

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในกระบวนการออกแบบสื่อมัลติมีเดียประกอบที่สำคัญคือ ข้อมูลเนื้อหา,ภาพ และเสียง องค์ประกอบทั้งสามสิ่งนี้จะถูกนำออกแบบสื่อจัดวาง เรียบเรียงและคัดเลือก โดยมีผลทำให้เกิดพื้นที่การนำเสนอ การเลือกเสนอสิ่งใดเป็นหลักและสิ่งใดเป็นรอง ทั้งนี้ในการเลือกสิ่งใดๆ มานำเสนอ จำเป็นต้องมีการสำรวจข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า สัมภาษณ์ พิสูจน์ หรือภาพที่เลือกใช้ก็ควรมีความเชื่อมโยงกับหรือเป็นผลผลิตของข้อมูลนั้นๆแต่ในขณะเดียวกันเราปฏิเสธกระบวนการนำเสนอสื่อที่ปราศจากทัศนคติของผู้ผลิตนั้นก็อาจเป็นไปได้ยาก สาเหตุเพราะในการเรียบเรียงของข้อมูลจำเป็นต้องใช้ภาษา วิธีการ และสุนทรียศาสตร์ของผู้ผลิตสื่อ แต่กระนั้นก็ตามผู้ผลิตสื่อก็ต้องอ้างอิงความเป็นกลางจากชุดข้อมูลมีใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด คือการเข้าไปสำรวจวัฒนธรรมหรือบริบทของชุดข้อมูล จนกลายเป็นสื่อที่มีการสื่อสารในรูปแบบวัฒนธรรมทางสายตา (Visual Culture) โดยผู้รับสารสามารถรับรู้ถึงประสบการณ์ และการถอดรหัสข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ผู้ทำงานวิจัยได้มีความสนใจในเรื่องการศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นภูมิลำเนาของตัวเอง และพื้นที่ที่น่าสนใจและมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี สถาปัตยกรรม และเป็นสถานที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ก็คือ ชุมชนกาดหลวง การเล็งเห็นความเชื่อมโยงและความจำเป็นในการจัดการข้อมูลของพื้นที่ชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะต่อยอดการพัฒนาหรือการใช้ประโยชน์พื้นที่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการมองเห็นถึงความสัมพันธ์ในชุมชน ทั้งระหว่างคนกับคนแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ และเงื่อนไขทางกฎหมาย (ทั้งเจ้าของพื้นที่ส่วนบุคคลหรือราชการ) การเข้าใจความสัมพันธ์เหล่านี้ก็น่าจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนดังกล่าว หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวเองก็ตาม ด้วยความสนใจดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาค้นคว้ารูปแบบของแผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรม(Cultural Community Mapping) ที่มีหลักการเพื่อสร้างไคอะแกรมข้อมูลของชุมชนที่อ้างอิงถึงวิถีชีวิตชุมชนให้มากที่สุด

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้ทำการวิจัยจึงได้มีความพยายามในการเข้าไปศึกษาข้อมูลของชุมชนตลาดเก่าแก่ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนในท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยว “กาตหลวง” ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ กาตวโรรส, กาตเจ๊กโอ้ว, กาตตันลำไย และกาตเทศบาลฯ เนื่องด้วยกาตหลวงเป็นตลาดเก่าแก่ที่มีคุณค่าและความหลากหลายทั้งทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และแสดงออกได้ถึงวิถีชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงชุดข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่มีข้อมูลเชื่อมโยงกับวิวัฒนาการความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นของผู้คน เช่น ชนชั้นเจ้านาย, พ่อค้าชาวไทย, พ่อค้าชาวต่างชาติ และชาวบ้านที่อาศัยอยู่ใน ระแวกชุมชนหรือชาวจีนและชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาค้าขายก็ดี ซึ่งจะเห็นได้ว่าในบริบทของชุมชนนั้นมีผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของตลาดมากมายหลายร้อยชีวิต ทั้งกลุ่มคนที่คุ้นเคยและนักท่องเที่ยว จนมองเห็นความหลากหลายวัฒนธรรมหรือการเป็นพหุวัฒนธรรม(Cultural plurism) รวมไปถึงพลวัตต่างๆที่เปลี่ยนแปลงตามสภาวะสมัยใหม่(Modernization)ของชุมชนไทย ทั้งนี้ชุดข้อมูลต่างๆเหล่านี้จะถูกนำมาถ่ายทอดตามหลักการทำงานของระบบสัญลักษณ์(Sign Representation) ในรูปแบบ “สร้างเป็นแผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรม (Community Cultural Mapping)” ซึ่งเป็นการเสนอภาพแทนเชิงสัญลักษณ์และหลักการแปลงชุดข้อมูลจากตัวบท(Text) แปลงเป็นการสร้างภาพข้อมูล(Data Visualization) โดยจำแนกกระบวนการตามวิธีวิทยาเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเชิงวัฒนธรรม(Cultural Resources)ได้มาซึ่งข้อมูลออกเป็นสองส่วนคือ (1) การเก็บข้อมูลทั่วไป(Resource Mapping) ได้แก่ ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์, รูปแบบวิถีชีวิต, รูปแบบร้านค้า, การใช้สอยพื้นที่, สถาปัตยกรรม, กิจกรรมและเทศกาลต่างๆของชุมชน (2) ข้อมูลเชิงอัตลักษณ์ เป็นข้อมูลเชิงนามธรรม อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อ จารีตประเพณี ซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์จากการและสำรวจข้อมูลทั่วไปและการหยิบยกแก่นแท้และความหมายของท้องถิ่นออกมา(Essence and meaning of local culture) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการถอดรหัสพันธุกรรมเรื่องราวทางวัฒนธรรม(The DNA of culture) นั้นเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อออกแบบแผนที่วัฒนธรรมชุมชนในเขตพื้นที่ภาคหลวง จังหวัดเชียงใหม่ให้แสดงถึงอัตลักษณ์ในด้านสังคมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ในความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคมสมัยใหม่(Modernization)

1.2.3 เพื่อสร้างความพึงพอใจที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากแผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรม (Cultural Community Mapping)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 กลุ่มผู้ใช้แผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรม(Cultural Community Mapping) รับรู้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ ในบริบทพื้นที่ เช่น ประวัติศาสตร์เรื่องราวความเป็นมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน และความเป็นไปในปัจจุบัน

1.3.2 เกิดการสร้างความหมายใหม่ของพื้นที่ชุมชน ผ่านทัศนคติของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน และผู้ที่เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเกิดจากการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันข้อมูลของชุมชน

1.3.3 เกิดมิติของการมองและการใช้ภาพสัญลักษณ์ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของพื้นที่ชุมชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้สอยพื้นที่จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 สามารถนำแบบแผนของแผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรม (Cultural Community Mapping) ดังกล่าวมาเป็นต้นแบบในการสร้างแผนที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นๆ ได้

1.4 นิยามศัพท์

1.4.1 วัฒนธรรมทางสายตา (Visual culture) หมายถึง การเข้าไปจ้องมอง สังเกตการณ์ และแม้แต่การปล่อยให้ภาพและเสียงผ่านโสตประสาท ภาพทางสายตาเหล่านี้ (Visual Word) ได้ทำให้เกิดการผลิตความหมายต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งได้บรรจุคุณค่าขององค์ความรู้ สุนทรียศาสตร์ รวมถึงทัศนคติทางตัวบุคคล เช่น ด้านเพศ ระดับชนชั้น และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งประกอบด้วยส่วนของการตีความปรากฏการณ์ทางสังคมด้วย

1.4.2 แผนที่เชิงวัฒนธรรม (Cultural mapping) หมายถึง เป็นแผนที่ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน ได้แก่ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ค่านิยมประเพณีและเศรษฐกิจ โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น (1)ข้อมูลเชิงรูปธรรม เช่น การบ่งบอกพิกัดพื้นที่ อาคารร้านค้า ถนน เป็นต้น (2)ข้อมูลเชิงนามธรรม เช่น ค่านิยมความเชื่อต่างๆของคนในชุมชน

1.4.3 กระบวนการสร้างสัญลักษณ์ (Sign Representation) หมายถึง การใช้ประโยชน์จากภาพเพื่อให้เกิดการให้ความหมายกับวัตถุ เกิดการเรียนรู้ จดจำ และระลึกถึงได้ ภาพแทนดังกล่าวจะถูกใช้ทั้งในรูปแบบของการให้สัญลักษณ์ โดยการสร้างสัญลักษณ์ประเภทต่างๆดังนี้ การใช้ภาพเหมือน(Similar), การใช้ภาพเพื่อยกตัวอย่าง(Example),การใช้ภาพแทน (Symbolic) และ การใช้สัญลักษณ์ที่เฉพาะเจาะจง(Arbitrary)

1.4.4 พหุวัฒนธรรม(Cultural purism) หมายถึงรัฐประเทศที่มีหลายวัฒนธรรม ประเทศที่เกิดขึ้นใหม่มักจะเป็นรัฐพหุวัฒนธรรม เพราะประเทศเหล่านี้เกิดขึ้นภายหลังการอพยพเคลื่อนย้ายของกลุ่มชาติพันธุ์

1.4.5 การเป็นสังคมสถานะสมัยใหม่ (Modernization) หมายถึง กระบวนการประวัติศาสตร์ นำพาสังคมจากสังคมธรรมเนียมประเพณี (Tradition) สู่วัฒนธรรมสมัยใหม่ ในสังคมสมัยใหม่แห่งอารยธรรมยุโรป-อเมริกัน ระบบคุณค่าและบทบาทแบบทางโลก (Secular) แบบปัจเจกชน (Individualistic) และแบบเป็นวิทยาศาสตร์ (Scientific) เป็นระบบที่ครอบงำอยู่เหนือระบบความเชื่อระบบอื่นของสังคม เกิดความเชื่อใหม่ๆตามสมัยนิยม เช่น การบริโภคสินค้าตามรูปแบบวัฒนธรรมตะวันตก เป็นต้น