

มายาคติว่าด้วย “การอ่าน” ในสังคมไทย

ปราบดา หยุ่น

คำว่า “การอ่าน” เมื่อถูกใช้อย่างไม่เจาะจง

บริบทให้ชัดเจน มักเป็นคำที่สร้างมโนภาพอันเป็นมายาคติ โดยเฉพาะเมื่อเป็นการพูดเชื่อมโยงกับคำว่า “สังคม”

“การอ่าน” มักถูกผูกเกี่ยวโดยปริยายกับการ “อ่านหนังสือวรรณกรรม” อาจเป็นเพราะกิจกรรมที่



© CHALIT SAPHAPHAK

เรียกว่าการอ่านมีจุดเริ่มต้นในลักษณะแนวตั้ง (จากบนลงล่าง) คือจากชนชั้นสูง แล้วจึงลงมาสู่ชนชั้นกลางเมื่อการพิมพ์กลายเป็นอุตสาหกรรมที่แพร่หลายและหนังสือมีราคาถูกลง ครั้งหนึ่งหนังสือเคยมีสถานะเป็นถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (เพราะเริ่มจากการทำคัมภีร์ทางศาสนา เป็นสมบัติของผู้มีอำนาจ) แต่เมื่อมันกลายเป็น “ความบันเทิง” สำหรับผู้มีอันจะกิน สถานะของหนังสือก็เปลี่ยนไป ในช่วงหนึ่งของประวัติศาสตร์คนอ่านหนังสือถูกตำหนิว่าใช้เวลาไปกับความเพ้อฝันไร้สาระ เช่นเดียวกับที่คนยุคสมัยใหม่ถูกตำหนิเมื่อดูทีวีหรือเล่นวิดีโอเกม ต่อมาเมื่อ “นักเขียน” มีสถานะเป็นปัญญาชนผู้ชี้แนะแนวคิดให้สังคม การอ่านหนังสือก็กลายเป็นกิจกรรมประเทืองปัญญา เป็นสิ่งที่ “คนมีคุณภาพ” พึงทำเป็นประจำ คนอ่านหนังสือเยาะแยะแปลว่าฉลาดหลักแหลม มีความรู้ความเข้าใจต่อโลกดีกว่าคนที่ไม่อ่านหนังสือ นี่เป็นมายาคติและวาทกรรมที่ยังคงอยู่จนถึงทุกวันนี้

ดังนั้น เมื่อมีการพูดถึง “การอ่าน” ความหมายของมันจึงไม่ได้ครอบคลุมถึงการอ่านทุกอย่าง แต่เป็นการอ่านหนังสือที่มีคุณค่า ถ้าอ่านทุกวัน อ่านตลอดเวลา แต่เป็นการอ่านหนังสือการ์ตูน การอ่านนิตยสาร

บันเทิง แม้แต่การอ่านไซยลมีเดียในยุคสมัยนี้ ก็ยังไม่นับว่าเป็นการอ่านที่แท้จริง แม้ว่าเนื้อหาอาจจะมีคุณประโยชน์ไม่ต่างจากการอ่านหนังสือเล่มหรือหนังสือวรรณกรรมก็ตาม

เมื่อคำจำกัดความของ “การอ่าน” เป็นเช่นนี้ ในประเทศที่การซื้อหนังสือเล่ม โดยเฉพาะหนังสือเล่มที่มีเนื้อหาเป็นวรรณกรรม ยังเป็นกิจกรรมของปัญญาชนและชนชั้นกลางขึ้นไปเป็นหลัก ความนิยมในการอ่านจึงดูเหมือนจะลดน้อยถอยลงเรื่อยๆ ตามยุคสมัยที่คนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสื่อสารและเสพข้อมูลอย่างแพร่หลายและกลายเป็นกระแสหลักอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ผู้คนแทบทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างง่ายดาย แม้ว่าในอินเทอร์เน็ตจะมี “หนังสือ” ให้อ่านมากมายมหาศาล และมีเว็บไซต์นำเสนอผลงานการเขียนในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีทั้งนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี ไม่ต่างจากการตีพิมพ์หนังสือเป็นเล่ม การอ่านทางอินเทอร์เน็ตก็ยังมีภาพของความเป็นกิจกรรม “ไม่จริงจัง” เท่ากับการอ่านหนังสือเล่มและหนังสือวรรณกรรม

คนไทยมักมีทัศนคติเหมารวมว่าสังคมไทยเป็นสังคมไม่นิยมการอ่าน แต่สิ่งที่สวนทางกับทัศนคตินี้คือจำนวนร้านหนังสือและสำนักพิมพ์ ซึ่งต้องถือว่ามีจำนวนไม่น้อยสำหรับประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่ยังยากจนและการซื้อหนังสือถือเป็นเรื่องฟุ่มเฟือย ในยุคสมัยก่อนที่ห้างสรรพสินค้าจะมีปริมาณมากเท่าในปัจจุบัน แทบทุกตลาดในประเทศจะมีแผงหนังสือขายหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การ์ตูน และนิตยสารประโลมโลก หลังจากนั้นเมื่อมีคนทำธุรกิจสำนักพิมพ์มากขึ้น เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น ก็มีร้านหนังสือที่เรียกกันว่า “สแตนดาร์ดอะโลน” เปิดกิจการมากมาย ส่วนใหญ่เป็นร้านของบริษัทที่มีสำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์เป็นของตัวเองด้วย เช่น ร้านนายอินทร์ของบริษัทอมรินทร์ ร้านซีเอ็ดของบริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น อย่างไรก็ตาม จำนวนร้านหนังสือและปริมาณหนังสือที่พิมพ์ออกมาในแต่ละปี ไม่ได้สอดคล้องกับทัศนคติที่ว่าคนไทยไม่อ่านหนังสือเท่าไรนัก



© CHALIT SAPHAPHAK

นับตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 21 ธุรกิจหนังสือถูก
ความนิยมในการใช้อินเทอร์เน็ตคุกคามอย่างมาก
โดยเฉพาะเมื่อมือถือสมาร์ทโฟนมีราคาถูกลงและ
แพร่หลายไปทั่วทุกชนชั้น ไม่ใช่เพราะผู้คนหันไป
“อ่าน” งานเขียนออนไลน์ แต่เพราะเวลาว่างของ

ผู้คนถูกอินเทอร์เน็ตแย่งไปจากกิจกรรมอื่นๆที่เคยเป็นที่นิยมในอดีต ไม่เพียงเฉพาะการอ่านหนังสือ อินเทอร์เน็ต
ทำให้คนเข้าโรงหนังน้อยลง ดูทีวีน้อยลง กระทั่งการไปเดินห้างเพื่อซื้อของก็น้อยลงเมื่อการชื้อขายออนไลน์ทำ
ได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยขึ้น (แต่การไปห้างเพื่อสังสรรค์และกินข้าวยังเป็นที่ยอดนิยมอยู่ ห้างสรรพสินค้าจึงยัง
ไม่ได้รับผลกระทบเสียทีเดียว) ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้ร้านหนังสือจำนวนมากต้องปิดตัวลง
โดยเฉพาะร้านลักษณะ “เซนสตรี” ที่เคยรุ่งเรืองในอดีต

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของ “ดิสรัปชัน” ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ กลับทำให้เกิดผลลัพธ์ที่
น่าสังเกตและศึกษาหลายอย่าง สิ่งหนึ่งที่เราเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมคือสิ่งที่เรียกว่า “วรรณกรรม” ไม่ได้รับ
ผลกระทบมากนัก จำนวนคนอ่านหนังสือวรรณกรรมที่ถูกจำกัดความว่าเป็น “วรรณกรรมจริงจัง” หรือ
“วรรณกรรมที่มีคุณค่าทางศิลปะ” รวมถึงวรรณกรรมประโลมโลกในรูปแบบต่างๆ ไม่ได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ
วรรณกรรม “จริงจัง” ในแทบทุกประเทศนั้นไม่ได้มีคนอ่านมากมายอยู่เป็นทุนเดิม เว้นแต่ในกรณีพิเศษที่นานๆ
จะเกิดขึ้นกับหนังสือบางเล่ม เช่นหนังสือได้รับรางวัลใหญ่อาจจะมียอดขายสูง หรือหนังสือที่ได้รับการพูดถึง
ปากต่อปากจนกลายเป็นหนังสือยอดนิยม แต่หากไม่มีกรณีพิเศษใดๆ หนังสือวรรณกรรม “จริงจัง” ส่วนใหญ่จะ
มีจำนวนคนอ่านไม่ถึงหลักหมื่น แม้แต่นักเขียนที่มีชื่อเสียงในหมวดนี้ ก็จะมียอดขายจำกัดอยู่ในหลักหมื่นต้นๆ
เท่านั้น (ซึ่งจะแปลว่า “ขายดี”) หมายความว่าโดยเฉลี่ยแล้ว งานวรรณกรรม “จริงจัง” ทั่วไปจะมียอดพิมพ์ใน

หลักพัน (นักเขียนใหม่หรือนักเขียนไม่มีชื่อเสียง อาจจะเริ่มด้วยยอดพิมพ์หลักร้อยด้วยซ้ำ) แม้ว่าวรรณกรรมลักษณะนี้คือสิ่งที่เชื่อกันว่า “ควรอ่าน” และเป็นความหมายที่แฝงอยู่ในการพูดถึง “การอ่าน” โดยทั่วไปก็ตาม

ในความเป็นจริง การอ่านงานวรรณกรรมจริงจัง วรรณกรรมเชิงศิลปะ วรรณกรรมคลาสสิก เป็นกิจกรรมของคนเฉพาะกลุ่มเสมอ แต่มีการสืบสานจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง ผ่านหลักสูตรการศึกษา สถาบันทางวัฒนธรรม ความเชื่อในมายาคติ (ว่าหนังสือเล่มไหน “ลึกซึ้ง” “ล้ำเลิศ” “สุดยอด” ฯลฯ) ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มปัญญาชนที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและความศรัทธาต่อสติปัญญาของศิลปิน ไม่ใช่คนทั่วไปในสังคม นั่นไม่ได้หมายความว่าคนในสังคมไม่อ่าน “หนังสือ” แต่คนส่วนใหญ่มักอ่านตามกระแสนิยมของยุคสมัย มากกว่าจะอ่านวรรณกรรมด้วยความต้องการเสพงานศิลปะชั้นสูง ดังนั้นหนังสือนิยายประโลมโลกจึงเป็นที่ต้องการอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่ว่าเนื้อหาที่นิยมจะต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา

นิยายรักสะท้อนชีวิตครอบครัวเป็นวรรณกรรมประโลมโลกที่ประสบความสำเร็จต่อเนื่องเป็นเวลานานในสังคมไทย โดยเฉพาะในยุคที่มีนิตยสารรองรับงานประเภทนี้ ซึ่งมักถูกเรียกว่า “นิตยสารผู้หญิง” หรือ “นิตยสารแม่บ้าน” นิยายในนิตยสารเหล่านี้ตีพิมพ์ในลักษณะเป็นตอนๆ (serial) และมักได้รับการซื้อลิขสิทธิ์ไปทำเป็นละครโทรทัศน์ ผลงานวรรณกรรมลักษณะนี้เคยมีคนอ่านติดตามอย่างเหนียวแน่นเป็นจำนวนมาก และเพราะนิตยสารประเภทนี้มักตีพิมพ์เดือนละสองครั้งเป็นอย่างต่ำ หมายความว่าคนไทยที่ “อ่านหนังสือ” ย่อมต้องมีไม่น้อยเช่นกัน ยังไม่นับว่าเมื่อตีพิมพ์ออกมาเป็นเล่ม หรือเมื่อได้ถูกแปลงเป็นละครโทรทัศน์แล้ว ก็ยังเป็นที่ยอมรับไม่แพ้กัน หากจะใช้คำว่า “นักเขียนวรรณกรรมมืออาชีพ” ที่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่ชื่อเสียงและรายได้ ก็เห็นจะมีแต่นักเขียนที่เขียนงานประเภทนี้เท่านั้น

“ดิสรพ์ชั่น” ที่เกิดขึ้นเพราะอินเทอร์เน็ตก็ไม่ละเว้นงานเขียนประโลมโลกในรูปแบบเดิม นิตยสารหลาย

ฉบับปิดตัวลง หรือพยายามปรับตัวด้วยการทำเป็นเว็บไซต์ตามยุคสมัย แต่ความนิยมก็ลดลงไปมากจนไม่อาจ

เทียบกับยุครุ่งเรืองของงานเขียนเหล่านั้น งานเขียนเชิงประโลมโลกที่

ยังคงทำรายได้ดีอยู่ในปัจจุบันกลับเป็นงานนิยายสำหรับวัยรุ่น โดย

เฉพาะงานประเภทที่เรียกกันว่า “นิยายวาย” นั่นคือนิยายเกี่ยวกับ

ความสัมพันธ์แบบชายรักชาย ซึ่งส่วนใหญ่เขียนโดยผู้หญิงและอ่านโดย

ผู้หญิง ข้อมูลนี้ยังสะท้อนด้วยว่านักอ่านและนักเขียนนิยายในประเทศไทย

ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง (หลายวัย) และเป็นเช่นนี้ต่อเนื่องมานานแล้ว

ในขณะที่หากเป็นงานประเภทอื่น เช่น การ์ตูน หนังสือพิมพ์ หนังสือธุรกิจ

หนังสือกีฬา คนอ่านมีแนวโน้มจะเป็นผู้ชาย นั่นหมายความว่าเมื่อพูดถึง “การอ่าน” ในรูปแบบที่เข้าใจกัน

ตามมายาคติ เพอร์เซนต์ของคนอ่านในสังคมไทยเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย



© CHALIT SAPHAPHAK

หากวัดจากความนิยมในการใช้อินเทอร์เน็ต และการส่งต่อข้อความต่างๆผ่านโซเชียลมีเดียและ

แอปพลิเคชันสื่อสารของคนในสังคมไทย ย่อมต้องยอมรับว่าคนไทย “อ่าน” เยอะอย่างเป็นกิจวัตรแน่นอน

นักเขียนบางคนที่มี “เพจ” หรือเว็บไซต์เป็นของตัวเอง และมีการเขียนสื่อสารกับคนอ่านอย่างสม่ำเสมอ หลาย

คนก็มีแฟนติดตามเป็นจำนวนมาก (มากกว่าจำนวนคนซื้อหนังสือของพวกเขาโดยไม่ต้องสงสัย) แต่เมื่อจำกัด

ความหมายของ “การอ่าน” แคบเข้ามาเป็นเพียงการอ่านหนังสือเล่มและหนังสือวรรณกรรมจริงจัง คงเป็นเรื่อง

ยากที่จะบอกว่าคนไทยมีพัฒนาการในเรื่องนี้ อาจสรุปได้คร่าวๆเพียงว่าจำนวนคนอ่านหนังสือวรรณกรรม

จริงจังยังคงทรงตัวอยู่ในปริมาณพอๆกับที่เป็นมาในอดีต (นั่นคือเมื่อหนังสือกลายเป็นสินค้าราคาค่อนข้างถูก

ช่วงต้นศตวรรษที่ 20) แต่เป็นการ “เปลี่ยนรุ่น” ของคนอ่านมากกว่าจะเป็นพัฒนาการของวัฒนธรรมการอ่าน

คนที่เคยให้เวลากับการอ่านหนังสือมาก ๆ ในช่วงวัยรุ่นหรือหนุ่มสาว เมื่ออายุมากขึ้นหรือมีภารกิจอื่นต้องทำก็จะเลิกอ่านไปเอง และมีรุ่นใหม่มาสานต่อ ในขณะที่งานเขียนประเภทอื่นจะมีคนอ่านมากน้อยเพียงใดมักมีปัจจัยอยู่ที่กระแสนิยมและการบอกต่อปากต่อปาก

เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งหมด อาจสรุปแยกแยะความน่าจะเป็นของพฤติกรรมการอ่านในสังคมไทยได้ว่า

1) คนไทย “อ่าน” เยอะและบ่อยกว่าที่เชื่อกัน แต่ “หนังสือ” หรือสิ่งที่อ่านไม่ได้อยู่ในประเภทวรรณกรรมหรือหนังสือที่มีสถานะสูงส่ง จึงมักไม่ถูกนับว่าเป็นการอ่านหนังสือ 2) คนไทยที่ซื้อและอ่านหนังสืออย่างจริงจังเป็นคนกลุ่มระดับชนชั้นกลางขึ้นไป และมีการผลัดเปลี่ยนของรุ่น

อย่างไรก็ตาม แม้แต่ในกลุ่มชนชั้นกลาง หนังสือก็ยังคงถูกมองว่าเป็นสินค้าราคาแพงเกินไป เป็นความฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็น (แต่การใช้จ่ายในการกินดื่มสังสรรค์ หรือการซื้อลอตเตอรี่ ซึ่งอาจจะคำนวณแล้วเป็นรายจ่ายใกล้เคียงกันกับการซื้อหนังสือ กลับไม่ถูกมองว่าราคาแพง) คนไทยจำนวนมากไม่มีความเข้าใจในระบบการผลิตหนังสือหรือราคาต้นทุนของการเขียนการพิมพ์ และมีทัศนคติว่าหนังสือควรมีราคาถูกมาก ๆ จึงจะเหมาะสม (มองแต่ในเชิงวัสดุ ว่าหนังสือเป็นเพียงกระดาษ) นอกจากนี้ วัฒนธรรมการอ่านในลักษณะเป็น “ส่วนหนึ่ง” ของชีวิตประจำวัน เช่น อ่านหนังสือก่อนนอน อ่านหนังสือขณะเดินทางโดยขนส่งสาธารณะ นำหนังสือไปอ่านระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือแม้แต่ขณะใช้เวลาพักผ่อนกิจกรรมอื่น ไม่ใช่วิถีของคนไทย ต่างจากที่เห็นเป็นปกติธรรมดาในบางวัฒนธรรม อย่างญี่ปุ่นหรือในสังคมยุโรป คำว่า “วัฒนธรรมการอ่าน” จึงไม่อาจเรียกว่าเข้มแข็งหรือมีพัฒนาการในสังคมไทยแต่อย่างใด แม้ว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์จะมีอยู่อย่างค่อนข้างเป็นกิจลักษณะและทำรายได้ค่อนข้างดีให้กับสำนักพิมพ์และโรงพิมพ์หลายแห่งก็ตาม

แทนที่จะยังคงยึดติดกับมายาคติของ “การอ่าน” สังคมไทยอาจควรขยายคำจำกัดความของการอ่านให้กว้างขึ้นตามยุคสมัยและตามความเป็นจริงของพฤติกรรมคน สิ่งที่จะทำให้การอ่านแข็งแกร่งในสังคมใดสังคมหนึ่ง ไม่ใช่การเติบโตของธุรกิจสิ่งพิมพ์ จำนวนนักเขียน หรือปริมาณหนังสือขายดี แต่คือความผูกพันในการอ่านของคนในสังคม ความต้องการอ่านอยู่เสมอ อ่านเพื่อรู้ เพื่อคิด เพื่อจินตนาการ เพื่อทบทวน เพื่อสำรวจตัวเอง เพื่อเข้าใจผู้อื่น เพื่อตั้งคำถามต่อความคิดและความเชื่อของมนุษย์ด้วยกัน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการมีชีวิต

หากคนไม่คิดว่า “การอ่าน” จะมีผลต่อชีวิตและมุมมองของพวกเขาได้ หนังสือก็จะเป็นเพียงวัตถุที่ราคาแพงเกินไปดังเช่นที่หลายคนคิดจริงๆ