสื่อกับการเป็นพื้นที่สาธารณะของ Habermas โดย Habermas มองว่าสื่อ เป็นส่วนหนึ่งของความเป็น “สาธารณะ” เพราะเปิดโอกาสให้สาธารณชนเข้ามาถกเถียงโดยเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ แม้ว่าช่วงหลังตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา Habermas จะมองว่าสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับการวิพากษ์วิจารณ์และสร้างความคิดเห็นสาธารณะอีกต่อไป สื่อกลายเป็นพื้นที่ของการโฆษณาและคนกลายเป็นผู้บริโภค แต่นับได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์อย่าง facebook ที่เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารหลายทาง ใครก็สามารถเข้ามาถกเถียงประเด็นสาธารณะนั้นได้ ช่วยลดระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารลง สามารถตอบโต้ของพื้นที่สาธารณะที่หายไปหลังยุคอุตสาหกรรมวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

งานของสมคิดเปิดพื้นที่ใหม่ ๆ ให้กับการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมซึ่งละเลยกลุ่มแรงงานอพยพมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังขยายประเด็นการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ให้กว้างไกลกว่าเรื่องของชุมชนเสมือนจริง ไปสู่มุมมองเรื่องบ้านของแรงงานอพยพบนโลกออนไลน์ รวมทั้งประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทใหญ่บนโลกออนไลน์ที่มีความแตกต่างหลากหลาย อาจไม่ใช่รากแก้วแต่เป็นรากฝอยที่พร้อมจะแตกหัก เพื่อรื้อข้ามพื้นที่และลากเส้นเขตแดนใหม่ เป็นอัตลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนการกำลังเป็น (becoming) อยู่ตลอดเวลา

การศึกษาเรื่องวัฒนธรรมสมัยนิยมครอบคลุมความหมายหลากหลาย และเกี่ยวข้องกับพรมแดนความรู้หลากหลายสาขา วารสารสังคมศาสตร์ฉบับนี้มุ่งหวังที่จะเปิดพรมแดนใหม่ ๆ ของการศึกษาวรรณกรรมสมัยนิยมอันเป็นสาขาที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อความเข้าใจสังคมอย่างมีพลวัต

บรรณานุกรม

- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเกอร์. 2539. *เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ*. เชียงใหม่: ซีลค์เวอร์มบุคส์.
- Amporn Jirattikorn. "Lukthung: Authenticity and Modernity in Thai Country Music," *Asian Music* 37(1): 24-50.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Bennett, Tony. 1980. "Popular Culture: A Teaching Object." *Screen Education* 34: 15-27.
- Cunningham, Stuart., Jacka Elizabeth and John Sinclair. (eds.) 1996. *New Patterns in Global Television: Peripheral Vision*. New York: Oxford University Press.
- Harrington, Lee and Denise Bielby. 2001. *Popular Culture: Production and Consumption* Malden: Blackwell Publishers.
- Pasuk Phongpaichit and Chris Baker. 1995. *Thailand: Economic and Politics*. New York: Oxford University Press.
- Pollard, Tom. 2011. *Hollywood 9/11: Superheroes, Supervillains, and Super Diasters*. New York: Routledge.
- Thussu, Daya Kishan. 2007. "Mapping Global Media Flow and Contra-Flow". In Daya Kishan Thussu (ed.), *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*, pp. 11-32. London and New York: Routledge.
- Sharpe, Jenny. 2005. "Gender, Nation, and Globalization in *Monsoon Wedding* and *Dilwale Dulhania Le Jayenge*," *Meridians* 6(1): 58-81.
- Stimati, Dominic. 2004. "The Frankfurt School and Cultural Industry". In *Introduction to Theories of Popular Culture*, pp. 46-62. New York: Routledge.
- Storey, John. 1993. *An Introduction Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Athens, Georgia: The University of Georgia Press.