

# **วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา**

**JSD Journal of Sociology and Development**

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2567

ISSN: 3027-7817 (Online)

**ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

## วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2567

“ความหลากหลายในโลกของการพัฒนา”

วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา เป็นวารสารราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม วารสารให้ความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมวิทยา (Sociology) มานุษยวิทยา (Anthropology) การวิจัยทางสังคม (Social Research) การจัดการทางสังคม (Social Management) การศึกษาเมือง (Urban Studies) การพัฒนาสังคม (Social Development) และสังคมศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งมีการใช้องค์ความรู้ทางด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาในการศึกษา

กองบรรณาธิการ ประกอบด้วย

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ปานสิริ พันธุ์สุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ มูลศิลป์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันนิกานต์ สุนทรสินภัย

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์

ศาสตราจารย์กิตติคุณ สุริชัย หวันแก้ว

ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ สันเดชาภิรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒินันท์ กันทะเตียน

รองศาสตราจารย์ ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง

รองศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ มะโนรมย์

รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกริช สังขมณี

รองศาสตราจารย์ ดร.หทัยรัตน์ มาประณีต

ดร.นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา คันธโชติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายชล ปัญญชิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์

อาจารย์ภูเบศ วณิชขานนท์

กองจัดการวารสาร

พิชญนิพัทธ์ วิชัยโน

บัณฑิต สำเร็จ

พีรวิญญู ทิงเหม

พิสูจน์อักษร

ภานรินทร์ แสงศรี น้ำเพชร

พรพิชชา พุ่มสุวรรณ

สุชาวดี ศรีมุข

กองบรรณาธิการวารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา

114 ซอยสุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

อีเมล swusd.journal@gmail.com

## สารบัญ

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| บทบรรณาธิการ                                                                  | 1  |
| บทเล่าเรื่อง:                                                                 |    |
| ก้าวข้ามความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ สู่เมืองสร้างสรรค์: เรื่องเล่าจากญี่ปุ่น   | 7  |
| พระสุธีรัตนบัณฑิต                                                             |    |
| บทความต้นฉบับ:                                                                |    |
| กรุงเทพฯ กับพหุความทันสมัย:                                                   | 15 |
| ประวัติศาสตร์เชิงวิวัฒนาการด้วยโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางของเมืองกรุงเทพฯ |    |
| วิสุทธิ เวชวราภรณ์                                                            |    |
| ไปให้ไกลกว่า “มหานครกรุงเทพฯ”:                                                | 36 |
| ปรัทัศน์ว่าด้วยนโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทย                             |    |
| พิชณันท์ วัชรโยน                                                              |    |
| การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT                                  | 60 |
| เดชินท์ คำเทศ, ประกายดาว ณ.สุข, วีรเศรษฐ รั้วทอง, และ กฤติยา คันทโชติ         |    |
| ARMY: อัตลักษณ์ พฤติกรรมกลุ่ม และพลวัตของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS            | 85 |
| ภานรินทร์ แสงศรี น้ำเพชร และ สายชล ปัญญชิต                                    |    |

ข้อเขียนทั้งหมดที่ปรากฏในวารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะหรือความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ หรือของคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้ประสงค์จะขอนำข้อความใดจากวารสารฉบับนี้ไปเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์



## บรรณาธิการแถลง



นับตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เริ่มพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับความตื่นตัวในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่จะก่อรูปการพัฒนาระดับภูมิภาคจนนำมาสู่ภูมิทัศน์ของการเคลื่อนย้ายอย่างหลากหลายทั้งที่เป็นภูมิทัศน์การเคลื่อนตัวของเทคโนโลยี (technoscape) การขยับขยายทางการเงิน (finanscapes) การไหลบ่าของสื่อ (mediascapes) การเคลื่อนไหวทางความคิด (ideoscape) และการเคลื่อนย้ายชาติพันธุ์ (ethnoscape) (Appadurai, 1990) โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาชุมชนเมือง (urban community) จากการเล็งเห็นว่าพื้นที่ของมหาวิทยาลัยตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองและใจกลางเมืองแห่งนี้จะกลายเป็นพื้นที่รองรับภูมิทัศน์ของการเคลื่อนย้ายต่าง ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จึงต้องการให้เกิดการเรียนรู้การสอนและการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนเมืองผ่านแว่นตาทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

เมื่อสถานการณ์การพัฒนาเริ่มเปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางฉากทัศน์การพัฒนาของประเทศไทยภายใต้โมเดล “ไทยแลนด์ 4.0” และช่องว่างของความเหลื่อมล้ำที่ถ่างออกอย่างรวดเร็ว ภาควิชาสังคมวิทยาได้มีการพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อนำความรู้ทางสังคมวิทยาประยุกต์ใช้ในการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาให้ครอบคลุมทุกมิติจึงขยายองค์ความรู้จากการพัฒนาชุมชนเมืองกลายเป็น “สังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา” (sociology for development) จนถึงปัจจุบัน

ผลผลิตทางวิชาการของคณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาส่วนใหญ่ก็มุ่งไปที่มิติของการพัฒนาและความสนใจทางวิชาการเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นศาสนากับการพัฒนาเมืองที่เน้นให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของผู้นำทางศาสนาต่าง ๆ โดยเฉพาะพระพุทธศาสนาที่ผนวกรวมความใส่ใจในการพัฒนาเข้ากับวิถีศาสนาเพื่อสังคม เช่น การพัฒนาสุขภาวะ การพัฒนาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (ชลวิทย์ เจียรจิตต์, 2560; 2565; ชลวิทย์ เจียรจิตต์, ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์, และ ธนิกานต์ สุธงส์นัย, 2565) การพัฒนาที่คำนึงถึงมิติเพศภาวะของสตรีในชุมชนเมือง การมีส่วนร่วมของสตรีในการพัฒนารวมไปถึงความรุนแรงภายในครัวเรือนที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม (หทัยรัตน์ มาประณีต, 2547; 2554) หรือความเป็นอยู่ที่ดีของครัวเรือนภายในชุมชนเมืองผ่านความมั่นคงทางสังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ (Pedersen & Punyopashtambha, 2017)

นอกจากนี้ยังมีการที่ใช้องค์ความรู้ทางพัฒนาเพื่อร่วมพัฒนาระดับฐานราก ดังเช่นการพัฒนาที่มีท้องถิ่นเป็นฐานจากความมั่งคั่งทางภูมิปัญญาท้องถิ่น (หทัยรัตน์ บุณโยปัทม์, 2561) การบ่มเพาะชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างรอบด้านและตอบโจทย์ความต้องการของพื้นที่ (ชลวิทย์ เจียรจิตต์, 2566) การใช้พื้นที่เมืองเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยเฉพาะการให้ความหมายเชิงเศรษฐกิจควบคู่กับวัฒนธรรมบนพื้นที่สาธารณะ (จารุวรรณ ขำเพชร, 2560; 2565) ในอีกมิติหนึ่งของการพัฒนาการฉายภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่อยู่อาศัยผ่านมิติของการมีสิทธิที่จะอยู่อาศัยในชุมชนเมืองอย่างมีคุณภาพก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาทางสังคมวิทยา (สายชล

ปัญญาชิต, 2565) รวมไปถึงการใช้มุมมองทางนโยบายสังคม (social policy) เพื่อการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นกับประชากรกลุ่มเฉพาะและปัญหาสังคม (ไพรัช บวรสมพงษ์, 2559) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในสถานการณ์ของความไม่แน่นอนทางสังคม (เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, และ ตลฤดี สุวรรณศิริ, 2565) นอกจากนี้ คณาจารย์ในภาควิชาได้มีการขยายขอบข่ายการทำความเข้าใจในการพัฒนาเมืองจากการถอดบทเรียนต้นแบบการพัฒนาจากต่างประเทศ เช่น เมืองนาอูยุฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น (สิริภา สงเคราะห์, 2552) หรือการเป็นผู้ประกอบการต่างชาติและการจัดการทางสังคมระดับจุลภาคของแรงงานทำงานบ้าน (domestic workers) ซึ่งแฝงด้วยมิติเศรษฐศาสตร์การมีชีวิตที่ดีของแรงงานข้ามชาติ (Kantachote, 2019; 2023)

เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ระหว่างสังคมวิทยากับการพัฒนาแพร่กระจายออกไปและช่วยขยายความเข้าใจต่อการพัฒนาทั้งเป็นไปเพื่อมีส่วนร่วมกับการพัฒนาและการวิพากษ์วิจารณ์การพัฒนาบนฐานทางวิชาการที่มีองค์ความรู้ทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาอยู่เบื้องหลัง จึงได้มีการพัฒนา “วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา” (Journal of Sociology and Development) ซึ่งมีฉบับนี้เป็นฉบับแรก โดยมุ่งหวังเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่องค์ความรู้สังคมวิทยา (sociology) มานุษยวิทยา (anthropology) การวิจัยทางสังคม (social research) การจัดการทางสังคม (social management) การศึกษาเมือง (urban studies) การพัฒนาสังคม (social development) และสังคมศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งใช้องค์ความรู้ทางด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาในการศึกษาการพัฒนา

อย่างไรก็ดี วารสารวิชาการฉบับแรกนี้มีชื่อเล่นคือ “ความหลากหลายในโลกของการพัฒนา” ในโลกใบนี้เองมีความหลากหลายของการให้ความหมายต่อการทำความเข้าใจการพัฒนา บทความตั้งต้นเป็นบทเล่าเรื่อง (storytelling) โดย พระสุธีรัตนบัณฑิต, รองศาสตราจารย์ ดร. ที่ได้บอกเล่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (creative city) ของประเทศญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์และขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมืองด้วยความคิดสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า

เมื่อกลับมาพิจารณาความหลากหลายในการพัฒนาเมือง วิสุทธิ์ เวชวรารณ์ ชี้ชวนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางของเมืองกรุงเทพฯ ด้วยการทำความเข้าใจผ่านประวัติศาสตร์เชิงวัตถุ (material history) ซึ่งสะท้อนความเป็นสมัยใหม่อย่างหลากหลายระดับและทบทวนให้เห็นว่าความเป็นสมัยใหม่ไม่เคยเป็นหนึ่งเดียวแต่เกิดจากการทบทวนของการจัดวางแผนการพัฒนาพื้นที่เมือง บทความดังกล่าวจะช่วยทำให้ผู้อ่านเห็นว่าการพัฒนาเมืองอย่างกรุงเทพฯ ดำรงอยู่อย่างสลับซับซ้อนและจำเป็นต้องพิจารณาให้ครบทุกมิติ

ต่อเนื่องจากการเดินทางของเมืองกรุงเทพฯ ที่ถูกจัดวางให้เข้าบริบทการพัฒนาแต่ละยุคสมัย พิษณิพัทธ์ วิชัยโน ฉายภาพการพัฒนาเมืองที่ร่วมสมัยกับบรรยากาศของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 ซึ่งมีการดึงเอานโยบายการพัฒนาเมืองมาใช้ในการหาเสียง โดยผู้เขียนได้ปริทัศน์นโยบายการพัฒนาของพรรคเพื่อไทยที่มีทั้งนโยบายที่เป็นทางตรง

และนโยบายที่ซ่อนอยู่ในนโยบายหลักอื่น ๆ และชวนให้ผู้อ่านจินตนาการการพัฒนาเมืองให้ไปไกลกว่า “มหานครกรุงเทพ” จากการทบทวนนโยบายของพรรคเพื่อไทยภายใต้การสนทนาร่วมกับความคิดทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเมือง

บทความอีกสองเรื่องถัดมาวาดภาพความสัมพันธ์ในโลกดิจิทัลด้วยการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (netnography) ผ่านกลุ่มแฟนคลับ (fanclubs) ที่เป็นผู้มีศักยภาพในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจดิจิทัล ในบทความของ เดชินท์ คำเทศ, ประกายดาว ณ.สุย, วีระเศรษฐ ธีรทอง, และ กฤติยา คันธโชติ เลือกละเอียดโยงบทบาแฟนคลับเข้ากับวิถีชีวิตประจำวันและพาผู้อ่านเข้าไปในโลกของการแฟนคลับ NCT ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของการเคลื่อนไหวอย่างไม่หยุดนิ่งในโลกแห่งนี้ เช่นเดียวกันกับบทความของ ภานรินทร์ แสงสี น้ำเพชร และ สายชล ปัญญชิต ที่ชวนให้เรารู้จักกับกลุ่มแฟนคลับ BTS ด้วยการแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของแฟนคลับที่ประกอบสร้างขึ้นด้วยการให้รหัสร่วมกับสัญลักษณ์ อีกทั้งยังสะท้อนภาพความเคลื่อนไหวของแฟนคลับในขณะที่ทั่วโลกหยุดชะงักด้วยการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่มีพื้นที่ออนไลน์เป็นสื่อกลางของปฏิบัติการขับเคลื่อนความเป็นแฟนคลับ

วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนาเล่มนี้ได้รวบรวม “ความหลากหลายในโลกของการพัฒนา” มาไว้เพื่อให้เห็นทิศทางของความสนใจในการพัฒนาและอยากชวนผู้อ่านทุกท่านได้คิดต่อยอดทางวิชาการอันเป็นเสน่ห์ของวงวิชาการให้ความรู้ต่าง ๆ ขยับขยายออกไปได้ ซึ่งจะเป็นการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าทางวิชาการได้ต่อไปอย่างยั่งยืน

ในฐานะบรรณาธิการ ขอขอบคุณกองบรรณาธิการ ผู้เขียน และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่มีส่วนขับเคลื่อนให้วารสารฉบับแรกเล่มนี้ได้เผยแพร่สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิตนักศึกษา และผู้ที่สนใจส่งบทความที่มีคุณค่าวิชาการเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในฉบับต่อ ๆ ไป

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์

บรรณาธิการ

## เอกสารอ้างอิง (References)

### ภาษาไทย

- จารุวรรณ ขำเพชร. (2560). พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(1), 42-50.
- จารุวรรณ ขำเพชร. (2565). การศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(7), 441-457.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์, ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์, และ ธนิกานต์ สุญสินภัย. (2565). สู้สังคมสุขภาวะ: การพัฒนาเครือข่ายสุขภาวะขององค์กรพระพุทธศาสนาจังหวัดนครนายกและสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 18(2), 132-156.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. (2560). *ศาสนากับการพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. (2565). สู้สังคมชาวนา: นวัตกรรมทางสังคมกับการเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุในสังคมไทย. *วารสารพัฒนาสังคม*, 24(1), 49-67.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. (2566). *ชุมชน 5.0* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นิติธรรมการพิมพ์.
- เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, และ ดลฤดี สุวรรณศิริ. (2565). การปรับตัวของผู้สูงอายุภายใต้สถานการณ์โควิด -19. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(3), 100-114.
- ไพรัช บวรสมพงษ์. (2559). การจัดการปัญหาการค้ามนุษย์ในรูปแบบการแสวงหาประโยชน์จากการขูดรีด. *วารสารกระบวนการยุติธรรม*, 9(3), 87-89.
- สายชล ปัญญชิต. (2565). การต่อรองและการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการที่อยู่อาศัยในชุมชนเมือง: มุมมองทางสังคมวิทยา. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(1), 65-80.
- สิริภา สงเคราะห์. (2552). แนวทางการพัฒนาเมืองอย่างบูรณาการ กรณีตัวอย่าง: เมืองน่าอยู่ภูเก็ต ประเทศญี่ปุ่น. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 12, 13-19.
- หทัยรัตน์ บุญโยปักษ์ภัก. (2561). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนา*. โครงการผลิตหนังสือและตำราคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- หทัยรัตน์ มาประณีต. (2547). การสร้างพลังอำนาจของสตรีในด้านเศรษฐกิจและการค้า: มุมมองของเครือข่ายผู้นำสตรีในกรอบเอเปค. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 13-19.
- หทัยรัตน์ มาประณีต. (2554). การศึกษาทัศนคติด้านความรุนแรงต่อสตรีของสตรีในชุมชนเมือง. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(6), 162-177.

### ภาษาอังกฤษ

- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7(1990), 295-310.
- Kantachote, K. (2019). Thai Business Owners in Spain and the Strategic Use of Their Foreignness. *Journal of Social Sciences, Srinakharinwirot University*, 22(2), 187-201.
- Kantachote, K. (2023). Micromanagement of foreign domestic workers in Singapore: The influence of state regulations and laws. *Heliyon*, 9(7), e17679.
- Pedersen, D. E. & Punyopashtambha, H. (2017). Strategies to Facilitate Work and Family Balance in the Nualjit Community of Bangkok. In: Tsai, MC., Chen, Wc. (eds) *Family, Work and Wellbeing in Asia. Quality of Life in Asia*, pp.193-209. Springer.





## ก้าวข้ามความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ สู่เมืองสร้างสรรค์: เรื่องเล่าจากญี่ปุ่น<sup>1</sup>

พระสุธีรัตนบัณฑิต\*

\*ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### Overcoming Poverty, Reducing Inequality towards a Creative City: Tales from Japan

Phrasuthirattanabundit\*

\*Department of Sociology and Development, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Article History: Received: April 20, 2023 / Revised: December 7, 2023 / Accepted: December 18, 2023

#### บทคัดย่อ

บทความเล่าเรื่องชิ้นนี้นำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองของญี่ปุ่นที่ดำเนินไปภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยพยายามก้าวข้ามความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งมีมิติที่มากกว่าการพัฒนาเมืองที่เป็นกายภาพ แต่ให้ความสนใจกับการลงทุนทางด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ หรือที่เรียกว่า “เมืองพัฒนาคน” อีกทั้งทรัพยากรมนุษย์ยังเชื่อมโยงไปกับทรัพยากรส่วนอื่น ๆ ภายในเมืองทั้งที่เป็นวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และความคิดสร้างสรรค์ โดยญี่ปุ่นเองเลือกใช้แนวคิด 3 F + CI ได้แก่ F1 Festival F2 Food F3 Fashion + Creative Economy and Innovation ข้าพเจ้าหวังว่าการเล่าเรื่องนี้ในครั้งนี้จะเป็ประโยชน์ไม่มากนักน้อยต่อผู้อ่านทุกคนและช่วยให้ท่านได้คิดต่อยอดเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองได้ต่อไป

**คำสำคัญ:** ความยากจน, ความเหลื่อมล้ำ, เมืองสร้างสรรค์, ประเทศญี่ปุ่น

<sup>1</sup> ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในบทความกองจัดการวารสารสังคมวิทยากับการพัฒนาได้ทำการขออนุญาตรวบรวมจากข้อความที่เผยแพร่ในช่องทางสื่อสารเฟซบุ๊ก ซึ่งมีประโยชน์ต่อการทบทวนสถานะของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จากต่างประเทศ ในบทความชิ้นนี้จึงไม่ได้เคร่งครัดในการอ้างอิงที่ถูกต้องตามหลักทางวิชาการแต่เน้นไปที่การเล่าเรื่องเป็นหลัก

### Abstract

This storytelling article presents about Japan's urban development undertaken under the Sustainable Development Strategy by trying to overcome poverty and reduce inequality by developing cities into creative cities. This is more than just physical urban development, but it focuses on potential human resource investments, also known as “human development cities”. Human resources are also linked to other resources within the city. Japan has chosen the 3 F + CI concepts: F1 Festival, F2 Food, F3 Fashion + Creative Economy and Innovation. I hope that this narrative will be more or less useful to all readers and help you think further about urban development.

**Keywords:** Poverty, Inequality, Creative City, Japan

### เมื่อข้าพเจ้าเดินทางไปญี่ปุ่น

ในปีนี้ 2566 ข้าพเจ้ามีโอกาสดำเนินการเดินทางไปญี่ปุ่นหลายรอบนับตั้งแต่การเดินทางเพื่อศึกษาวิถีเซน นำนิสิตสาขาพัฒนาสังคมไปศึกษาดูงาน ไปงานคณะสงฆ์ในฐานะที่ปรึกษาสมัชชาสงฆ์ไทยในญี่ปุ่น และงานอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุ ที่เจ้าพระคุณสมเด็จพระสังฆราชประทานให้วัดในประเทศญี่ปุ่น (รอบแรก มกราคม รอบสองมีนาคม - เมษายน รอบสาม พฤษภาคม รอบสี่ มิถุนายน)

ประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างญี่ปุ่น มีค่าครองชีพสูง บวกกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ญี่ปุ่นมีความยากลำบากในการพัฒนามากขึ้น ประกอบกับประเทศจีนที่พัฒนานวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด ทำให้ญี่ปุ่นต้องคิดหาหนทางในการพัฒนาประเทศ

สิ่งหนึ่งที่ญี่ปุ่นแก้ไข คือ การแก้ปัญหาความยากจน พบว่า มนุษย์กลุ่มหรือกลุ่มคนไร้บ้านมีจำนวนลดลง เหลือประมาณ 2-3 พันคนทั่วประเทศ (คนยากจนน้อยไม่ถึง 2 %) ในขณะที่บ้านเราคคนยากจนยังอยู่ที่ 10-12 % นี่สินคริวเรือนค่อนข้างสูงมาก (ติดหนี้เกือบทุกบ้าน) ดังนั้น เมื่อแก้ไข ปัญหาความเหลื่อมล้ำได้ ความยากจนก็ลดลง การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของญี่ปุ่นคือ

- 1) การปรับโครงสร้างทางกฎหมายที่ป้องกันการผูกขาดของกลุ่มทุนใหญ่
- 2) กระจายอำนาจให้ผู้ว่าราชการจังหวัด ดำเนินการพัฒนาเมืองของตนเอง (อาจจะเลือกตั้งก็ได้)
- 3) พัฒนาคนให้มีศักยภาพและการแข่งขันในระดับสูง (พัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ที่ดีมาก)

4) สร้างสรรค์เมืองให้น่าอยู่ ใช้แนวคิด “เมืองพัฒนาคน” (ข้อ 1-3 มีคนกล่าวกันมาก พรรคการเมืองบางก็เสนอความคิดแบบนี้ น่าสนับสนุน)

รอบนี้ ข้าพเจ้าคิดตามข้อ 4 คือ การพัฒนาเชิงพื้นที่ ตามแนวคิด “เมืองพัฒนาคน” หรือ เมืองเปลี่ยน ประเทศเปลี่ยน สิ่งที่ได้พบเมืองเล็กอย่างเช่น ฟุจิโนมิยะ (Fujinomiya) จังหวัดชิซุโอกะ (Shizuoka) ได้ยกระดับเมืองของตนเองสู่การสร้างสร้างสรรค์ นำทรัพยากรที่มีอยู่คือ เขตพื้นที่ภูเขา ฟุจิ และศาลเจ้า วัดวาอาราม หรือวิถีวัฒนธรรม มาสร้างสรรค์ จนกลายเป็นเมืองท่ามพลาต

ส่วนที่เมืองเซนได (Sendai) ยกระดับตนเองเป็น green city อย่างสมบูรณ์ ให้มีความรู้สึกแบบ Feel Green ไปตรงไหนมาไหน มีแต่ต้นไม้และความร่มรื่น สะอาด สดชื่น มีพื้นที่เรียนรู้ กลายเป็นที่มินต์เสน่ห์มากมาย สวยงาม

เมื่อแต่ละเมืองพัฒนาแล้ว คนในพื้นที่ก็พัฒนาตาม เพราะว่า ทุกคนจะตั้งใจ มีส่วนร่วมในการเริ่มต้นพัฒนาเมืองไปพร้อมกัน ทุกคนเห็นเป้าหมาย เห็นวิธีการพัฒนาเมือง (คล้าย ๆ บ้านเราสมัยก่อน จังหวัดไหนมีความพร้อมก็ยกระดับให้มีการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ตามมากรีฑาเหมือน เชียงใหม่ โคราซ) ต่อมาก็พัฒนาเมืองให้ดีขึ้น เมืองจะเติมเต็มความฝันของคนในพื้นที่ (คนเราก็มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับเมือง)

ดังนั้น มาร่วมสร้างเมืองให้ชีวิตชีวา ช่วยเหลือเกื้อกูล สร้างสรรค์ ร่วมกัน ให้เมืองพัฒนาคน พัฒนาการศึกษา และสร้างอาชีพ (แต่ว่า เราจะมีผู้ว่าที่มาจากคนในพื้นที่ก่อนหรือไม่)

### เมืองพัฒนาคน

การพัฒนาสร้างสรรค์เมืองโดยใช้แนวคิด “เมืองพัฒนาคน” มีจุดเริ่มจากการสำรวจทรัพยากรของเมืองใน 4 ด้าน คือ

1) ทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า แร่ธาตุ ทะเล ภูเขา น้ำตก ว่าเมืองหรือชุมชนเรามีอะไรที่จะนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์และคุณค่า สร้างให้เป็นพลังงาน สถานที่ท่องเที่ยว หรืออื่น ๆ โดยมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ดีที่สุด ไม่นำมาทำลาย พร้อมทั้งสร้างทดแทน และทำให้เกิดประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ เช่น นำมาเป็นเครื่องจักสาน บ้านเรือน หรือการประมง เพื่อให้ผู้คนดำรงอยู่อย่างสมดุล มีการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมอย่างดี

2) ทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญา นำภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัดวาอาราม ศาลเจ้า ภูมิปัญญาสมุนไพร การละเล่น ดนตรี ศิลปะ อาหาร นำมาสร้างสรรค์ เช่น นำการละเล่นพื้นบ้าน นิทาน ประวัติศาสตร์มาสร้างสรรค์ใหม่ เช่น การตบแต่งน้อยอิคคิวซัง เป็นต้น ส่งเสริมวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ให้กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมทั้งในระดับชาติและมรดกโลก สร้างจุดขายให้เป็น soft power จนเป็นที่มาของคำว่า วัฒนธรรมสร้างสรรค์ หรือ J-Pop ที่โด่งดังเมื่อ 30 กว่าปีที่ผ่าน จนหลาย ๆ ประเทศนำไปเป็นแบบ เช่น K-Pop ของเกาหลี เป็นต้น

3) ทรัพยากรมนุษย์ สำคัญที่สุด มุ่งสร้างคนให้มีพลังและความสามารถในการระดับสากล วางรากฐานการศึกษาให้ดีที่สุด ให้ความเสมอและเท่าเทียมทางการศึกษา บุคลากรที่มาเป็นครู อาจารย์ คือ คนที่เก่ง มีจิตวิญญาณแห่งความเป็นครู ชวนคิด ชวนฝัน ชวนสร้างสรรค์ ให้นักเรียน เกิดจินตนาการ ความรู้ และทักษะในระดับสูง ตั้งแนวคิดแบบเอเชียและยุโรปมาผสมผสานในการจัดการศึกษา ส่งเสริมทุกเมือง ทุกชุมชน ให้เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ สังเกตว่า แต่ละชุมชนจะมีข้อมูลในการให้ความรู้อย่างสร้างสรรค์

4) ทรัพยากรวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เมื่อผู้คนและเมืองเติบโตขึ้น สิ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ คือ “นวัตกรรม” ดังนั้น ทุกคน ทุกชุมชน ทุกบริษัท และทุกเมืองจะคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีสมดุลกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผลผลิตที่ญี่ปุ่นคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมหลังสงครามโลก ก็คือ นวัตกรรมที่ใช้เศรษฐกิจเป็นใหญ่ จึงเกิดการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่เราได้ใช้ อย่าง Toyota Honda Sony Isuzu Mitsubishi เป็นต้น

การสำรวจและนำทรัพยากรทั้ง 4 ประเภตมาสร้างสรรค์ดังกล่าว จึงเปลี่ยนแปลงญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศพัฒนาอย่างรวดเร็ว กลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่า จะมีอีกหลายประเทศเช่น จีน ที่สร้างสรรค์นวัตกรรม จนขึ้นมาแรงเบียดญี่ปุ่น แต่ญี่ปุ่นก็จะมีอะไรที่นำหน้าไปอีกแบบ

#### คำถาม

1) ท่านคิดว่า แนวคิด “เมืองพัฒนาคน” ของญี่ปุ่นจะสามารถ เปลี่ยนแปลงอย่างไร ในทศวรรษหน้า เพื่อหลักการแข่งขันของจีน เกาหลี สิงคโปร์ และหรือ ไทย ที่พร้อมจะสร้างสรรค์ขึ้นมา

2) ท่านจะสำรวจทรัพยากรในชุมชนของท่านและจะนำมาสู่การสร้างสรค์อย่างไร

### เริ่มสร้างสรรค์เมือง

แนวคิด “เมืองพัฒนาคน” ของญี่ปุ่น เมื่อสำรวจทรัพยากรของเมืองตามที่กล่าวแล้วก็เริ่มสร้างสรรค์เมือง ประกอบด้วย

1) พื้นของเก่าสู่ความใหม่ คือ นำทรัพยากรวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และนวัตกรรมเดิมของชุมชน มาสร้างสรรค์ใหม่ โดยเริ่มจากการสร้างพื้นที่ชุมชน เปิดโอกาสให้คนในเมือง และชุมชน มาออกแบบความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน เช่น จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ ตั้งพื้นที่เรียนรู้ของชุมชน พัฒนาสินค้าชุมชนใหม่ วางกลไกการตลาด อันเป็นที่มาของสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่มาจากเมืองโออิตะ และขยายไปทั่วโลก (ในข้อนี้เราจะพบว่า ทุกเมืองและเกือบทุกชุมชนในญี่ปุ่นมีพิพิธภัณฑ์ เพื่อรื้อฟื้นสร้างความภูมิใจและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและของเมือง) และนำอัตลักษณ์นั้น ๆ ไปขยายเป็นสินค้าและบริการ เช่น เมืองแห่งออนเซน เมืองศิลปะ เมืองประวัติศาสตร์ เมืองแห่งนวัตกรรม เมืองผลไม้ เป็นต้น (บ้านเราพื้นที่ชุมชนเรียกว่า ช่างฉลุ โสเภณี ศาลาประชาคม)

2) เติบโตเต็มความฝันและจินตนาการ เมื่อเปิดพื้นที่เรียนรู้ของชุมชนและได้อัตลักษณ์ของเมืองขึ้นมาแล้ว ก็เริ่มเสริมสร้างจินตนาการ ความฝัน โดยนำบทเรียนความสำเร็จและความล้มเหลวของเมืองอื่น ๆ มาวาดฝันว่า เมืองของเราจะไปทิศทางไหน สิ่งหนึ่งที่ญี่ปุ่นนำมาใช้ คือ ศิลปะ จะพบว่า ทุกเมืองมีพิพิธภัณฑ์ศิลปะ (art museum) มีงานศิลปะทุกหัวมุมถนน เพื่อสร้างความคาดหวังจินตนาการ การออกแบบเมือง การออกแบบผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงเทคโนโลยี ซึ่งประสบผลสำเร็จมาก เรื่องการจัดการขยะที่ทุกคนฝันว่า บ้านเราเป็นเมืองสะอาด พร้อมใช้สำหรับคนต่อไป (ห้องน้ำคนญี่ปุ่นจะสอนว่า เมื่อเราใช้เสร็จแล้ว ต้องทำให้สะอาด เพื่อคนอื่นที่จะมาใช้ต่อจากเรา เราต้องการความสะอาดฉันทใด คนอื่นก็อยากได้ความสะอาดฉันทนั้น) (ข้าพเจ้าเมื่อไปอยู่ญี่ปุ่นครั้งแรก จะถูกสอนตั้งแต่วันแรกว่า ต้องแยกขยะและทิ้งขยะตามวันเวลาที่เทศบาลเมืองกำหนด)

3) การสร้างและใช้ความรู้และนวัตกรรม ตามที่กล่าว ญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความรู้ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมมาก สังเกตจากรายการทีวีญี่ปุ่นที่จะให้คนมาเสนอความคิดสร้างสรรค์ ส่วนบริษัทก็ให้คนออกแบบความคิดและนำไปสร้างสรรค์นวัตกรรมของตนเอง บางบริษัทถึงขั้นบอกว่า 1 คน 1 นวัตกรรม ดังนั้น ทุกคนจึงคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม จาก “คน” สู่ “ชุมชน” จากชุมชนสู่ “องค์กร” และจากองค์กรสู่ “พื้นที่สาธารณะ”

ดังนั้น เราจะพบว่า ทุกเมืองในญี่ปุ่นมี 1) พิพิธภัณฑ์ที่แสดงถึงความภูมิใจและประวัติศาสตร์ คุณค่า และอัตลักษณ์ของเมือง 2) พิพิธภัณฑ์ศิลปะ และพื้นที่เรียนรู้ของเมือง เพื่อเติมเต็มความฝันและจินตนาการ และ 3) อุทยาน/ศูนย์พัฒนาวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (เช่น บริษัทโตโยต้า มีพิพิธภัณฑ์โตโยต้า)

การสร้างสรรคผลงานและกิจกรรมของพื้นที่เรียนรู้ทั้ง 3 แห่งก็โยงเข้ากับการศึกษาในระบบตั้งแต่ประถมศึกษา มัธยม และมหาวิทยาลัย เมื่อการเรียนรู้แบ่งบาน เมืองก็จะเป็นพื้นที่พัฒนาคน เราจึงได้เห็นการพัฒนาของญี่ปุ่นที่ออกมาใน 2 เรื่องใหญ่ ๆ คือ

1) นวัตกรรม เช่น รถไฟฟ้าความเร็วสูง รถยนต์ สินค้า/เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน)

2) วัฒนธรรมสร้างสรรค์ เช่น ศิลปะ อนิเมะ การ์ตูน ภาพยนตร์ เพลง โดเรมอน ชินจัง)

เมืองจึงกลายเป็นพื้นที่พัฒนาดน (ลองจินตนาการเล่น ๆ หากจันทบุรี เชียงราย หรือจังหวัดอื่น ๆ มีพิพิธภัณฑ์ มีศิลปะ มีพื้นที่สร้างความรู้และนวัตกรรมในทุกอำเภอ เด็ก เยาวชน ได้เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ใกล้บ้านตามที่เมืองเป็น เช่น จันทบุรีมีพื้นที่เรียนรู้เรื่องทุเรียน ผลไม้ การแปรรูป การส่งออกผลไม้ หรืออื่น ๆ จันทบุรีจะก้าวหน้าขนาดไหน) เพราะว่าบทสรุปของคนในแต่ละพื้นที่/แต่ละจังหวัดก็จะมีฐานอาชีพที่มาจากเมืองนั้น ๆ เป็นหลัก แล้วทำไมเราไม่สร้างสรรค์พื้นที่ตรงนั้นให้เติบโต มีพลัง และสร้างการเปลี่ยนแปลง

## การพัฒนาเมือง เพื่อให้เมืองพัฒนาคน

การพัฒนาเมือง เพื่อให้เมืองพัฒนาคน (เมืองพัฒนาคน คนพัฒนาเมือง) ตอนนี้ สังเกตว่า ญีปุ่นก็เลือกใช้แนวคิด 3 F + CI ซึ่งเมืองไทยก็เริ่มนำมาประยุกต์ใช้ คือ ( F1 Festival F2 Food F3 Fashion + Creative Economy and Innovation)

F1 Festival เทศกาล: เมืองแต่ละเมืองทั่วโลก รวมทั้งญีปุ่น และไทย ได้ใช้วัฒนธรรม ประเพณี งานกีฬา นันทนาการ มาสร้างให้เกิดเทศกาล หรือกิจกรรมการแสดงสินค้า วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เช่น เชียงใหม่ ต้นปีจะมีงานไม้ดอกไม้ประดับเชียงใหม่ งานสงกรานต์ งานประเพณี ยี่เป็ง และงานฤดูหนาวเชียงใหม่ รวมถึงงานประเพณี/เทศกาลของแต่ละอำเภอ ทำให้เชียงใหม่มีคน มาเที่ยว และเยี่ยมชมตลอดทั้งปี งานเทศกาลจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเมือง ญีปุ่นใช้งาน เทศกาลของเมืองเป็นจุดเปิดเมืองและพัฒนาาระบบคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เมืองเกิด การพัฒนาอย่างสร้างสรรค์

F2 Food อาหาร: เมืองไทยขึ้นชื่อว่า เป็นเจ้าของอาหารโลก ร้านอาหารในโลกที่มากที่สุด คือ ร้านอาหารจีน (รองรับคนจีน 1 พันกว่าล้านคน) รองลงมา คือร้านอาหารสไตล์ยุโรป อเมริกา (ราว 700 ล้านคน) และอันดับสาม คือ ร้านอาหารไทย (คนไทยมีเพียง 70 ล้าน) ดังนั้น การพัฒนา เมืองจึงนำอาหารการกินมาสร้างจุดแข็งให้เมือง อาหารเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเจริญด้านภูมิปัญญา และความมั่นคง ดังนั้น โลกจึงพัฒนาอาหาร และระบบนิเวศอาหาร เพื่อให้เมืองเกิดความมั่นคง และความท้าทายด้านภูมิปัญญา อันนำไปสู่รายได้ของคนในเมืองนั้น ๆ

F3 Fashion เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย: แฟชั่น คือ ระบบสร้างอารยธรรมของโลกยุคใหม่ สินค้าระดับโลก เช่น หลุยส์ วิตตอง ชาแนล อาดีดาส หรือ อื่น ๆ ที่เป็นแบรนด์ระดับโลก ล้วนมี รายได้มหาศาล แฟชั่น เสื้อผ้าท้องถิ่น มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากสังคมมากขึ้น ดังนั้น หลายเมืองจึง ให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผ่านเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เพื่อสร้างมูลค่า ให้กับสินค้าท้องถิ่น

Creative Economy เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองที่จะเติบโตได้ จะต้องมีการสร้างสรรค์ สร้างสรรค์ ไม่ว่า จะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ผู้คน สินค้าท้องถิ่น และกิจกรรมการเรียนรู้ ญีปุ่นจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองที่มีลักษณะของการสร้างสรรค์ การพัฒนาที่ยั่งยืนถูก นำมาใช้ในการพัฒนา และสร้างเอกลักษณ์ของเมือง เช่น เมืองศิลปะ เมืองประวัติศาสตร์ เมือง นวัตกรรม เมืองแห่งการเรียนรู้ เมืองสีเขียว เป็นต้น ทำให้ระบบเศรษฐกิจของเมืองหมุนเวียน

Innovation นวัตกรรม: เมืองที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมจะกลายเป็นเมืองที่มีรายได้ สูง เมืองใหญ่ในญีปุ่น เช่น นาโกย่า โอซาก้า หรือเมืองที่ติดฝั่งทะเลของจีน เช่น เซี่ยงไฮ้ เซินเจิ้น เมืองท่าแบบสิงคโปร์ ก็รุ่งเรือง โดยพัฒนาควบคู่กับระบบคมนาคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิด 3 F + CI เริ่มได้รับการยอมรับต่อการพัฒนาเมืองมากขึ้น เพราะว่า ลงไปสู่รายละเอียดของการพัฒนาสร้างสรรค์ในจุดเล็ก ๆ ได้ เช่น เราไปเที่ยวงานเชียงใหม่ ชิมอาหารเหนือ ใส่เสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ รวมถึงได้ของฝากที่มาจากนวัตกรรมของเชียงใหม่ ก็จะทำให้เชียงใหม่เติบโต และสร้างสรรค์ยิ่งขึ้นไป





## กรุงเทพฯ กับพหุความทันสมัย: ประวัติศาสตร์เชิงวัตถุว่าด้วยโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางของเมืองกรุงเทพฯ<sup>1</sup>

วิสุทธิ์ เวชวารภรณ์\*

\*นักวิจัยประจำศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), Email: whisut.v@sac.or.th

### Bangkok and Its Multiple Modernities: A Material History of Bangkok in Relation to Commuting Infrastructures

Whisut Vejvarabhorn\*

\*Researcher, Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization), Email: whisut.v@sac.or.th

Article History: Received: April 20, 2023 / Revised: December 7, 2023 / Accepted: December 18, 2023

#### บทคัดย่อ

บทความนี้สนทนากับแนวคิดกลุ่มหลังอาณานิคมผ่านการสำรวจพัฒนาการของกรุงเทพมหานครในมิติประวัติศาสตร์เชิงวัตถุของเมืองที่สัมพันธ์กับโครงสร้างพื้นฐานในการสัญจรและความเป็นสมัยใหม่ บทความเสนอว่า การมาถึงของความเป็นสมัยใหม่จากโลกตะวันตกในรูปของการพัฒนาเมือง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโลกทางวัตถุอันสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในการเดินทางของผู้คนในเมืองผ่านการพัฒนาพื้นที่ที่ทับซ้อน ทว่าในการพิจารณาความเป็นสมัยใหม่ที่เดินทางมาถึงนี้ ผู้เขียนเห็นว่ามีความจำเป็นต้องพิจารณาความเป็นสมัยใหม่ในระดับที่ซับซ้อนลงไปอีกว่า ความเป็นสมัยใหม่มีรูปร่างหน้าตาที่หลากหลายและแตกต่างกันตามแต่ยุคสมัยและบริบททางประวัติศาสตร์ การพิจารณาว่ากรุงเทพมหานครในปัจจุบันเป็นผลมาจากความเป็นสมัยใหม่แบบตะวันตกที่ได้รับมา มีหลายหน้า หลายชั้น ทับซ้อนกันไม่สนิท และมีคุณลักษณะขัดแย้งกันเอง อาจช่วยถอดบทเรียนเกี่ยวกับทิศทางในการพัฒนาเมืองแห่งนี้ได้ต่อไป

**คำสำคัญ:** กรุงเทพมหานคร, โครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทาง, ประวัติศาสตร์เชิงวัตถุ, ความเป็นสมัยใหม่, การพัฒนาเมือง

<sup>1</sup> บทความนี้เขียนจากเนื้อหาส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ดัน ดัน เมือง: วัฒนธรรมการเคลื่อนย้ายบนเส้นทางของรถเมล์สายหนึ่งในกรุงเทพมหานคร คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

### Abstract

Drawing on a survey of urban development in Bangkok, this article discussed postcolonialism by material history in relating to commuting infrastructures and modernity. The paper also argued that Western styled modernity as the urban development has brought about material transformation through a topographical palimpsest process to Bangkok. However, given multiple level at which modernity exists, the concept of modernity must be discussed with plural forms. In this sense, modernity being coalesced in Bangkok is multifaceted and different according to historical contexts and periods. Having considered that Bangkok is affected by multifaceted, multidimensional, non-overlapped and distinctly opposing modernities, a broader approach can be taken for future studies.

**Keywords:** Bangkok, Commuting Infrastructure, Material History, Modernities, Urban Development

### บทนำ

ในหนังสือ *Owners of the Map : Motorcycle Taxi Driver, Mobility, and Politics in Bangkok* (2018) คลอดิโอ โซปรานเซตติ (Claudio Sopranzetti) เปรียบเปรยรูปลักษณะอันยุ่งเหยิงของถนนหนทางและตรอกซอกซอยต่าง ๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครไว้ว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกับหมึกยักษ์ (octopus) หากมองลงมาจากฟากฟ้า จะพบว่าหมึกตัวดังกล่าวเต็มไปด้วยรอยแผลที่คดเคี้ยวและฉวัดเฉวี่ยง หนวดของมันยืดขยายออกไปจากลำตัวหนวดละทิศหนวดละทาง และหากเพ่งมองลงไปในระยะเอยียด หนวดเหล่านี้ของหมึกยักษ์จักปรากฏตัวเป็นแบบแผนของการแตกแขนงอันหึกงอ คับแคบ และสลับซับซ้อน นัยสำคัญของการอุปลักษณกรุงเทพมหานครเสมือนหมึกยักษ์เช่นนี้คือการเปรียบเปรยถนนหนทางต่าง ๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยเทียบเคียงกับหนวดของตัวหมึก ทว่าถนนเส้นน้อยใหญ่ที่เข้ามาบรรจบกันอย่างซับซ้อนราวกับเขาวงกตเช่นนี้กลับกลายเป็นสิ่งธรรมดาสามัญของคนเดินทางในกรุงเทพมหานคร โซปรานเซตติสรุปว่าภูมิลักษณะที่น่าขุ่นเคืองภายในกรุงเทพมหานครดังกล่าวนี้นี้ เผยให้เห็นถึงความพยายามอันมูทะลุ ที่การวางแผน

การบริหารจัดการ และการใช้อำนาจกำหนดการเติบโตของกรุงเทพมหานครเป็นไปอย่างซับซ้อน และปราศจากความแน่นอนในการพัฒนา (Sopranzetti, 2018, p.63)

จากข้อสังเกตของโซปรานเซตติ บทความนี้สำรวจพัฒนาการของกรุงเทพมหานครในมิติประวัติศาสตร์เชิงวัตถุ (material history) ของเมือง ผ่านรูปแบบการเดินทางที่สัมพันธ์กับความทันสมัย หรือก็คือการสร้างความเป็นสมัยใหม่ให้เกิดขึ้น บทความเสนอว่า การมาถึงของความเป็นสมัยใหม่ในรูปของการพัฒนาเมือง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวัตถุภาวะ (materiality) ของโครงสร้างพื้นฐานซึ่งสัมพันธ์กับรูปแบบเดินทางสัญจรของผู้คน การขยายตัวของเมือง ตลอดจนผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงเชิงวัตถุภาวะนั้นในกรุงเทพมหานคร สาระประการหนึ่งในบทความนี้ คือการชี้ให้เห็นรูปร่างหน้าตาที่หลากหลายของความเป็นสมัยใหม่ที่ได้รับมา ซึ่งไม่ได้ห่อหุ้มความคิดและวิถีปฏิบัติที่เป็นแบบเดียวกัน การมาถึงของความเป็นสมัยใหม่ที่แตกต่างกันในแต่ละบริบททางประวัติศาสตร์ชี้ให้เห็นว่า การทำให้ความเป็นสมัยใหม่ปรากฏขึ้นผ่านวัตถุภาวะของกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นโครงการแบบหนึ่ง ๆ โดยความต่อเนื่องของทิศทางที่ไม่คงเส้นคงวาของความเป็นสมัยใหม่ในโครงการเหล่านี้ ได้นำไปสู่การสร้างกรุงเทพมหานครที่โครงสร้างพื้นฐานและสภาพของเมืองตกอยู่ในสภาวะสับสนอลหม่านดังที่ปรากฏในปัจจุบัน

### ความเป็นสมัยใหม่ โครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาเมือง

โดยทั่วไป ความทันสมัยหรือความเป็นสมัยใหม่ (modernity) ถูกนิยามว่าเป็นยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ที่แยกออกจากยุคโบราณ หรือยุคก่อนสมัยใหม่ (premodernity) อย่างไรก็ดี การนิยามความเป็นสมัยใหม่แบบนี้เป็นการนิยามที่วางอยู่บนการเปลี่ยนแปลงในมิติเวลาซึ่งถือว่ายุคสมัยแต่ละยุคมีสาระภายในเป็นของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการเปลี่ยนผ่านจากการยึดถือจารีตประเพณี (tradition) และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ไปสู่การใช้เหตุผล (rationality) และวิถีชีวิตแบบใหม่ การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวนี้มักถูกพิจารณาในฐานะกระบวนการที่มุ่งเน้นวิถีความก้าวหน้า (progress) ของสังคม อันทำให้สังคมสมัยใหม่แตกต่างออกไปจากสังคมยุคโบราณ

กล่าวได้ว่าจุดเริ่มต้นของความเป็นสมัยใหม่เกิดขึ้นในทวีปยุโรปและแพร่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ความเป็นสมัยใหม่ที่แพร่กระจายออกไปจากทวีปยุโรป ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่นอกทวีปยุโรปอย่างกว้างขวางผ่านลัทธิอาณานิคม (colonialism) ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (capitalism) และการพัฒนาเมือง (urbanization) ให้เป็นแบบตะวันตก ความเป็นสมัยใหม่ที่แพร่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านกระบวนการเหล่านี้จึงมีลักษณะเป็นการถ่ายทอดความคิดเรื่องความก้าวหน้าที่มีต้นกำเนิดในทวีปยุโรปไปยังภูมิภาคอื่นของโลก อาจกล่าวได้ว่า การ

แพร่กระจายดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนสถานะของความเป็นสมัยใหม่จากยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ในทวีปยุโรปที่มีเนื้อหาสาระเป็นของตัวเอง ไปสู่ตัวแบบทางความคิดและแนวปฏิบัติว่าด้วยวิถีความก้าวหน้า ที่สังคมภายนอกทวีปยุโรปควรยึดถือเป็นหลักเกณฑ์ของการพัฒนา มโนภาพในเบื้องต้นของการพิจารณาความเป็นสมัยใหม่ดังกล่าวจึงปรากฏรูปลักษณะของความเป็นสมัยใหม่ที่เป็นสากล (universal modernity) ภายใต้ความฝันที่ความเป็นตะวันตกคือทุกสิ่ง (west-is-all dreams) จะถูกถ่ายทอดและเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของดินแดนต่าง ๆ โดยเฉพาะดินแดนในโลกตะวันออก

ในทางสังคมศาสตร์ โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในการพัฒนาเมือง ไม่ว่าจะเป็นถนน ทางเท้า และระบบคมนาคมแบบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความเป็นสมัยใหม่ เนื่องด้วยสิ่งเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นด้วยเป้าประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของผู้คนในรูปแบบการเดินทาง อันมีทิศทางที่ก้าวหน้าขึ้นไปเป็นลำดับ (Larkin, 2013, p.238) ทว่า ตลอดเวลาที่ผ่านมา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนอกโลกตะวันตกมักถูกพิจารณาโดยนักคิดกลุ่มหลังอาณานิคม (postcolonialism) เพื่อชี้ให้เห็นความหลากหลายของความเป็นสมัยใหม่ในโลกตะวันออก โดยเฉพาะในแง่ที่ความเป็นสมัยใหม่ในกลุ่มหลัง ก่อตัวขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมระหว่างประเทศ ตัวแบบของความก้าวหน้าจึงถูกปรับแต่งให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของภูมิภาค (ดู ธงชัย วินิจจะกุล, 2556; Chakrabarty, 2008; Solderstorm, 2013) ความเป็นสมัยใหม่ที่เป็นสากลอันเป็นต้นแบบของการพัฒนาจึงเป็นมโนภาพที่เพ้อฝันบนข้อโต้แย้งของนักคิดกลุ่มหลังอาณานิคม ด้วยเหตุนี้ นักคิดจำนวนหนึ่งจึงเสนอแนวคิดเรื่องความเป็นสมัยใหม่ที่หลากหลาย (multiple modernities) โดยอธิบายว่าความเป็นสมัยใหม่เป็นสิ่งที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ ทว่าความเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นท่ามกลางบริบททางประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม ความเป็นสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคมจึงมีหน้าตาที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้ความเป็นสมัยใหม่ต้องพิจารณาในรูปพหุพจน์ (ดู Arnason, 2002; Eisenstadt, 2005; Wagner, 2010; Fourie, 2012) ผู้เขียนเห็นด้วยกับข้อโต้แย้งนี้ที่พยายามชี้ให้เห็นหน้าตาที่หลากหลายของความเป็นสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเห็นว่ากรณีของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปเมื่อพิจารณาจากประวัติศาสตร์การพัฒนาเมือง โดยเฉพาะสภาพของเมืองที่สัมพันธ์กับโครงสร้างพื้นฐานและรูปแบบการเดินทางของผู้คน ตัวแบบทางความคิดว่าด้วยความก้าวหน้าของความเป็นสมัยใหม่จากโลกตะวันตกในกรณีนี้ ไม่ใช่การพิจารณาว่าความเป็นสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นเพียงหน้าตาแบบหนึ่งของความเป็นสมัยใหม่ที่หลากหลาย หากแต่ยังเป็นส่วนผสมของความเป็นสมัยใหม่ที่หลากหลายจากโลกภายนอกที่เข้ามามีอิทธิพลทับซ้อนกันเป็นชั้น ๆ

ในขณะที่เอ็ดเวิร์ด ฟาน รอย (Edward Van Roy) ศึกษาพัฒนาการของกรุงเทพมหานครยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ โดยชี้ให้เห็นว่าชาติพันธุ์กลุ่มน้อยต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการ

พัฒนาเมืองภายใต้ร่มเงาของชนชั้นนำสยาม (2017) การสำรวจพัฒนาการโครงสร้างพื้นฐานและสภาพเมืองของกรุงเทพมหานครในบทความนี้ พยายามแสดงให้เห็นสภาพเมืองของกรุงเทพมหานครท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านโครงสร้างพื้นฐานและรูปแบบการเดินทางของผู้คน ไม่ใช่แค่ยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ แต่ยังต่อเนื่องมาจนถึงสมัยปัจจุบันด้วย นอกจากนี้ เรื่องราวที่ไม่อาจปฏิเสธได้ในการสำรวจพัฒนาการดังกล่าว คือการที่ทิศทางของระบบขนส่งและสภาพของเมืองในกรุงเทพมหานครถูกพัฒนาและหนุนนำด้วยเกลียวคลื่นของความเป็นสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อระบบขนส่งของประเทศไทยทำงานภายใต้โครงสร้างพื้นฐานซึ่งมีพัฒนาการกระจายตัวออกจากศูนย์กลางอย่าง กรุงเทพมหานครเป็นสำคัญ เพื่อให้เห็นช่วงชั้นของพัฒนาการที่ความเป็นสมัยใหม่เข้ามามีอิทธิพลนี้ เราอาจจำแนกพัฒนาการของพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยสัมพันธ์กับความเปลี่ยนแปลงได้เป็น 4 สมัย ได้แก่ สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ สมัยรับอารยธรรมตะวันตก สมัยตื่นการขนส่ง และสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

### สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์

ต้นกำเนิดของเมืองศูนย์กลางการปกครองในปัจจุบันเริ่มต้นขึ้นบนพื้นที่ริมฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา กรอบเวลาของสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์นี้เริ่มนับตั้งแต่การก่อตั้งกรุงรัตนโกสินทร์โดยย้ายราชธานีจากกรุงธนบุรีมายังฝั่งพระนครใน พ.ศ. 2325 โดยในการสร้างพระนครขึ้นมาใหม่ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชจงใจให้ราชธานีของพระองค์มีรูปร่างใกล้เคียงกับบ้านเมืองในสมัยกรุงศรีอยุธยาเพื่อหวนรำลึกถึงความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรในอดีต อีกทั้งยังเป็นการอ้างความชอบธรรมให้กับอาณาจักรใหม่ได้โดยนัยหนึ่ง ภายหลังจากการปราบดาภิเษกสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีขึ้นเป็นพระมหากษัตริย์พระองค์ใหม่ไปพร้อม ๆ กับการถือกำเนิดขึ้นของพระราชอาณาจักรใหม่ของราชวงศ์จักรี เพื่อการหวนรำลึกและอ้างความชอบธรรมสืบเนื่องจากราชานีก่อนหน้า สภาพการวางผังเมืองในยุคสมัยนี้วางอยู่บนคติความเชื่อในจักรวาลทัศน์แบบพราหมณ์ มาร์ค แอสคิว (Marc Askew) อธิบายว่าการก่อตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ในฐานะราชธานีแห่งใหม่นี้สามารถทำความเข้าใจได้ในสองประเด็นสำคัญ นั่นคือเพื่อส่งเสริมอำนาจชอบธรรมตามโบราณราชประเพณีที่เมืองหลวงต้องแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์และโครงสร้างของอำนาจทางการเมืองของกษัตริย์ ในขณะที่อีกประเด็นหนึ่งคือการแสดงให้เห็นความประพุดติของเมืองหลวงในฐานะที่เป็นเมืองท่าการค้าระหว่างประเทศเช่นเดียวกับกรุงศรีอยุธยาในอดีต ทั้งนี้เพื่อให้เมืองแห่งนี้เป็นเมืองศูนย์กลางในการเก็บภาษีและส่วยต่าง ๆ ในภาคเกษตรกรรม ตลอดจนเป็นศูนย์รวมในการสะสมความมั่งคั่งทางการค้าให้กับกษัตริย์และขุนนาง อันมีชนชาติและศาสนาเป็นพื้นหลัง (2002, pp.15-16) ดังนั้นเอง การย้ายราชธานีจากกรุงธนบุรีที่มีอายุได้เพียง 15 ปีนับแต่กรุงศรีอยุธยาล่มสลายจากพื้นที่ฝั่งซ้าย ไปยังพื้นที่ฝั่งขวาและก่อตั้งเป็นกรุงรัตนโกสินทร์ จึงมีลักษณะเป็นการเติมเต็มเงื่อนไขของจักรวาลทัศน์ทางการเมืองแบบจารีตและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

ในขณะที่สภาพพื้นที่เมืองฝั่งขวาจำกัดอยู่แคภายในกำแพงเมืองซึ่งแบ่งออกเป็นสองชั้นคือ คลองคูเมือง และคลองรอบกรุง ตามอย่างผังเมืองกรุงศรีอยุธยาในอดีต พื้นที่ฝั่งธนบุรีเดิมจึงจัดเป็น พื้นที่นอกเมืองสำหรับการเรือกสวนไร่นา ซึ่งเป็นรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบเดียวกับฝั่งพระนครก่อนที่กรุงศรีอยุธยาจะล่มสลาย (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2555, หน้า 126) แต่ไม่ว่าความเป็นพื้นที่ในเมืองและนอกเมืองที่เพิ่งจะเกิดขึ้นนี้จะมีลักษณะอย่างไร โครงข่ายการคมนาคมในยุคแรกเริ่มของกรุงเทพมหานครในยุคนี้ถือได้ว่ามีลักษณะร่วมกัน นั่นคือมีการเชื่อมต่อกันของแม่น้ำลำคลองสายต่าง ๆ ซึ่งมีประโยชน์นอกเหนือไปจากการเป็นแหล่งน้ำสำหรับการเพาะปลูกในการทำเกษตรกรรมและเป็นเครื่องมือป้องกันพระนครในยามศึกสงครามแล้ว คลองต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยาและขยายขยายเชื่อมต่อไปยังคลองอื่น ๆ ยังถือเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำหลัก ๆ สำหรับการเดินทางสัญจรและการค้าขายอีกด้วย กล่าวได้ว่าในยุคนี้เอง แม่น้ำลำคลองมีสถานะเป็นโครงสร้างพื้นฐานและโครงข่ายการคมนาคมที่สำคัญ โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำสายหลัก และมีลำคลองที่เชื่อมต่อถึงกันเป็นเครือข่ายเข้าไปถึงคลองคูเมืองและคลองรอบกรุง

ด้วยเหตุที่การคมนาคมทางน้ำเป็นรูปแบบการเดินทางหลักของยุคสมัย แม่น้ำลำคลองต่าง ๆ จึงคับคั่งไปด้วยพาหนะอย่างเรือและแพสำหรับใช้ขนส่งผู้คนและสินค้า การขยายตัวของเครือข่ายแม่น้ำลำคลองส่วนใหญ่ถูกขุดขึ้นเป็นลำดับโดยแรงงานจีนตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช สิ่งปลูกสร้างถาวรส่วนใหญ่ในยุคนี้มีเพียงพระราชวังและวัดวาอารามเท่านั้น เนื่องจากประชาชนนิยมสร้างบ้านเรือนและแพไม้ไผ่ตามลำคลองสายเล็ก ๆ (นระคมนามูล, 2547; กรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์, 2559; ศรีศักร วัลลิโภดม, 2560) การคมนาคมทางบกจึงยังไม่เป็นที่นิยมจากความขาดแคลนถนนหนทางที่จะช่วยให้การเคลื่อนย้ายทางบกเป็นไปได้โดยสะดวกและปลอดภัย อีกทั้งรูปแบบการสัญจรทางบกในยุคสมัยนี้โดยทั่วไปมักเป็นการเดินด้วยเท้าและเกวียนซึ่งลากเทียมด้วยแรงงานสัตว์ เนื่องจากเส้นทางสัญจรทางบกมักเป็นถนนดินที่แคบและสันอันปราศจากการดูแลรักษาอย่างเหมาะสม และหากจะมีการสร้างถนนก็มักเป็นถนนที่กระจุกตัวอยู่ในเขตกำแพงส่วนพระนครชั้นในสำหรับดำเนินกิจการงานเมืองและสนองคติประเพณี มากกว่าที่จะใช้เป็นเส้นทางคมนาคมของผู้คนทั่วไป อาทิ ถนนวังหลวง ถนนวังหน้า ถนนท่าช้าง ถนนพระจันทร์ และถนนหลักเมือง (ณัฐฤดี ปรียานิตย์, 2560, 29-33) ดังนั้นเอง เครือข่ายแม่น้ำลำคลองที่แผ่กว้างสำหรับการสัญจรในยุคแรกจึงเอื้อต่อการเดินทางสัญจรทางน้ำ โดยถอดแบบมาจากวิถีชีวิตด้านการเดินทางและการก่อร่างพระนครตามอย่างอาณาจักรกรุงศรีอยุธยาในอดีต

### สมัยเริ่มรับอารยธรรมตะวันตก

ยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงอย่างไม่อาจหวนกลับเริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2394 อันกินเวลานับตั้งแต่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา ทั้งยังอาจกล่าวได้ว่าความเปลี่ยนแปลงในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อนี้มีความเข้มข้นยิ่งขึ้นในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระ

จอมจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ลักษณะสำคัญอันเป็นจุดร่วมของยุคสมัยในสองรัชกาลนี้ คือการเป็นยุคสมัยที่กรุงรัตนโกสินทร์ ในฐานะเมืองศูนย์กลางของราชอาณาจักรสยาม มีการติดต่อกับประเทศต่าง ๆ ในโลกตะวันตกอย่างไม่ขาดสาย อาทิ อังกฤษ และฝรั่งเศส อีกทั้งยังมีการรับวัฒนธรรมและมุ่งปรับปรุงประเทศให้ทันสมัยโดยมีความเจริญของประเทศตะวันตกที่เข้ามาติดต่อก่อนหน้านั้นเป็นมาตรฐาน รูปแบบการคมนาคมทางน้ำของผู้คนในยุคสมัยนี้เริ่มเปลี่ยนไปเมื่อมีการสร้างถนนที่ได้มาตรฐานแบบตะวันตกสายแรกจนแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2404 โดยมีจุดมุ่งหมายแต่แรกเริ่มคือเพื่อให้ชาวต่างประเทศใช้ขี่ม้าและนั่งรถม้าเพื่อตากอากาศ (ณัฐภูมิ ปริยวณิช, 2560, หน้า 38) ซื่ออย่างเป็นการของถนนแบบตะวันตกสายแรกในยุคนี้คือถนนเจริญกรุง โดยมีการสำรวจจริงวัดและเขียนแบบก่อสร้างโดยเฮนรี ออลาบาสเตอร์ (Henry Alabaster) วิศวกรชาวอังกฤษ ถนนเจริญกรุงนี้เชื่อมต่อกับถนนสนามไชยใกล้กับพระบรมมหาราชวัง วางแนวเลียบไปตามพื้นที่ริมฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ท้ายที่สุดถนนสายนี้ได้กลายเป็นที่ตั้งรกรากของพ่อค้าชาวตะวันตกและถือเป็นแหล่งธุรกิจที่มีผู้คนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยเป็นอันมาก การคมนาคมและกิจกรรมการค้าขายซึ่งเคยรุ่งเรืองตามเครือข่ายแม่น้ำลำคลองก็เริ่มขยายขยายขึ้นมาอยู่บนบกมากขึ้นเมื่อมีการสร้างถนนบำรุงเมืองและถนนเฟื่องนครซึ่งเป็นถนนแบบตะวันตกเช่นเดียวกันในเวลาถัดมา

ถนนแบบตะวันตกที่สร้างขึ้นในยุคสมัยนี้มีลักษณะเป็นถนนลาดผิวที่มีตัวแบบมาจากลักษณะของถนนในโลกตะวันตก อาจกล่าวได้ว่าสาระสำคัญของการจัดสร้างถนนลาดผิวเช่นนี้เป็นผลมาจากบริบทการขยายตัวของการล่าอาณานิคมซึ่งใช้แนวคิดเรื่องการแผ่ขยายอารยธรรม (civilization) เข้ามาเป็นข้ออ้าง เป็นเหตุให้การปรับปรุงบ้านเมืองหลายประการในยุคสมัยนี้เ็นรับอารยธรรมตะวันตกเข้ามาเป็นต้นแบบในการพัฒนา โดยเฉพาะในหมู่ชนชั้นนำสยาม อาจกล่าวได้ว่าภายในการปรับปรุงประเทศนี้ นัยหนึ่งเป็นไปเพื่อหักหลาบกับข้ออ้างที่ชาติตะวันตกใช้ในการเข้ายึดครองประเทศอาณานิคมต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาของชาวตะวันตกในพระราชอาณาจักร (Askew, 2002, p.31) การประดิษฐ์คำว่า ศรีวิไล ของชนชั้นนำสยามมาจากคำว่าอารยธรรม (civilization) ในภาษาอังกฤษในสมัยนี้โดยสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศไปสู่ความก้าวหน้า (progress) จากสภาพที่มีอยู่เดิม แสดงให้เห็นการยอมรับแนวคิดของนักมานุษยวิทยา ยุคแรกอย่างลิวอิส เฮนรี มอร์แกน (Lewis Henry Morgan) ที่จัดลำดับวัฒนธรรมตะวันตกอยู่ในระดับอารยธรรมบนจุดยอดของพีระมิด ซึ่งวัฒนธรรมของชาวสยามยังคงไล่ตามหลังอยู่เบื้องล่าง ตัวอย่างประการหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความคิดเช่นนี้คือการตั้งชื่อถนนแบบตะวันตกทั้งสามสายแรกดังกล่าวให้แสดงนัยถึงสิ่งที่เข้ามาสร้างความเจริญรุ่งเรืองและความทันสมัยให้กับบ้านเมือง นอกจากนี้ อีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นการรับอารยธรรมตะวันตกอย่างชัดเจนคือการจัดให้มีการสร้างถนนราชดำเนินตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใน พ.ศ. 2442 ผ่านการนำแบบถนนของเอลิเซ่ (Champs Elysees) ในกรุงปารีสของประเทศฝรั่งเศสมาใช้เป็น

ต้นแบบ ทว่าชื่อของถนนนั้นได้รับแรงบันดาลใจมาจากถนนควีนส์วอล์ค (Queen's Walk) ในกรุงลอนดอนของประเทศอังกฤษ ชาตรี ประกิตนทการ (2550) เห็นว่าความเป็นตะวันตกที่ก่อตัวขึ้นนี้ ได้ทำหน้าที่เสมือนเป็นฉากแสดงความสำเร็จของประเทศสยาม แก่สายตาชาวโลก

ถนนสายอื่น ๆ กว่า 120 สายที่ถูกสร้างขึ้นในยุคนี้มีลักษณะของการสร้างที่วางตัวตัดกันเป็นแนวตารางขยายตัวไปทางทิศตะวันออก อีกทั้งยังมีการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำลำคลองขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อเชื่อมต่อถนนแต่ละสายเข้าด้วยกัน (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2555, หน้า 156) การขยายตัวของถนนเหล่านี้ออกไปสู่ชนพระนครทางทิศตะวันออก ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของทางบก ชานพระนครจากเดิมที่เคยเป็นพื้นที่เรือกสวนไร่นา นานวันเข้าก็กลับกลายเป็นบ้านเรือนและร้านค้า จนกระทั่งทั้งสองฝั่งถนนกลายเป็นชุมชนไปในท้ายที่สุด (ณัฐวุฒิ ปรียวนิตย์, 2560, หน้า 61) สิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดถนนเป็นอย่างมากในยุคสมัยนี้คือการสร้างความเป็นตะวันตกให้ปรากฏขึ้นในพระราชอาณาจักร นอกจากการนำวิศวกรชาวต่างประเทศเข้ามาสร้างถนนอย่างในกรณีของการสร้างถนนเจริญกรุงแล้ว การวางผังเมืองและพัฒนาโครงข่ายถนนก็ได้มีการแต่งตั้งให้ชาวต่างประเทศอย่างเจมส์ แม็คคาร์ธี (James McCarthy) หรือพระวิภาควรรดล เข้ามาดำเนินการร่วมด้วย กรณีตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นความสำคัญของการทำให้ความเป็นตะวันตกปรากฏขึ้นในบ้านเมืองได้อย่างชัดเจนที่สุด เกิดขึ้นในนโยบายหลักเรื่องการตัดถนนผ่านอาคารสถานที่ที่สร้างอย่างมั่นคงแข็งแรงด้วยการก่ออิฐถือปูนซึ่งเจ้าของล้วนเป็นผู้มีฐานะ ของกรมหมื่นพิทยลาภพฤฒิธาดา เสนาบดีกระทรวงโยธาธิการ การตัดถนนให้เป็นโครงข่ายแบบตารางตามนโยบายนี้ทำให้มีถนนบางจุดคงอยู่ไม่เที่ยงตรง เพราะจำต้องแล่นไปตัดถนนผ่านบ้านเรือนของราษฎรที่ไม่ได้ก่ออิฐถือปูน ราษฎรจำนวนหนึ่งได้รับความเดือดร้อนเห็นว่านโยบายดังกล่าวไม่เป็นธรรม จึงทำจดหมายกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (หจจดหมายเหตุแห่งชาติ 2437ก) โดยกรมหมื่นพิทยลาภพฤฒิธาดาทรงชี้แจงว่า “ตึกนั้นมีความแข็งแรงทนทาน ไม่สามารถรื้อย้ายถ้าย้ายถอนไปได้ ถือเป็นเรื่องสำหรับแผ่นดินนานเท่านั้น เป็นสิ่งเชิดหน้าชูตา แสดงให้เห็นความเจริญของบ้านเมือง” (หจจดหมายเหตุแห่งชาติ 2437ข)

นอกเหนือไปจากภัยคุกคามทางการเมืองอย่างการแสวงหาอาณานิคมของชาติตะวันตกแล้ว การแผ่ขยายอิทธิพลของชาติเหล่านี้ผ่านการค้าเสรี (Free Trade) ก็เป็นอีกบริบทหนึ่งซึ่งรุกคืบเข้ามามีอิทธิพลต่ออาณาจักรสยามด้วย การตัดถนนเจริญกรุง บำรุงเมือง และเพ็ญนคร นอกเหนือไปจากเพื่อแสดงให้เห็นความก้าวหน้าของอาณาจักรสยามในขณะนั้นแล้ว ยังเกิดขึ้นจากผลผูกพันหลังการลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริง (Bowring Treaty) ซึ่งเนื้อความที่ปรากฏในสนธิสัญญาแสดงนัยว่า รัฐบาลสยามต้องอำนวยความสะดวกให้แก่ชาวตะวันตกในการเข้ามาค้าขายและลงทุนทำอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในอาณาจักรสยาม ผ่านการรับประกันสิทธิสภาพนอกอาณาเขต และการถือครองพื้นที่แถบชานพระนครของคนในปกครอง (The National Archives of United

Kingdom, 1855) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างการสร้างถนนแบบตะวันตกจึงเข้ามารองรับการทำธุรกิจค้าขายของชาวต่างชาติ ดังที่มีร้านค้าต่าง ๆ ของชาวตะวันตก รวมถึงของอินเดียและจีนซึ่งเป็นคนในบังคับของประเทศตะวันตกเหล่านั้น ปรากฏขึ้นเป็นจำนวนมากภายหลังจากที่มีการสร้างถนนเจริญกรุงเสร็จแล้ว การตัดถนนต่าง ๆ ในทางหนึ่ง แม้จะเกิดขึ้นภายใต้การแผ่ขยายของอิทธิพลทางเศรษฐกิจอย่างถนนทั้งสามสายในข้างต้น หรือในบางกรณีอาจเกิดขึ้นจากพระราชประสงค์ส่วนพระองค์ อย่างการสร้างถนนปทุมวันเพื่อเชื่อมพระบรมมหาราชวังผ่านถนนบำรุงเมืองไปยังวังสระปทุมในพื้นที่ขานพระนครเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ทว่าการใช้ประโยชน์ของถนนนั้นย่อมตกแก่การเดินทางสัญจรของส่วนรวม อีกทั้งยังมีส่วนเปิดพื้นที่ใหม่ ๆ ให้กับการพัฒนาเมืองที่ขยายขยายออกไปทางฝั่งตะวันออก

ด้วยความพร้อมของถนนที่เพิ่งจะก่อตัวขึ้น ระบบการคมนาคม โดยเฉพาะระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นการสัญจรทางบกแบบต่าง ๆ จึงได้เริ่มก่อตัวขึ้นในยุคสมัยนี้ ตั้งแต่รถม้าและรถคนลากสำหรับการสัญจรในเมือง ตลอดไปจนถึงรถรางและรถไฟซึ่งมีเส้นทางสัญจรกินพื้นที่ไปยังนอกพระนครและเขตมณฑลต่าง ๆ เมื่อสิ้นรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กล่าวได้ว่าพื้นที่กรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนรูปร่างจากยุคสมัยก่อนหน้าไปอย่างมาก นอกจากนี้การขยายตัวของถนนและสะพาน ตลอดจนเทคโนโลยีการคมนาคมขนส่งที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ ยังมีส่วนทำให้รูปแบบการสัญจรและการขนส่งสาธารณะเคลื่อนจากแม่น้ำลำคลองขึ้นมาอยู่บนบกอย่างมีนัยสำคัญในพื้นที่ฝั่งพระนคร

### สมัยต้นการขนส่ง

จนถึง พ.ศ. 2453 การพัฒนาพื้นที่กรุงเทพมหานครให้เป็นไปตามประเทศตะวันตกยังคงดำเนินต่อไป การพัฒนาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นมักเป็นการขยายโครงข่ายถนนออกไปสู่ขานพระนคร การสร้างโรงเรียน สถานที่ราชการ ย่านการค้า และสถาบันต่าง ๆ โดยสอดคล้องกับความเจริญของถนน ส่งผลให้การสัญจรทางน้ำลดบทบาทไปมาก ตัวชี้วัดที่ชัดเจนที่สุดในกรณีดังกล่าวคือการเกิดขึ้นของรถเมล์ใน พ.ศ. 2450 โดยพระยาภักตินรเศรษฐ หรือเลิศ เศรษฐบุตร นักธุรกิจนำเข้าสินค้าและบริการเรือโดยสารประจำทางหรือเรือเมล์ ซึ่งเห็นว่าการขนส่งด้วยรถรางที่รัฐบาลจัดไว้ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการเดินทางของผู้คน (รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์, 2559, หน้า 70) เขาจึงจัดให้มีรถเมล์รับจ้างขึ้นโดยใช้ม้าลากจูงตัวรถที่ทำด้วยไม้ส้อ เมื่อเวลาผ่านไป 6 ปี ธุรกิจการเดินรถที่ขยายตัวส่งผลให้เลิกเปลี่ยนจากการใช้รถม้าลากมาเป็นรถยนต์ซึ่งบรรทุกคนได้มากและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้วยความสะดวกรวดเร็วและขนส่งคนได้มาก สอดรับกับโครงข่ายถนนแบบตะวันตกที่แผ่กว้างไปพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการขนส่ง ส่งผลให้กิจการรถเมล์ขยายตัวและมีผู้ประกอบการเข้ามาอย่างมากถึง 24 ราย ในจำนวนผู้ประกอบการเหล่านี้ นอกจากจะเป็นการขยายตัวของกิจการ

รถเมล์โดยเอกชนที่เข้ามาแข่งขันกันแล้ว หน่วยงานราชการเองก็เข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันในกิจการรถเมล์โดยสารด้วยเช่นกัน

นอกจากกิจการรถเมล์ซึ่งเริ่มขึ้นโดยเลิศจแล้ว บริการขนส่งอีกแบบหนึ่งซึ่งเข้ามาตอบรับการขยายตัวของถนนและรูปแบบการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไป คือการเกิดขึ้นของรถยนต์รับจ้างส่วนบุคคลหรือที่นิยมเรียกกันทั่วไปในสมัยนั้นว่ารถโม่ โดยพระยาเทพหัสดิน หรือผาด เทพหัสดิน ณ อยุธยา ใน พ.ศ. 2466 ผาดเห็นว่าบริการขนส่งที่มีอยู่ไม่อาจให้ความสะดวกแก่ผู้โดยสารในกรุงเทพมหานครได้อย่างทั่วถึง เขาจึงก่อตั้งบริษัทและซื้อรถยนต์ให้ทหารอาสาในสงครามโลกครั้งที่สองวิ่งรับส่งผู้คนไปตามถนนสายต่าง ๆ เป็นอาชีพหลังปลดออกจากราชการ พนักงานขับรถจะมีเครื่องแบบเหมือน ๆ กันคือสวมเสื้อเชิ้ตทับด้วยเสื้อนอกและนุ่งกางเกงขายาวแบบตะวันตก รถแท็กซี่ในยุคเริ่มแรกมีเพียง 20 คัน โดยติดป้ายรับจ้างไว้ที่ด้านหน้าและด้านหลังของตัวรถ เหตุผลที่ชาวกรุงเทพเรียกบริการขนส่งนี้ว่ารถโม่เนื่องจากการคิดค่าโดยสารโม่ละ 15 สตางค์ เมื่อกิจการมีรายได้ดีและเป็นที่ยอมรับ จึงส่งผลให้หลายคนเอาเป็นแบบอย่างในการทำรายได้ ข้อเสนอแนะประการหนึ่งจากทั้งกรณีกิจการรถเมล์ของเลิศจและกิจการรถโม่ของผาดคือการที่ทั้งสองได้รับแรงบันดาลใจตั้งต้นมาจากโลกตะวันตก กล่าวคือเลิศจได้รับความคิดเรื่องรถเมล์มาจากการทำกิจการค้าขายกับประเทศสิงคโปร์ซึ่งในขณะนั้นเป็นดินแดนอาณานิคมของอังกฤษ ในขณะที่ผาดเองก็ได้เลียนแบบบริการรถโม่หลังจากนำกองทหารอาสาสมัครไปยังสมรภูมิตะวันตกฝรั่งเศสกับเยอรมนีในช่วงสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง

จะเห็นได้ว่ารูปแบบการให้บริการขนส่งที่เฟื่องฟูขึ้นมาในสมัยนี้ นอกจากจะเป็นไปด้วยโครงข่ายของถนนแบบตะวันตกที่แผ่กว้างแล้ว ตัวบริการที่เกิดขึ้นยังได้รับเอาแบบอย่างจากโลกตะวันตกด้วย เช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าระบบการคมนาคมทั้งถนนและการให้บริการขนส่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ขยายตัวออกไปพร้อมกับการพัฒนาเมืองในสมัยนี้ มีลักษณะของการรับเอาความคิดเรื่องความเป็นสมัยใหม่มาอย่างเต็มรูปแบบ โครงสร้างพื้นฐานอย่างถนนหนทาง บริการขนส่ง และรูปแบบของเมืองจึงมีความสอดคล้องกันก่อนที่จะถูกขีดเขียนด้วยความเป็นสมัยใหม่อีกแบบหนึ่งในสมัยถัดไป

### สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สองนับตั้งแต่ พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา เมื่อประเทศไทยตอบรับความช่วยเหลือจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาภายใต้ภารกิจโพ้นทะเลของสหรัฐ (United States Overseas Mission) เพื่อการจัดทำผังเมืองนครหลวงซึ่งเป็นโครงการ 30 ปี นั้นคือระหว่าง พ.ศ. 2503 จนถึง พ.ศ. 2533 ที่เรียกว่าผังนครหลวง 2533 (Great Bangkok Plan 2533) ผ่านทีมที่ปรึกษาชาวอเมริกันจากบริษัทลิทช์ฟิลด์ (Litchfield Whiting Bowne & Associates) โดยผังดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายในการกำกับทิศทางการเติบโตของเมืองในอีก 30 ปี (Askew, 2002, p.54)

กล่าวได้ว่าข้อเสนอของแผนการดังกล่าวนี้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก เพราะแนวคิดเรื่องเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยรถยนต์ (automobile city) ซึ่งกำลังแพร่หลายอยู่ในสหรัฐอเมริกาได้ถูกนำมาใช้กับพื้นที่กรุงเทพมหานครผ่านแผนการดังกล่าว ข้อเสนอแนะจากตัวแผนคือการสร้างทางหลวงกว่า 30 สายเพื่อให้เกิดโครงข่ายถนนวงแหวนและถนนรัศมีวงแหวนที่ครอบคลุมโครงข่ายแม่น้ำลำคลองที่มีอยู่แต่เดิม แม้ว่าแผนดังกล่าวจะไม่ได้ผ่านมติรัฐสภาและบังคับใช้อย่างเป็นทางการในรูปของพระราชบัญญัติการผังเมือง แต่คำแนะนำโดยส่วนใหญ่ภายในแผนก็ถูกนำไปปฏิบัติ เนื่องจากรัฐบาลไทยได้รับเงินช่วยเหลือจากสหรัฐอเมริกามาแล้ว กล่าวได้ว่าเหล่านี้เองเป็นผลมาจากวาทกรรมการพัฒนาในรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ซึ่งโอบรับอำนาจนำของสหรัฐอเมริกาหลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง ตลอดจนรับคำแนะนำขององค์กรโลกบาลอย่างธนาคารโลก (World Bank) ที่เสนอให้ประเทศไทยลงทุนและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่ดิน และโครงสร้างพื้นฐานภายใต้บริบทของการต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในขณะนั้น นโยบายสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในระยะแรกของยุคสมัยนี้ คือการเพิ่มจำนวนขึ้นของรถยนต์ส่วนบุคคลกว่าร้อยละ 650 เมื่อเทียบกับสมัยก่อนหน้า โดยร้อยละ 87 ในบรรดารถยนต์ส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้น เป็นรถยนต์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งสิ้น (Manop, 1973 cited in Askew, 2002)

อย่างไรก็ดี จากพื้นที่ถนนที่ขยายตัวมากขึ้น เส้นทางรถเมล์จึงยืดขยายและเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ในตัวเมืองได้มากขึ้นตามกัน ทว่าปัญหาเกิดขึ้นจากหากย่านใดเป็นชุมชนหรือพื้นที่ธุรกิจที่มีผู้คนเดินทางมาก สายรถเมล์ก็จะถูกลากเข้าไปหาโดยการกำหนดเส้นทางเองของผู้ประกอบการแต่ละราย ผลที่ตามมาคือกิจการรถเมล์มีเส้นทางการวิ่งที่รวมศูนย์โดยกระจุกตัวในย่านธุรกิจและชุมชนเพื่อเน้นผลกำไรเป็นหลัก การกำหนดเส้นทางกันเองของผู้ประกอบการเช่นนี้ส่งผลให้เกิดการให้บริการซ้ำซ้อน ไม่ทั่วถึง รวมไปถึงมาตรฐานการให้บริการตกต่ำลงเพราะผู้ประกอบการแต่ละรายต่างต้องแข่งขันกันเพื่อหากำไรให้ได้มากที่สุด จนกระทั่ง พ.ศ. 2518 หม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมทย์ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นได้แก้ปัญหาโดยรวบรวมกิจการรถเมล์ทั้งของทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าไว้ด้วยกันจนเกิดเป็นเป็นบริษัทรัฐวิสาหกิจที่ชื่อ บริษัทขนส่งมหานคร จำกัด ในสังกัดกระทรวงคมนาคม แต่ด้วยปัญหาทางข้อกฎหมายในขณะนั้น ต่อมาจึงมีการถ่ายโอนกิจการรถเมล์ทั้งหมดมาที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) ภายใต้การกำกับของรัฐบาลนับตั้งแต่ พ.ศ. 2519 เป็นต้นมา

ในขณะเดียวกันกับความเปลี่ยนแปลงการให้บริการรถเมล์โดยสารทางฝั่งตะวันออก ความเป็นเมืองของกรุงเทพมหานครก็เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ใน พ.ศ. 2514 พื้นที่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือจังหวัดธนบุรีในขณะนั้น ได้ถูกผนวกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานคร แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สามซึ่งประกาศใช้ในอีกหนึ่งปีถัดมาได้นำไปสู่การเร่งพัฒนาพื้นที่ฝั่งธนบุรีเพื่อลดความแตกต่างระหว่างนครหลวง เนื่องจากพื้นที่เมืองฝั่ง

พระนครหรือส่วนที่เป็นกรุงเทพมหานครเดิมซึ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขยายไปทางตะวันออกเรื่อยมา มีสภาพทิ้งห่างจากพื้นที่ฝั่งธนบุรีที่เป็นชุมชนชาวสวนอย่างชัดเจน ประกอบกับมีการอพยพของประชากรเข้ามาจากพื้นที่ชนบท เป็นผลให้เกิดภาวะขาดแคลนที่อยู่อาศัย สาธารณูปโภค และการจราจรติดขัด (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550) ถนนหนทางในพื้นที่ฝั่งธนบุรีจึงถูกสร้างอย่างเร่งรัดโดยเฉพาะถนนสายหลัก ในขณะที่ถนนสายรองลงไปถูกละเลยให้เป็นหน้าที่ของเอกชนและเจ้าของที่ดินสร้างขึ้นมาเองเพื่อเชื่อมโยงชุมชนและที่ดินของตนเข้ากับถนนใหญ่ เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชุมชนเกษตรกรรมล้วนแต่เป็นชุมชนที่มีอยู่ก่อนการมาถึงของถนน ถนนสายรองจึงถูกสร้างจากชุมชนเข้าไปหาถนนใหญ่ แทนที่จะเป็นการสร้างถนนใหญ่ก่อนแล้วค่อยมีการสร้างชุมชนตามถนนสายรองมาทีหลัง สภาพของถนนหนทางที่เกิดขึ้นในฝั่งธนบุรีจึงมีลักษณะคดเคี้ยวโดยลัดเลาะไปตามขอบที่ดินสำหรับการเกษตรกรรมดั้งเดิมก่อนที่จะเชื่อมต่อกับถนนสายหลัก สภาพของเมืองที่พัฒนาอย่างเร่งรัดในฝั่งธนบุรีจึงมีสภาพแตกต่างจากฝั่งพระนครอย่างสิ้นเชิง

ตัวอย่างความทรงจำในพื้นที่ฝั่งธนบุรีซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามกับฝั่งพระนครแสดงให้เห็นถึงช่องว่างของการพัฒนาที่แยกตัวออกไปเพียงเพราะอยู่กันคนละฟากฝั่งแม่น้ำสายเดียวกัน หากเทียบกับเมืองศูนย์กลางการปกครองที่โครงข่ายถนนค่อย ๆ ขยับขยายไปทางทิศตะวันออกแล้ว พื้นที่ฝั่งธนบุรีที่อยู่ทางทิศตะวันตกกลับมีประสบการณ์จากการพัฒนาแบบเดียวกันไม่มากเท่าใดนัก พื้นที่เขตตลิ่งชันใน พ.ศ. 2510 เป็นพื้นที่ซึ่งเต็มไปด้วยเรือกสวนและท้องร่องสำหรับการทำเกษตรกรรม ภาพดอกเยอบีราแบ่งบานที่ริมสวนผักและพืชล้มลุกของบิดายังคงประทับอยู่ในความทรงจำของประจักษ์ ลูกชาวสวนคนหนึ่งในพื้นที่เขตตลิ่งชัน ประจักษ์ในวัย 64 ปี เล่าว่าในขณะที่ตนเองอายุ 10 ปี การเดินทางสัญจรในพื้นที่ฝั่งธนบุรีอาศัยการเดินทางตามแม่น้ำลำคลองเป็นหลัก เนื่องจากขณะนั้นถนนหนทางสำหรับการสัญจรทางบกในจังหวัดธนบุรียังไม่ครอบคลุม การเดินทางส่วนใหญ่จึงเป็นการเดินทางด้วยเรือหางยาว อาคารบ้านเรือนต่าง ๆ จะมีหัวสะพานทำน้ำสำหรับโบกเรียกเรือหางยาวไม่ต่างไปจากการโบกเรียกรถเมล์ในฝั่งพระนคร ลำคลองที่เชื่อมโยงมาถึงทำนน้ำหน้าบ้านของประจักษ์เชื่อมโยงกับลำคลองอื่น ๆ อย่างเป็นโครงข่าย ครั้งหนึ่งเขาเคยโดยสารเรือหางยาวจากทำนน้ำหน้าบ้านไปได้ไกลถึงโรงพยาบาลศิริราชในเขตบางกอกน้อย สถานที่ราชการต่าง ๆ ก็สามารถเดินทางไปถึงได้ผ่านแม่น้ำลำคลองด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเขตตลิ่งชัน และสถานีตำรวจตลิ่งชัน จนกระทั่งมีการสร้างถนนบรมราชชนนีมาถึงเขตตลิ่งชันใน พ.ศ. 2520 จึงได้มีการสร้างถนนสายรองอย่างถนนฉิมพลีขึ้นมาเพื่อเชื่อมต่อชุมชนชาวสวนด้านในเข้ากับถนนใหญ่ วิธีการเดินทางทางบกของผู้คนเริ่มต้นผ่านการเกิดขึ้นของรถสองแถวมานับแต่นั้น ส่งผลให้สถานีตำรวจตลิ่งชันย้ายจากริมคลองชักพระมาอยู่ที่หัวถนนฉิมพลีติดกับถนนบรมราชชนนีอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

อีกตัวอย่างความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นผ่านการพัฒนาในฝั่งธนบุรีในทำนองเดียวกันนี้ ถูกบอกเล่าโดยเศรษฐีที่ดินในเขตบางแคอย่างเป๊ะเช่นเดียวกัน ในบ้านพักที่อยู่ในชุมชนแห่งหนึ่ง บริเวณถนนพุทธมณฑลสายสอง เศรษฐีที่ดินวัย 86 ปี เล่าภูมิหลังเกี่ยวกับพื้นที่แถบนี้ให้กับผู้เขียน ฟัง เรื่องราวเริ่มต้นขึ้นใน พ.ศ. 2504 ซึ่งราคาทองคำมีมูลค่าบาทละ 350 บาท แปลงในวัย 26 ปี ได้รับที่ดินมรดกแถบพุทธมณฑลสายสองปัจจุบันจำนวน 15 ไร่ โดยเขาซื้อที่ดินที่ติดกับที่ดินที่ได้รับมาเพิ่มอีก 15 ไร่ ในราคาตารางวาละ 10 บาท รวมแล้วตกไร่ละ 4,000 บาท การใช้ประโยชน์ที่ดินแถบนี้แต่เดิมเป็นที่นาสำหรับปลูกข้าว ก่อนที่เปลี่ยนเป็นสวนผักและสวนกล้วยไม้ใน พ.ศ. 2520 และ 2530 ตามลำดับ ถนนสำหรับการเดินทางสัญจรในพื้นที่แถบนี้และเป็นต้นเค้าให้กับถนนพุทธมณฑลสายสองในปัจจุบัน เป็นถนนดินที่ขุดด้วยแรงงานคนซึ่งเรียกว่าการแทงถนนมาตั้งแต่ พ.ศ. 2495 หากแต่ถนนดังกล่าวเป็นถนนที่ขุดเป็นช่วง ๆ ตัดกับลำคลอง ไม่ได้เป็นถนนที่มีความยาวต่อเนื่องอย่างที่เป็นอย่างในปัจจุบัน ทั้งนี้เป็นเพราะการเดินทางสัญจรในขณะนั้นนิยมใช้เรือเป็นพาหนะ ถนนเส้นยาวที่รถยนต์สามารถวิ่งได้ตลอดทางเริ่มมีขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2520 สอดคล้องกับการมาถึงของถนนเพชรเกษมและถนนบรมราชชนนี เช่นเดียวกับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่นาเดิมไปเป็นสวนผัก จนเมื่อการพัฒนาเข้ามาอย่างเต็มที่ในช่วง พ.ศ. 2535 แปลงขายที่ดินของเขาบางส่วนในแถบนี้ให้กับโครงการหมู่บ้านจัดสรร เรื่องของแปลงจบลงด้วยความเสียหายในฐานะเจ้าของที่ดิน ความเสียหายนี้ไม่ได้มาจากการขายที่ดินของตนออกไป แต่มาจากการที่เขาต้องยกที่ดินบางส่วนซึ่งทางการต้องเวนคืนเพื่อทำถนนส่วนรวมในสภาพขาดทุน กล่าวคือนอกจากราคาที่ดินที่ตรงกับส่วนที่ทางการเวนคืนจะถูกซื้อกลับไปในราคาเพียงไร่ละ 1,500 บาทแล้ว ถนนที่เป็นตรอกซอยขอย้อนเชื่อมชุมชนที่พักอาศัยเดิมที่เขาสร้างขึ้นมาเอง ยังถูกบีบให้ยอมลงมือสละให้เป็นของสาธารณประโยชน์ไป

ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงสภาพเมืองในยุคแรก ๆ จากเมืองที่ผู้คนเดินทางทางน้ำไปเป็นการเดินทางทางบก โดยเฉพาะรูปแบบและลักษณะการตัดถนนที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวแบบในโลกตะวันตกบริเวณทวีปยุโรปซึ่งเน้นการขนส่งสาธารณะ แต่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในระยะหลังด้วยแรงสนับสนุนจากมหาอำนาจใหม่ในโลกตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกาที่ส่งเสริมการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ได้นำไปสู่การขัดแย้งกันของรูปแบบเมืองที่ถูกวางอย่างหลวมช่อนยุคสมัยจินตภาพของผังเมืองที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอาจเปรียบได้กับการขีดเขียนสภาพของเมืองขึ้นมาใหม่บนกระดาษที่มีผังเมืองแบบเก่าถูกวาดอยู่ การวาดรูปแบบของเมืองครั้งนี้ไม่มีวิธีคิดในแง่ของการเดินทางสัญจรที่ขัดแย้งกับวิธีคิดแบบเดิมของผังเมืองแบบเก่าอย่างสิ้นเชิง จากการที่เนื้อหาในพระราชบัญญัติการวางผังเมือง พ.ศ. 2518 ไม่รัดกุม ส่งผลให้กฎหมายดังกล่าวไม่มีผลในทางปฏิบัติ ผลลัพธ์ประการสำคัญที่เกิดขึ้นจากการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการวางผังเมืองเช่นนี้ส่งผลให้เจ้าของที่ดินภาคเอกชนต่าง ๆ ตัดแบ่งที่ดินของตนเองออกเป็นชิ้นส่วนและสร้างถนนสายแคบ ๆ ขึ้นมาเพื่อเชื่อมโยงกับถนนใหญ่อย่างเป็นลำเป็นสัน ข้อเท็จจริงนี้ส่งผลให้โซปรานเซตติ

อธิบายว่าสภาพรถชกชอยนี้นำไปสู่การเกิดขึ้นของรูปแบบการขนส่งที่เรียกว่ารถจักรยานยนต์รับจ้าง (motorcycle taxi) ซึ่งตอบสนองต่อรูปแบบของเมืองที่เต็มไปด้วยถนนที่เล็กและคับแคบ ทว่ามุ่งเน้นขับเคลื่อนด้วยรถยนต์จนสภาพการจราจรเกิดการติดขัด นอกจากนี้ การกระจายตัวของถนนสายแคบ ๆ นี้ยังส่งผลให้พื้นผิวจราจรไม่เพียงพอต่อการสัญจรด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลโดยสะดวก ราบรื่น (Sopranzetti, 2018, p.61) สอดคล้องกับที่รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์ อธิบายว่ารถฟุ่มพวง หรือรถกับข้าว เป็นผลผลิตของเนื้อเมืองที่บ่งพร่องในเชิงผังเมือง ซึ่งพื้นที่อย่างตลาดสดและห้างสรรพสินค้าไม่ตอบสนองต่อความสะดวกและความต้องการของประชาชนที่อยู่ในชุมชน หมู่บ้านจัดสรร ตลอดจนตรอกซอยเล็ก (รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์, 2559, หน้า 83)

ด้วยความเจริญของสภาพเมืองและการเพิ่มจำนวนของประชากรอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลให้กรุงเทพมหานครขยายตัวไม่สอดคล้องกับการวางผังเมืองมากขึ้นทุกขณะ ปัญหาเรื่องการสัญจรในกรุงเทพมหานครที่มีปัญหาติดขัดขึ้นเรื่อย ๆ ได้นำไปสู่การวางแผนเรื่องระบบขนส่งสาธารณะแบบใหม่เพื่อแก้ปัญหาการจราจร โดยหน่วยวิเคราะห์ทางวิศวกรรมของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย (2518) เห็นว่า หากปล่อยให้การจราจรมีความคับคั่งต่อไป การเดินทางในกรุงเทพมหานครอาจเป็นอัมพาตได้ในที่สุด ข้อเสนอประการหนึ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นมาคือการจัดให้มีบริการขนส่งมวลชนสาธารณะที่เรียกว่ารถรางไฟฟ้าชนิดเบา (light rail transit) และรถรางไฟฟ้าชนิดหนัก (heavy rail transit) ให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มทางเลือกในการเดินทางและลดการใช้พื้นที่จราจรบนท้องถนนสำหรับยานพาหนะต่าง ๆ ตามอย่างที่เคยมีในสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และฝรั่งเศส สอดคล้องกับคณะกรรมการคมนาคมของวุฒิสภา (2541) ในอีก 23 ปีถัดมาที่เห็นพ้องว่าการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนสาธารณะดังกล่าวจะส่งผลดีต่อการแก้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร โครงข่ายรถไฟฟ้าของบริษัทรถไฟฟ้าจำกัด ซึ่งเริ่มเปิดใช้งานใน พ.ศ. 2542 และโครงการรถไฟฟ้ามหานครหรือรถไฟฟ้าใต้ดินขององค์การรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งเริ่มเปิดใช้งานใน พ.ศ. 2547 จึงกลายเป็นความก้าวหน้าครั้งใหม่จากโลกตะวันตกที่ถูกนำเข้ามายังกรุงเทพมหานครในฐานะระบบขนส่งมวลชนหลัก พร้อมกับความคาดหวังที่จะช่วยแก้ปัญหาการจราจรบนพื้นผิวดินในปัจจุบัน

### ความทันสมัยในการผังเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน

ในเบื้องต้น กล่าวได้ว่าพัฒนาการของสภาพเมืองย่อมขึ้นอยู่กับการวางผังเมืองซึ่งจะกำกับว่ารูปร่างหน้าตาของกรุงเทพมหานครจะมีลักษณะอย่างไร ปานปั้น รองหานาม (2558) ชี้ให้เห็นการเปลี่ยนผ่านของวิธีคิดและการกระจายอำนาจในการวางผังเมืองได้อย่างน่าสนใจ สอดคล้องกับสาระที่ได้อภิปรายมาแล้วในข้างต้น จะพบว่าการวางผังเมืองในยุคแรกของกรุงเทพมหานครถูกกำกับด้วยแนวคิดเชิงศาสนาและจารีตประเพณีเพื่อเสริมอำนาจชอบธรรมของกษัตริย์ จนกระทั่งความเป็น

สมัยใหม่จากโลกตะวันตกเคลื่อนมาถึงผ่านการล่าอาณานิคมและระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม แม้ว่า การกำหนดรูปร่างหน้าตาของเมืองจะยังคงเป็นอำนาจของกษัตริย์และชนชั้นนำของสยาม แต่ แนวคิดในการวางผังเมืองได้เปลี่ยนไปจากเดิม การเสด็จประพาสทวีปยุโรปและประเทศอาณานิคม ของพระจุลจอมเกล้าได้นำไปสู่การนำสภาพบ้านเมืองที่ทรงพบเห็น มาใช้เป็นตัวแบบในการวางผัง เมืองของกรุงเทพมหานครที่ศรีวิไล ทั้งยังมีการนำนายช่างชาวตะวันตกจำนวนหนึ่งเข้ามาช่วยกำกับ ดูแลสำหรับการสร้างความเป็นตะวันตกที่ถูกต้อง ไม่ใช่ความเป็นตะวันตกในแบบที่ชาวสยามเข้าใจ (ชาติรี ประภิตนทการ, 2550) จนกระทั่งหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองใน พ.ศ. 2475 อำนาจใน การจัดทำผังเมืองได้เปลี่ยนผ่านไปสู่รัฐบาลพลเรือนและในที่สุดก็ได้กระจายไปสู่การมีส่วนร่วมของ สถาปนิกและประชาชน พัฒนาการของสภาพเมืองกรุงเทพมหานครเมื่อมองผ่านการผังเมืองดังกล่าว มาถึงจึงสัมพันธ์กับการเปลี่ยนผ่านจากสภาวะแบบก่อนสมัยใหม่ไปสู่สภาวะแบบสมัยใหม่อย่างแนบ แน่น ความทันสมัยถือกำเนิดขึ้นในการเปลี่ยนผ่านที่ความคิดแบบตะวันตกถูกนำเข้ามาใช้เป็น ต้นแบบในการพัฒนาเมือง

หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางในพัฒนาการของพื้นที่กรุงเทพมหานคร นับตั้งแต่แรกเริ่ม อาจกล่าวได้ว่ารูปแบบของเมืองสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และโครงสร้างพื้นฐานที่ คอยเอื้ออำนวยให้ผู้คนสามารถเคลื่อนย้ายผ่านไปได้อย่างแนบแน่น การเดินทางสัญจรทางน้ำผ่าน โครงข่ายแม่น้ำลำคลองเริ่มเปลี่ยนรูปโฉมไปทีละน้อยเมื่อมีโครงสร้างพื้นฐานแบบใหม่อย่างโครงข่าย ถนนหนทางถูกสร้างขึ้นในพื้นที่เมืองตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ถนนจะเป็นเส้นทางการสัญจรทางบก ที่มีอยู่ก่อนแล้วในสมัยแรก ๆ แต่สภาพของถนนที่เป็นถนนดินและส่วนใหญ่มีการจำกัดการใช้งาน เฉพาะในพิธีการและงานราชการภายในกำแพงเมืองทำให้การสัญจรทางบกไม่เป็นที่นิยม รูปแบบ ของถนนที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางอย่างแท้จริงจึงเป็นถนนแบบผิวลาดซึ่งมีตัวแบบมา จากโลกตะวันตก การขยายตัวของโครงข่ายถนนที่แผ่กว้างออกไปแสดงให้เห็นถึงการรับอารยธรรม ตะวันตกเข้ามาในฐานะสิ่งที่สร้างความทันสมัยให้กับบ้านเมือง เจริญกรุง บำรุงเมือง และเพื่อนนคร เป็นตัวอย่างของชื่อถนนผิวลาดสายแรก ๆ ที่แสดงให้เห็นทัศนียภาพดังกล่าว อีกทั้งยังเปลี่ยนแปลง รูปแบบการตั้งถิ่นฐานและชุมชนการค้าจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญ โดยหากพิจารณาผ่านกรอบการ วิเคราะห์ของฮาร์วีย์และน็อกซ์ (Harvey & Knox, 2015) ที่ว่า ในโลกสมัยใหม่ มนต์สะกดของจารีต ประเพณีได้เปลี่ยนรูปไปสู่พันธสัญญาและจินตภาพของความก้าวหน้าที่ผู้คนสามารถรู้สึกถึงได้ผ่าน วัตถุภาวะของโครงสร้างพื้นฐาน ในบริบทดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการ เดินทางเหล่านี้เป็นผลมาจากมนต์สะกดของความเป็นสมัยใหม่ ที่โครงสร้างพื้นฐานยุคก่อนสมัยใหม่ อย่างโครงข่ายแม่น้ำลำคลอง ได้เปลี่ยนผ่านไปสู่ถนนแบบตะวันตกพร้อมกับการตอบรับความเป็น สมัยใหม่ผ่านโครงสร้างพื้นฐานที่แผ่ขยายอย่างกิจการของเลิศและผาด

ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเรื่องความเป็นสมัยใหม่ไม่เคยมีอยู่ก่อน หากแต่ถูกนำเข้ามาด้วยอิทธิพลและบริบทของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ชาติตะวันตกมีต่ออาณาจักรสยามจนถึงประเทศไทยในปัจจุบัน ความเป็นสมัยใหม่เป็นถ้อยคำที่เคลื่อนไหวจากถิ่นกำเนิดและดำรงอยู่เหนือสถานที่และเวลาในดินแดนนี้ พัฒนาการของกรุงเทพมหานครดังกล่าวข้างต้นฉายให้เห็นพลังของความเป็นสมัยใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกทางวัตถุของเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่กรุงเทพมหานครในอดีต สิ่งเหล่านี้ไม่อาจเกิดขึ้นได้หากปราศจากปรากฏการณ์ที่ความคิดจากโลกตะวันตกเข้ามากระทำต่อโลกตะวันออก เงาที่ติดตามมากับความเป็นสมัยใหม่เช่นนี้คือความคิดเรื่องความก้าวหน้าและความทันสมัย การรับความคิดเรื่องความเป็นสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องแสวงหาความก้าวหน้าและปรับปรุงให้คล้ายตามกระแสไปพร้อมกัน ในขณะที่สถานะชาติมหาอำนาจในโลกตะวันตกผลัดเปลี่ยนไปตามเหตุการณ์สำคัญอย่างการสิ้นสุดลงของสงครามโลกครั้งที่สอง กระแสของความเปลี่ยนแปลงในคำว่าความเป็นสมัยใหม่ก็ปรับเปลี่ยนไปตามกัน การปรับเปลี่ยนนี้ชี้ให้เห็นความไม่คงเส้นคงวาของคำว่าความเป็นสมัยใหม่ที่ถูกนำเข้ามาในตัวของมันเอง อีกทั้งยังส่งผลให้การรับถ้อยคำดังกล่าวมาใช้ตกอยู่ภายใต้ความคิดและวิถีปฏิบัติที่ไม่มั่นคงด้วยเช่นกัน

กล่าวได้ว่า ความเป็นสมัยใหม่ที่อาณาจักรสยามรับเข้ามาในช่วงแรก วางอยู่บนความคิดและวิถีปฏิบัติด้วยความก้าวหน้าของประเทศมหาอำนาจในโลกตะวันตก ซึ่งขณะนั้นคือประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป อาทิ อังกฤษและฝรั่งเศส รูปแบบของถนนซึ่งเข้ามาเปลี่ยนแปลงพระนครและแสดงความเป็นสมัยใหม่จึงได้รับแรงบันดาลใจมากมายจากประเทศเหล่านี้ ถนนราชดำเนินเป็นตัวอย่างที่ดีตัวอย่างหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นการก่อรูปความเป็นสมัยใหม่ในพระนคร อันได้ตัวแบบถนนมาจากฝรั่งเศสและชื่อถนนมาจากอังกฤษ รวมไปถึงสภาพบ้านเมืองที่มีการพัฒนาและการอยู่อาศัยในพื้นที่เดิมซ้ำ ๆ กัน ความเป็นสมัยใหม่ที่ได้รับมาจึงนำไปสู่การพัฒนาพื้นที่แบบซ้อนทับ (topographical palimpsest) ต่อสภาวะก่อนสมัยใหม่ในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ซึ่งในขณะนั้นความเป็นสมัยใหม่ยังเคลื่อนไหวไม่ถึง การพัฒนาพื้นที่แบบซ้อนทับที่เกิดขึ้นส่งผลให้โครงข่ายถนนเข้ามาแทนที่โครงข่ายแม่น้ำลำคลอง ตลอดจนลักษณะของเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างพื้นฐานนั้น การเดินทางสัญจรทางบกที่พัฒนาขึ้นจึงเป็นการเดินทางที่เน้นระบบขนส่งสาธารณะเป็นที่นิยมในทวีปยุโรป แม้ว่าการครอบครองเทคโนโลยีการขนส่งอย่างรถยนต์ในขณะนั้นจะทำได้ยากเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่สูง ทว่าเงื่อนไขดังกล่าวนี้สามารถสะท้อนได้ในอีกมุมหนึ่งคือรูปแบบของเมืองที่เอื้ออำนวยให้การเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะเป็นไปได้โดยไม่ยากเย็น อีกทั้งการครอบครองรถยนต์ส่วนบุคคลยังถือว่าเป็นของเฉพาะชนชั้นนำ การขนส่งสาธารณะในสมัยต้นการขนส่งจึงเพื่อพ่วงจากพื้นฐานของโครงข่ายถนนที่พัฒนาขึ้นในยุคก่อนหน้าซึ่งการรับอารยธรรมตะวันตกได้เข้ามาวางรากฐาน

จนกระทั่งสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง มหาอำนาจในโลกตะวันตกเปลี่ยนจากกลุ่มประเทศในฝั่งทวีปยุโรปไปอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ความเป็นสมัยใหม่ที่ประเทศไทยรับเข้ามาในช่วงหลังนี้จึงเป็นความเป็นสมัยใหม่อีกแบบหนึ่งที่ต่างออกไปจากที่เคยเป็น ด้วยความเป็นเมืองใหม่ที่เติบโตในพื้นที่กว้างขวางบนทวีปอเมริกาเหนือ โครงสร้างพื้นฐานที่เป็นที่นิยมจึงมักเป็นถนนที่ยาวและกว้างขวางอย่างถนนหลวง แนวคิดเกี่ยวกับเมืองที่เป็นที่นิยมในสหรัฐอเมริกาขณะนั้นจึงเป็นแนวคิดที่เน้นการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคล มนต์สะกดของความเป็นสมัยใหม่ท่ามกลางการแสวงหาความก้าวหน้าและความทันสมัยในระยะหลังที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร ได้นำไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ที่สวนทางกับการพัฒนาเมืองและรูปแบบการเดินทางที่เคยมีอยู่แต่เดิม การพัฒนาที่ทำให้เกิดความทันสมัยในพื้นที่ส่วนใหม่ของกรุงเทพมหานครดำเนินรอยตามแนวคิดแบบมหานครที่ขับเคลื่อนด้วยรถยนต์ ถนนหลวงกลายเป็นหัวหอกของการพัฒนาที่เข้ามารุกรานชุมชนเกษตรกรรมดั้งเดิมทางฝั่งซ้ายอย่างไม่ทันตั้งตัว ความเป็นสมัยใหม่ที่มีลักษณะของเมืองในสหรัฐอเมริกาเป็นต้นแบบนี้ไม่ได้เพิ่งมาเริ่มขึ้นหลังจากการควมรวบจังหวัดธนบุรีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานคร หากแต่เริ่มขึ้นตั้งแต่หลังสิ้นสุดสงครามซึ่งจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลในช่วงต้นสมัยแล้ว

ความไม่คงเส้นคงวาของความเป็นสมัยใหม่ที่แสดงตัวผ่านการสร้างกรุงเทพมหานครขึ้นมาดังกล่าวถึงในข้างต้นเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในการชี้ให้เห็นว่า แม้คำว่าความเป็นสมัยใหม่จะมีที่มาจากโลกตะวันตกจากจุดยืนของอาณาจักรสยามจนมาถึงประเทศไทย แต่ความคิดและวิถีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ถ้อยคำดังกล่าวท้อหุ้มอยู่กลับไม่ได้มีลักษณะที่เป็นสากล ความคิดและวิถีปฏิบัติต่าง ๆ ที่แตกต่างกันภายใต้ร่มเงาของความเป็นสมัยใหม่ในโลกตะวันตกในดินแดนนี้ผันแปรไปตามการเรืองอำนาจของชาติของชาวตะวันตก ดังนั้นเอง เมื่อความเป็นสมัยใหม่จากโลกตะวันตกเคลื่อนตัวมายังโลกตะวันออกที่ไม่เคยมีตัวแบบของความก้าวหน้าเช่นนี้ดำรงอยู่ก่อน บริบทของการล่าอาณานิคมและการเปิดเสรีทางการค้าโดยชาติมหาอำนาจจากทวีปยุโรปได้ส่งผลให้ความเป็นสมัยใหม่เกิดขึ้นในฐานะโครงการแบบหนึ่ง ความเป็นสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครถูกสร้างขึ้นบนความไม่เป็นสมัยใหม่และค่อย ๆ แผ่ขยายตัวออกไปทางทิศตะวันออกผ่านความเป็นเมืองและโครงข่ายถนน เทคโนโลยีการขนส่งต่าง ๆ ถูกนำเข้ามาใช้งานบนโครงสร้างพื้นฐานที่ถูกสร้างไว้ จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่สอง สถานะของประเทศมหาอำนาจในโลกเปลี่ยนจากโลกเก่าไปสู่โลกใหม่ โครงการในการสร้างความเป็นสมัยใหม่ให้ปรากฏก็นำเอาความคิดและวิถีปฏิบัติของสหรัฐอเมริกาเข้ามาเป็นต้นแบบ ภายใต้การสนับสนุนและรับความช่วยเหลือจากสหรัฐอเมริกา แนวถนนแบบวงแหวนถูกสร้างขึ้นฉวัดเฉวียนซ้อนทับแนวถนนแบบตาราง ถนนใหญ่หลายสายถูกสร้างทับโครงข่ายถนนแบบเดิม ตรอกซอยซอยต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นหลังจากการตัดแบ่งที่ดินออกขาย โครงการหมู่บ้านจัดสรรถูกสร้างขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง ดังแสดงให้เห็นในกรณีของแปลง นอกจากนี้ รถยนต์ส่วนบุคคลยังได้รับการ

ส่งเสริมให้นำมาขับเคลื่อนในสภาพที่ท้องถิ่นไม่อาจรองรับการใช้งานรถยนต์ส่วนบุคคล แต่อย่างไรก็ดี จากกรณีของประจักษ์ การดำรงอยู่ของรูปแบบการเดินทางทางน้ำในยุคหลังอาจแสดงให้เห็น ลักษณะไม่ครอบคลุมของการพัฒนาพื้นที่ชานทับ สภาพของเมืองและโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นวัตถุ ภาวะของกรุงเทพมหานครที่ถูกสร้างขึ้น ผ่านโครงการสร้างความเป็นสมัยใหม่เช่นนี้ จึงอยู่ในสภาพ สับสนอลหม่านจากความเป็นสมัยใหม่ที่ไม่ได้มีเพียงแบบเดียวและไม่ได้เป็นเนื้อเดียว

## สรุป

โดยสรุปแล้ว วัตถุภาวะของกรุงเทพมหานครไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานและสภาพของ เมืองล้วนแต่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อิทธิพลของความเป็นสมัยใหม่ในการพัฒนาพื้นที่แบบชานทับ กล่าวคือ ตัวแบบทางความคิดและวิถีปฏิบัติว่าด้วยความเป็นสมัยใหม่ได้เข้ามาทำงานผ่านสถาบัน และองค์กรต่าง ๆ ในฐานะโครงการแบบหนึ่ง ๆ ในแต่ละยุคสมัย และได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทาง สังคมในรูปของวัตถุซึ่งมีต่อรูปแบบการเดินทางของผู้คน แม้ว่าการพัฒนาพื้นที่แบบชานทับของ กรุงเทพมหานครจะเป็นเรื่องทั่วไปในการพัฒนาเมืองและไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่สิ่งที่ผู้เขียนพยายาม ชี้ให้เห็นคือสภาวะอันเป็นแก่นสารของการพัฒนาที่เข้ามาซ้อนทับกันในแต่ละยุคสมัย ความสับสน อลหม่านของถนนหนทางในฐานะโครงสร้างของระบบการเคลื่อนย้ายก็เป็นผลลัพธ์แบบหนึ่งของ สภาวะทับซ้อนดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า การเปรียบเทียบรูปร่างหน้าตาของกรุงเทพมหานครว่ามี สภาพคล้ายกับปลาหมึกยักษ์ที่มีหนวดยาวหึงงอและคดเคี้ยวของโซปราโนเซตติเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากอิทธิพลของความเป็นสมัยใหม่ที่ก่อรูปการพัฒนาเมืองหลวงแห่งนี้ ดังนั้น เราจึงไม่อาจ พิจารณาความเป็นสมัยใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงภูมิลักษณะของกรุงเทพมหานครในแง่ของความเป็น สมัยใหม่ที่เป็นสากล หรือแม้แต่ความเป็นสมัยใหม่ที่ถูกต้องดัดแปลงให้เข้ากับลักษณะเฉพาะของภูมิภาค อย่างตรงไปตรงมาได้ เพราะความเป็นสมัยใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพื้นที่เมืองแห่งนี้เป็นความเป็น สมัยใหม่จากโลกตะวันตกที่มีหน้าตาแตกต่างกัน ตลอดจนมีคุณสมบัติขัดแย้งกันเองในประเด็นเรื่อง รูปแบบการเดินทางภายในเมือง ความซับซ้อนและทิศทางที่ไม่แน่นอนในการพัฒนาที่โซปราโนเซตติ กล่าวถึง เป็นผลมาจากคุณสมบัติที่ขัดแย้งกันเองของความเป็นสมัยใหม่ดังกล่าวมานี้ แทนที่จะ พิจารณาว่าการเดินทางในกรุงเทพมหานครเป็นการเดินทางผ่านเขาวงกตที่ถนนเส้นน้อยใหญ่เข้ามา บรรจบกันอย่างซับซ้อนในกรุงเทพมหานครในมิติของภูมิลักษณะที่น่าชวนเคืองจากความพยายามอัน มุทะลุในการพัฒนาเมือง การมองว่าภูมิลักษณะดังกล่าวเป็นผลมาจากความเป็นสมัยใหม่แบบ ตะวันตกที่ได้รับมา มีหลายหน้า หลายชั้น ทับซ้อนกันไม่สนิท และขัดแย้งกันเอง อาจช่วยถอด บทเรียนการกำหนดทิศทางที่ไม่คงเส้นคงวาในการพัฒนาเมืองผ่านภาวะที่ความเป็นสมัยใหม่ทับซ้อน และดำรงอยู่ไปพร้อม ๆ กัน โดยปรากฏเป็นวัตถุรูปธรรมอย่างโครงสร้างพื้นฐานและสภาพของเมือง

ที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละช่วงเวลา อันนำไปสู่ประสบการณ์ที่ย่างยากต่อสภาพทางวัตถุและการเดินทางภายในเมืองได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## เอกสารอ้างอิง (References)

### ภาษาไทย

- กรรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์. (2559). *ก่อร่างสร้างเมืองจากชุมชนบางกอกสู่กรุงรัตนโกสินทร์: ข้อมูลใหม่จากหลักฐานทางโบราณคดี*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คณะกรรมการการคมนาคมของวุฒิสภา. (2541). *รายงานการพิจารณาศึกษาเรื่องการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ*. กองกรรมการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- ชาติรี ประกิตนันทการ. (2550). *การเมืองและสังคมในศิลปสถาปัตยกรรม*. มติชน.
- ณัฐวุฒิ ปรียวนิตย์. (2560). *เศรษฐกิจการเมืองของการตัดถนนในพระนคร*. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธงชัย วินิจจะกุล. (2556). *กำเนิดสยามจากแผนที่: ประวัติศาสตร์ภูมิกายของชาติ*. อ่าน.
- นระ คมนามูล. (2547). *ระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร*. สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- ปานปิ่น รองหานาม. (2558). “วิวัฒนาการการผังเมืองของประเทศไทย” หน้าจั่ว: *ว่าด้วยสถาปัตยกรรม การออกแบบ และสภาพแวดล้อม*, 12(1), 250-271.
- รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์. (2559). *กรุงเทพฯ: ชนสงฆ์ทำมือ*. อาฟเตอร์เวิร์ด.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2560). “สังคมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา: พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง”. ใน *ลุ่มเจ้าพระยา: รากเหง้าแห่งสยามประเทศ*, วลัยลักษณ์ ทรงศิริ (บรรณาธิการ). มูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์.
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2550). *โครงการเสริมสมรรถนะการวิเคราะห์วางแผนพื้นที่และประสานเชื่อมโยงการจัดการเชิงพื้นที่ทุกระดับ*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2555). *กรุงเทพฯ มาจากไหน*. เรือนแก้วการพิมพ์.
- หน่วยวิเคราะห์ทางวิศวกรรม. (2518). *ระบบการขนส่งสาธารณะที่เหมาะสมสำหรับกรุงเทพมหานครในอนาคต*. กองวิชาการและวางแผน การทางพิเศษแห่งประเทศไทย.
- หอจดหมายเหตุแห่งชาติ . 2437ก. ร.5 ยธ. 9/3 “*ราษฎรตำบลตรอกเต้าเขียนกราบบังคมทูลรัชกาลที่ 5 ว่าเจ้าพนักงานวัดตัดถนนไม่ยุติธรรม*” (มีนาคม ร.ศ. 112).
- หอจดหมายเหตุแห่งชาติ . 2437ข. ร.5 ยธ. 9/3 “*จดหมายเหตุเรื่องที่ถูกตัดทำถนน รายงานประชุมเสนาบดีที่มุกกระสันพระที่นั่งวิมานรัตยา*” (มีนาคม ร.ศ. 112).

## ภาษาอังกฤษ

- Arnason, J. P. (2002). The Multiplication of Modernity. In *Identity, Culture and Globalization*, Eliezer Ben Rafael, and Yitzak Sternberg (eds.), pp.131-154. Brill.
- Askew, M. (2002). *Bangkok: Place Practice and Representation*. Routledge.
- Chakrabarty, D. (2008). *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*. Princeton University Press.
- Eisenstadt, S. N. (2005). Multiple Modernities. In *Multiple Modernities*, Shmuel Noah Eisenstadt (ed.). Transaction Books.
- Fourie, E. (2012). A Future for the Theory of Multiple Modernity: Insights from the New Modernization Theory. *Social Science Information*, 51(1), 52-69.
- Gluck, C. (2009). Words in Motion. In *Words in Motion*, Carol Gluck, and Anna Lowenhaupt Tsing (eds.), pp.3-10. Princeton University Press.
- Harvey, P., and Knox, H. (2015). The Enchantment of Infrastructure. In *Road and Anthropology: Ethnography, Infrastructures, (Im)mobility*, Dimitris Dalakoglou, and Penny Harvey (eds.). Routledge.
- Larkin, B. (2013). Politics and Poetics of Infrastructure. *Annual Review of Anthropology*, 42(1), 327-470.
- Solderstrom, O. (2013). What Traveling Urban Types Do: Postcolonial Modernization in Two Globalizing Cities. In *Critical Mobilities*, Ola Solderstrom (ed.), pp. 1-16. Routledge.
- Sopranzetti, C. (2018). *Owners of the Map: Motorcycle Taxi Drivers, Mobility, and Politics in Bangkok*. University of California Press.
- The National Archives of United Kingdom. (1855). *Treaty of Friendship and Commerce between Great Britain and Siam*. Reference: FO 94/492.
- Tsing, A. L. (2009). Worlds in Motion. In *Words in Motion*, Carol Gluck, and Anna Lowenhaupt Tsing (eds.). Princeton University Press.
- Van Roy, E. (2017). *Siamese Melting Pot: Ethnic Minorities in the Making of Bangkok*. Silkworm Books.
- Wagner, P. (2010) Multiple Trajectories of Modernity: Why Social Theory Needs Historical Sociology. *Thesis Eleven*, 100(1), 53-60.





เร่งสร้าง  
คนทำงานทักษะสูง  
สร้างงาน  
20 ล้าน ตำแหน่ง  
รายได้ไม่ต่ำกว่า  
200,000 บาทปี



แพทองธาร  
ชินวัตร  
หัวหน้างานอนาคตที่ไทย

**พท**  
พรรคเพื่อไทย

เลือกทั้งคนทั้งพรรค



## ไปให้ไกลกว่า “มหานครกรุงเทพ”: ปรัชญาว่าด้วยนโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทย

พิชณนิพัทธ์ วิชัยโน\*

\*นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, Email: pychaniphat@gmail.com

### Beyond Greater Bangkok: The Review of Pheu Thai Party's Urban Development Policies

Pychaniphat Wichaino\*

\*Master's Degree Program in Sociology and Anthropology, Department of Sociology Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, Email: pychaniphat@gmail.com

Article History: Received: April 20, 2023 / Revised: December 10, 2023 / Accepted: December 18, 2023

#### บทคัดย่อ

การพัฒนาเมืองถูกให้ความสำคัญมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยเฉพาะการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานครที่มีความสลบซับซ้อนและมีขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์ที่ขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วจนกลายเป็น “มหานครกรุงเทพ” อย่างไรก็ดี ในช่วงของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมานโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองถูกให้ความสนใจเป็นอย่างมากและมีความพยายามกระจายตัวการพัฒนาเมืองให้ออกไปให้ไกลกว่ามหานครกรุงเทพผ่านการพัฒนาเมืองภูมิภาคและเมืองรองต่าง ๆ ในแง่นี้จึงได้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเมืองมีความเชื่อมโยงกันกับสนามทางการเมืองที่หลากหลายสะท้อนผ่านแนวนโยบายของพรรคการเมืองที่มีมิติของการประกอบร่วมกันของความคิดทางเศรษฐกิจ สังคม และอุดมการณ์ที่แตกต่างกันออกไป บทความชิ้นนี้ศึกษามิติทางด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเมืองผ่านปรัชญานโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทย โดยบทความนี้เสนอว่าการพัฒนาเมืองควรพัฒนาไปให้ไกลกว่ามหานครกรุงเทพ ซึ่งเป็นการกระจายโอกาสและการเจริญเติบโตให้กับเมืองที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเมืองเศรษฐกิจดิจิทัล เมืองท่องเที่ยว และเมืองของทุกคน แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้คือการดำรงอยู่ของการเป็นศูนย์กลางของมหานครกรุงเทพ

คำสำคัญ: สังคมวิทยาเมือง, มานุษยวิทยาเมือง, นโยบายการพัฒนาเมือง, พรรคเพื่อไทย

### Abstract

Urban development has attracted significant attention of researchers to date. Specifically, Bangkok's complicated development which rapidly extended geographic borders has resulted in the city becoming known as “Greater Bangkok”. However, policies on urban development are of central importance to communities during the general election for members of the House of Representatives in 2023. Furthermore, efforts have been made to spread urban development beyond Bangkok through the development of cities, regions, and secondary cities. On this basis, it has been demonstrated that urban development is linked to a range of political domains, as seen by political party’s policies that share the aspect of a collaborative assembly of diverse economic ideologies and societies. This paper explores sociological and urban anthropological perspectives via the case of urban development policy as envisioned by the Pheu Thai Party. To broaden opportunities and foster the establishment of varied cities, this article suggests that urban development should extend beyond Bangkok. Given a digital economy city, urban tourism, and universal design, it is incontrovertible that a digital economy city, an urban tourism, and a universal design contribute to the existence of the center of Greater Bangkok.

**Keywords:** Urban Sociology, Urban Anthropology, Urban Development Policy, Pheu Thai Party

### บทนำ: เปิดฉากนคราภิวัตน์กับการพัฒนาเมือง

การพัฒนาเมืองของสังคมไทยเปิดฉากขึ้นในพื้นที่เมืองกรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงของประเทศไทย กรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นเมืองสากลโลก (global city) ที่ชักจูงเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างทุน เทคโนโลยี และการย้ายถิ่นฐานข้ามชาติ (transitional migration) กรุงเทพมหานครจึงกลายเป็นศูนย์กลางทางการเงินและธุรกิจระหว่างประเทศ (Sassen, 2001) ซึ่งเป็นคุณลักษณะของฉากทัศน์การเป็นเมืองตามแนวโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ ข้อเสนอดังกล่าวได้ปรากฏให้เห็นเด่นชัดในแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2570) มุ่งการ

พัฒนาเมืองไปสู่การศูนย์กลางทางด้านอุตสาหกรรม ศูนย์กลางการค้า การเงิน และการลงทุนภายใต้การเป็น “มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้” ซึ่งสภาพแวดล้อมของกรุงเทพมหานครเป็นที่ตั้งของสำนักงานระดับภูมิภาคขององค์กรธุรกิจระหว่างประเทศและมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจและการลงทุน อย่างไรก็ตาม แผนพัฒนาดังกล่าวเกิดขึ้นท่ามกลางความตื่นตัวของ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มิติของการเป็นเมืองสากลโลกจึงเริ่มต้นเชื่อมโยงจากระดับภูมิภาคและขยายขยายการเจริญเติบโตออกไปในระดับโลก (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557)

ในมิติเมืองข่าวสาร (Informational City) ของมานูเอล คาสเทลส์ (Manuel Castells) ขยายภาพให้เห็นการถักทอความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีข่าวสารกับการกลายเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภายใต้การมองว่าเทคโนโลยีข่าวสารเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเครือข่าย (network society) คุณลักษณะของเมืองศูนย์กลางจึงเป็นเมืองที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีข่าวสารเป็นการเชื่อมโยงเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่ต้องอาศัยข้อมูลในการตัดสินใจทางด้านเศรษฐกิจ (ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์, 2565) ในแง่นี้ เมืองกรุงเทพมหานครถือเป็นเมืองที่มีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีเครือข่ายและสามารถก่อรูปสังคมเครือข่ายที่เป็นกลไกแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังฉายภาพให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจที่ทำงานควบคู่ไปกับโลกาภิวัตน์ทางการสื่อสารได้เป็นอย่างดี เห็นได้ชัดจากการมีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ตั้งอยู่ในบริเวณเมืองกรุงเทพมหานครทำให้เมืองแห่งนี้มีความสะดวกและสามารถเข้าถึงสัญญาณการติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วกว่าพื้นที่เมืองอื่น ๆ

การกลายเป็นเมืองถือเป็นสถานการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้จากการหลั่งไหลเข้ามาของกระแสโลกาภิวัตน์ และไม่สามารถปฏิเสธได้ว่ากรุงเทพมหานครกลายเป็นเมืองหลวงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลักและมีสถานะกลายเป็นเอกนคร (primate city) ซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้นำพามาซึ่งความไม่เท่าเทียมและความเหลื่อมล้ำทางสังคมในพื้นที่เมืองเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการขยายตัวของความเป็นเมืองกรุงเทพมหานครได้ขยายตัวข้ามเขตพื้นที่การปกครองออกไปกินพื้นที่เมืองข้างเคียงในเขตปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร ซึ่งทำให้สถานะเชิงพื้นที่ที่รวมตัวกันข้ามเขตพื้นที่การปกครองถูกเรียกว่า มหานครกรุงเทพ (Greater Bangkok: GB) ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาแบบริ้ว (ribbon development) ที่เป็นการทำให้พื้นที่อยู่อาศัยแยกขาดออกจากพื้นที่เศรษฐกิจ โดยที่พื้นที่อยู่อาศัยกระจุกตัวอยู่ในบริเวณเขตชานเมือง (นิรมล เสรีสกุล, และ อดิศักดิ์ กันทะเมืองลี้, 2565)

การเติบโตของเมืองด้วยกระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาจึงถือเป็นปรากฏการณ์ที่มีพลวัตไปอยู่อย่างสม่ำเสมอตามฉากทัศน์การพัฒนาเมือง ซึ่งสัมพันธ์ไปกับความเป็นไปในสนามทางการเมืองระดับประเทศภายใต้ปฏิบัติการนโยบายการพัฒนา เมืองถูกพัฒนาอย่างเด่นชัดตั้งแต่สมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภายในเมืองโดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งและการวางผังเมืองเพื่อส่งเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจ จากนั้นการพัฒนาเมืองก็เข้าสู่ลักษณะของการพัฒนาเชิงอนุรักษ์เพื่อไม่ให้ทำลายทัศนียภาพของกรุงเทพมหานครชั้นในจากการจัดตั้งคณะกรรมการโครงการกรุงรัตนโกสินทร์ โดยดำเนินงานอยู่บนแผนแม่บทเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2538 (Askew, 2002) ใน พ.ศ. 2544 ภูมิทัศน์ทางการเมืองได้เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้นโยบายเพื่อสื่อสารการเลือกตั้ง พรรคการเมืองต่าง ๆ ก็ได้นำเสนอนโยบายการพัฒนาเมืองที่แตกต่างกันออกไปตามฐานคิดทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งพรรคไทยรักไทยได้รับชัยชนะการเลือกตั้งในครั้งนี้นี้และนำเสนอนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนด้วยโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง (the national village funds) เพื่อเสริมพลังให้ชุมชนเมืองสามารถดูแลตนเองได้ภายใต้การใช้ทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง กองทุนดังกล่าวทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนที่ตั้งต้นจากระดับฐานรากและขยายต่อไปสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในชุมชนเมือง (สายชล ปัญญชิต, 2555)

จนกระทั่ง พ.ศ. 2557 สังคมไทยตกอยู่ในอำนาจของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) การพัฒนาเมืองส่วนใหญ่ถูกจัดวางด้วยการกลายเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจากการใช้อำนาจตามความในมาตรา 44 ของรัฐธรรมนูญในขณะนั้น ใน 5 เขตคือ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมุกดาหาร สระแก้ว สงขลา และตราด เพื่อรองรับการขยายตัวอุตสาหกรรมของภาคเอกชน (คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 17/2558 เรื่อง การจัดหาที่ดินเพื่อใช้ประโยชน์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ) ซึ่งสะท้อนให้เห็นมุมมองของคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ใช้เมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าวเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวของการสะสมทุน (spatial fix) ที่สืบเนื่องมาจากโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ (Harvey, 2001) และมีลักษณะของการเป็นพื้นที่เศรษฐกิจแบบเก็งกำไรและเกิดปัญหาในวิถีชีวิตระดับท้องถิ่น (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2560) การพัฒนาเมืองจึงมีพลวัตไปตามสถานการณ์และนโยบายการพัฒนาของรัฐ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการจัดวางให้เมืองมีความหมายด้วยการกำหนดผ่านแนวนโยบายอีกด้วย

ขณะที่กระบวนการทัศน์ในการมองและศึกษาเมืองใหม่ผ่านกระบวนการทำให้เป็นวิถีชีวิตเมือง (urbanism) อภิวัตน์ รัตนวราหะ (2566) ชักชวนให้เราเห็นว่าสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้เคลื่อนความเป็นเมืองให้ไม่ใช่สถานะที่จำกัดอยู่เฉพาะพื้นที่ทางกายภาพเพียงเท่านั้น แต่ในอนาคตทุกคนในประเทศจะกลายเป็นคนเมืองจากการใช้วิถีชีวิตเมืองจากการบริโภค การดำเนินวิถีชีวิต การเกิด การตาย พฤติกรรมและคุณลักษณะของการเป็นคนเมืองที่ทำ

การแพร่กระจายผ่านการเดินทางของโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ คมนาคม และการสื่อสารอย่างเห็นได้ชัดคือความสามารถกระจายร้านสะดวกซื้อในฐานะสถานที่ที่บ่งบอกวิถีชีวิตเมืองไปสู่ทุกพื้นที่ทั่วภูมิภาค การมีทัศนคติต่อการเลี้ยงดูบุตรและการมีบุตร และความต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ตอบรับกับการอยู่โดดเดี่ยวจากสภาวะการแต่งงานช้าลง หรือการอยู่อาศัยที่คล้ายคลึงกับวิถีชีวิตเมือง เช่น การเกิดขึ้นของคอนโดในเมืองเชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา ภูเก็ต เป็นต้น

บทความนี้มีเป้าหมายในการชวนผู้อ่านได้พิจารณาโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคการเมืองที่ใช้หาเสียงในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา เพื่อขยายฉากทัศน์การพัฒนาเมืองจากมุมมองที่เชื่อมกับอำนาจรัฐและช่วยแสดงให้เห็นถึงภาพอนาคตของการพัฒนาเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบท โดยบทความนี้อาศัยนโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทยเป็นฐานของการปริทัศน์ ซึ่งเป็นพรรคการเมืองที่มีความโดดเด่นในแง่ของการพัฒนาเมืองภายใต้แนวคิดเมืองเศรษฐกิจและเมืองอัจฉริยะ (smart city) นอกจากบทนำที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น บทความนี้แบ่งออกเป็นส่วยย่อยต่าง ๆ 3 ส่วนดังต่อไปนี้ 1) นคราณิตี: การศึกษาความเป็นเมืองในมิติของสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา 2) จาก “มหานคร” ถึง “เมือง” ของทุกคน: ปริทัศน์นโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทย และ 3) วันพรุ่งนี้เมืองจะเป็นอย่างไร: ประมวลทิศทางและข้อสรุป

### นคราณิตี: การศึกษาความเป็นเมืองในมิติของสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

การศึกษาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของเมืองถูกพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบความคิดของการศึกษาทางสังคมวิทยาเมือง (urban sociology) และมานุษยวิทยาเมือง (urban anthropology) โดยกรอบคิดดังกล่าวเกิดขึ้นจากการจำแนกแตกต่างออกเป็นคู่ตรงข้ามระหว่างเมืองกับชนบทด้วยความเป็นสังคมสมัยใหม่ (gesellschaft) สภาวะไร้บรรทัดฐานทางสังคม (anomie) ความเป็นปัจเจกบุคคล (individuation) และการทำให้มีเหตุผล (rationalization) (Mellor, 1975) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่นักสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาใช้จำแนกเมืองออกจากชนบท ขณะที่นักสังคมวิทยาสำนักชิคาโก (chicago sociologists) ได้เพิ่มมิติของการมองเมืองผ่านการเปลี่ยนแปลงของการคมนาคมขนส่งและการเติบโตของเมืองให้กลายเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับแบบแผนวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมเมือง (Kuklick, 1980)

พัฒนาการทางความคิดทางสังคมวิทยาเมืองและมานุษยวิทยาเมืองขยายต่อไปยังการทำความเข้าใจปฏิบัติการในระดับชีวิต (the practice of everyday life) โดย Michel de Certeau (1984) แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันของผู้คนที่ได้อาศัยการลัดเลาะพื้นที่เพื่อคัดง้างกับการควบคุมจากอำนาจรัฐในฐานะกลยุทธ์ (tactics) ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันและไม่สามารถกลับมาใช้ซ้ำได้อีก “การเดิน” เป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรองและสร้างความหมายของพื้นที่จาก

ผู้คนที่อาศัยและใช้ประโยชน์จากพื้นที่ การที่รัฐเข้ามาควบคุมในพื้นที่ผ่านการสอดส่องและสร้างความหมายของพื้นที่ผ่านการวางผังเมืองทำให้ผู้คนถูกบังคับให้ปฏิบัติตามแบบแผนที่รัฐกำหนดสำหรับผู้คนที่อาศัยอยู่ในเมืองสามารถรู้เส้นทางเดินลัดเลาะตามตรอกซอยจากการสั่งสมของประสบการณ์ของผู้คนที่ได้มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน ในอีกมิติหนึ่งเกี่ยวกับสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมือง (the right to the city) ช่วยทำให้การศึกษาครอบคลุมไปยังคนทุกคนในเมืองที่มีความหลากหลายและมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป โดยเป็นความคิดของอองรี เลอแพรบ (Henry Lefebvre) และเดวิด ฮาร์วีย์ (David Harvey) ที่มุ่งเปิดพื้นที่ให้ทุกคนในเมืองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดความเป็นไปของพื้นที่เมืองที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในเมือง (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2562)

การศึกษาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเมืองในสังคมไทยมีมิติของการศึกษาที่หลากหลายซึ่งมุ่งทำความเข้าใจวิถีชีวิตของคนเมืองที่ผูกพันกับโครงสร้างและความสัมพันธ์ทางสังคมในเมือง ข้อเสนอของเอ็ดวาร์ด แวน รอย (2565) ตอกย้ำให้เห็นถึงปฏิบัติการเชิงพื้นที่ที่ยังคงผูกติดอยู่กับพื้นที่ทางกายภาพผ่านการกระจายตัวของพื้นที่ตามชนชั้นและชีวิตทางสังคมโดยมีเขตพระราชวังเป็นศูนย์กลางของการกระจายซึ่งงานชิ้นดังกล่าวพยายามชี้ให้เห็นถึงการกระจายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมของผู้คนแต่ละชนชั้นที่มีความหลากหลายตั้งแต่อดีตจนมาสู่การหลอมละลายกลายเป็นกรุงเทพมหานครเมืองนานาชาติพันธุ์

ขณะที่กระแสการหันสู่พื้นที่ (spatial turn) ที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาทางมานุษยวิทยาผ่านการเคลื่อนเข้าสู่ความสนใจในพื้นที่เมืองในฐานะพื้นที่ทางสังคมที่เต็มไปด้วยปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น พื้นที่สีเทา (gray space) ที่เป็นพื้นที่ที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย พื้นที่ชั่วคราวที่เต็มไปด้วยการรอคอยการได้รับสถานะผู้ลี้ภัยในค่ายผู้ลี้ภัย หรือพื้นที่กึ่งกลางแบบพื้นที่ซ้อนเร้น (heterotopia) ที่มีสถานะหลบ ๆ ซ่อน ๆ ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างสุสานในเมือง หรือสถานที่ขายบริการทางเพศ เป็นต้น (จิราพร เหล่าเจริญวงศ์, 2564)

เนื้อหาในส่วนนี้ผู้เขียนต้องการชวนพิจารณาการศึกษาเมืองผ่านแว่นตาทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาจากงานศึกษาในสังคมไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

### **เมืองที่ถูกศึกษาตามแนวโครงสร้าง-ผู้กระทำการ**

การทำความเข้าใจเมืองที่ถูกศึกษาตามแนวโครงสร้าง-ผู้กระทำการ งานศึกษาในกลุ่มนี้มุ่งทำความเข้าใจเมืองในฐานะโครงสร้างที่มีส่วนต่อการกระทำทางสังคมของผู้คนในเมือง โดยงานของกนกวรรณ ธราวรรณ (2562) ชี้ให้เห็นถึงมิติของสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมืองผ่านการออกแบบโครงสร้างของเมืองที่ไม่ได้สนับสนุนการดำเนินวิถีชีวิตทางเพศมากนัก ซึ่งเห็นได้ชัดจากการเป็นเมืองที่มีโครงสร้างและฐานคิดแบบทวิภาวะทางเพศระหว่างเพศหญิงและเพศชายเท่านั้น เช่น ห้องน้ำสาธารณะในเมือง พื้นที่สาธารณะสำหรับการออกกำลังกาย เป็นต้น นอกจากนี้ พื้นที่เมืองยังเป็นพื้นที่ที่สร้างความกระอักกระอ่วนให้กับการใช้ชีวิตของผู้มีความหลากหลายทางเพศและยังทำให้

ความเป็นเพศถูกแสดงออกตามสถานการณ์ (gender performativity) มากกว่าความเป็นเพศที่ถูกแสดงออกอย่างตั้งใจ (gender performance) การจะออกแบบโครงสร้างของเมืองให้สนับสนุนต่อวิถีชีวิตของคนทุกเพศจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญและไม่ควรสร้างให้เพศใดเพศหนึ่งที่ต้องการใช้พื้นที่สาธารณะในเมืองเกิดความแปลกแยก แต่จำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างและพื้นที่เมืองให้เป็นพื้นที่ของทุกคน

การพัฒนาพื้นที่เมืองให้เป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับทุกคนถือเป็นอีกมิติของการมองเมืองที่มีโครงสร้างผูกไว้กับความปลอดภัย งานศึกษาของหัตยรัตน์ มาประณีต (2554; 2554) เผยให้เห็นว่าพื้นที่เมืองยังคงเต็มไปด้วยการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงและทำให้เกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยต่อการใช้ชีวิตในเมืองทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้โครงสร้างทางสังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่ โดยรูปแบบความรุนแรงที่กระทำต่อผู้หญิงในเมือง ได้แก่ การด่าทอ เหยียดหยาม การทำร้ายร่างกาย การไม่เอาใจใส่ การใช้ความรุนแรงเพื่อบังคับขืนใจ การคุกคามทางเพศด้วยการพูด และการลวนลาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกระทำที่เกิดขึ้นจากคนแปลกหน้าและเพื่อนร่วมงาน ทั้งนี้ ผู้หญิงที่มีทัศนคติการใช้ชีวิตสมัยใหม่ไม่สามารถยอมรับได้ต่อความรุนแรงและปฏิเสธสังคมที่ให้ความคิดแบบชายเป็นใหญ่ ทำงานได้อย่างเป็นปกติ การพัฒนาพื้นที่เมืองให้เป็นพื้นที่ปลอดภัยและส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญต่อความเป็นไปของเมืองและอาศัยชุมชนเป็นเครือข่ายสร้างความปลอดภัยจากการใช้ความรุนแรงในพื้นที่เมือง

กรณีของความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมือง กังสดาล เขาว์วัฒนกุล (2557) ทำการศึกษาผ่านชุมชนหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอในทิศทางเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างทางสังคมเมืองใหม่ให้ครอบคลุมความเหลื่อมล้ำ 6 มิติ ได้แก่ การศึกษาและการพัฒนาเยาวชน การพัฒนาด้านกายภาพของชุมชนให้กลายเป็นเมืองน่าอยู่และสามารถใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ได้หลากหลาย การแก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะปัญหานั่นอกระบบ การเข้าถึงความเป็นธรรม การเข้าถึงทรัพยากรของรัฐ และความเหลื่อมล้ำในการมีส่วนร่วมต่อการจัดการชุมชน การปรับโครงสร้างทางสังคมใหม่จึงเป็นทางออกสำคัญที่ทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในพื้นที่เมืองทั้งในแง่ของวางแผนนโยบาย การพัฒนาให้ชุมชนเมืองสามารถพึ่งพาตนเอง และการสร้างความเป็นปึกแผ่นทางสังคมผ่านการกระจายโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ

### เมืองที่ถูกทำความเข้าใจในฐานะพื้นที่สั่นไหวและพื้นที่ปฏิบัติการแห่งชีวิตประจำวัน

โลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พื้นที่เมืองมีความเป็นพลวัตอยู่อย่างสม่ำเสมอ ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2563) ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงเมืองเชิงใหม่จากการเข้ามาของกระแสโลกาภิวัตน์ผ่านความสัมพันธ์ทางสังคมหลากหลายมิติไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการศึกษา เมืองเชียงใหม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปทั้งในมิติทาง

กายภาพและมิติทางสังคม การผสมกลมกลืนของวัฒนธรรมตะวันตกกับวัฒนธรรมล้านนากลายเป็นปรากฏการณ์ที่พบเห็นได้ในเมืองเชียงใหม่ด้วยกระบวนการกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรม และปรับเปลี่ยนร่างให้เข้ากับบริบทของการกลายเป็นเมืองท่องเที่ยว อีกทั้งเมืองเชียงใหม่ยังเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยระดับภูมิภาคที่ทำหน้าที่โลกาภิวัตน์ทางการศึกษา การหลั่งไหลของโลกาภิวัตน์เหล่านี้จึงทำให้เมืองเชียงใหม่เกิดการพัฒนามืออย่างรวดเร็ว

ในแง่ของกระบวนการกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมด้วยโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว งานของปรีท นาคสิงห์ และอังกู หงส์ศานูเคราะห์ (2561) สะท้อนให้เห็นถึงการท่าเทศกาลสงกรานต์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเปลี่ยนความหมายของสงกรานต์ไปอย่างสิ้นเชิงผ่านการทำให้พื้นที่ส่วนหนึ่งของเมืองกลายเป็นพื้นที่เล่นน้ำอย่างสโลมและสยามสแควร์ ซึ่งเป็นพื้นที่เทศกาลและเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจในเวลาเดียวกัน โดยในพื้นที่สโลมกับสยามสแควร์มีความแตกต่างกันในกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้า พื้นที่สโลมอาศัยการเข้ามาของนักท่องเที่ยวให้เป็นสัญลักษณ์และจุดดึงดูด ขณะที่พื้นที่สยามสแควร์อาศัยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยในการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมและเน้นย้ำการควบคุมพื้นที่ด้วยระเบียบทางสังคม แนวปฏิบัติ และข้อบังคับ อีกทั้งพื้นที่เหล่านี้ยังมีการคัดกรองผู้ที่เข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น พื้นที่สโลมจะรองรับการเข้ามาใช้พื้นที่ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความหมายของพื้นที่และทำให้เมืองเป็นพื้นที่ที่มีความสลับซับซ้อน

เมื่อพิจารณาโลกาภิวัตน์ควบคู่กับสังคมเสี่ยงภัยโดยเฉพาะการเสี่ยงภัยทางด้านสุขภาพ ชลวิทย์ เจียรจิตต์ (2566) ผูกสังคมเสี่ยงภัยเข้ากับสังคมสุขภาพผ่านการเสนอให้พื้นที่เมืองแปรเปลี่ยนไปเป็นพื้นที่สุขภาพที่รองรับกับวิถีชีวิตทางสุขภาพในสังคมเมือง การมีพื้นที่สุขภาพที่สอดคล้องกับปฏิบัติการแห่งชีวิตประจำวันของคนเมืองที่อาจไม่ได้มีเวลามากนักจากการทำงานล่วงเวลาจึงเป็นโจทย์สำคัญในการพัฒนาเมือง ในงานชิ้นนี้พยายามชี้ให้เห็นว่าพื้นที่สุขภาพในเมืองเป็นพื้นที่ที่ต้องถูกออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้เวลาว่าง (leisure) การพัฒนาเปลี่ยนสภาพของพื้นที่การศึกษาให้กลายเป็นพื้นที่สุขภาพในฐานะพื้นที่สาธารณะ (public sphere) จึงเป็นมิติใหม่ของการทำให้พื้นที่หนึ่งภายในเมืองมีคุณค่าและเป็นพื้นที่ร่วมใช้ประโยชน์ในหลายมิติโดยเป็นการให้ความหมายพื้นที่เชิงสังคมใหม่ที่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตสุขภาพของคนเมืองเป็นหลัก

ในมิติการทำพื้นที่ภายในเมืองให้เป็นพื้นที่ที่ค้ำค้ำและสามารถร่วมใช้ประโยชน์ในหลายมิติ กิรติ ชื่นพิทยาธร (2564) แสดงให้เห็นถึงการพยายามทำให้พื้นที่ในเมืองกลายเป็ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะย่านอารีย์-ประดิพัทธ์ผ่านมุมมองของพื้นที่ทางสังคม (social space) ที่มีบริบททางสังคมของพื้นที่จากการเป็นย่านเกย์ (gay district) และพัฒนามาสู่การเป็นพื้นที่ที่โอบรับทุกคนภายใต้แนวคิดการใช้พื้นที่แบบผสมผสาน (mixed-uses) ซึ่งเป็นการทำให้พื้นที่ที่มีความหมายมากกว่าหนึ่งความหมายและสามารถใช้งานร่วมกันได้หลากหลายคุณลักษณะ นอกจากนี้ เขาเสนอ

ให้มองว่าย่านอารีย์-ประดิพัทธ์ เป็นสนามหรือแคว้นเมือง (the urban field) ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายของปฏิบัติการระดับชีวิตประจำวัน อาจเรียกได้ว่าเป็น เครียร์ฮาบิตัส (queer habitus) จากการมองว่าย่านอารีย์-ประดิพัทธ์เป็นย่านที่คนทุกคนสามารถเข้าร่วมใช้ประโยชน์ได้จากการทำพื้นที่แบบผสมผสาน เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ และคอนโดสำหรับพักอาศัย เป็นต้น

จากการชวนพิจารณาการศึกษาเมืองผ่านแว่นตาทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาด้วยงานศึกษาในสังคมไทยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการมองเมืองหลากหลายระดับทั้งในมิติของเมืองในฐานะโครงสร้างทางสังคม เมืองที่เป็นพื้นที่ทางสังคม และเมืองที่ถูกพันกับปฏิบัติการระดับชีวิตประจำวัน ซึ่งงานส่วนใหญ่ชักชวนให้เห็นว่าเมืองเป็นพื้นที่ที่มีหลากหลายความหมายและเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวจากการเปลี่ยนแปลงด้วยการพัฒนาเมือง หรือการใส่ความหมายใหม่เข้าไปให้กับพื้นที่ เนื้อหาในส่วนนี้จะประกอบสำคัญในการร่วมมองภาพสะท้อนจากนโยบายการพัฒนาเมืองที่จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไปได้เป็นอย่างดี

### จาก “มหานคร” ถึง “เมือง” ของทุกคน: ปรัชสนโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทย

“เราจะทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นสถานที่จัดงานระดับโลก ผลักดันซอฟต์แวร์ให้ประเทศไทยเป็นที่จัดคอนเสิร์ต งานหนัง งานโฆษณา งานศิลปะและงานวัฒนธรรม เปิดโอกาส ให้ต่างชาติได้เห็นฝีมือคนไทยและจะผลักดันความหลากหลายทางเพศ จัดงาน World Pride ให้ได้ภายในปี 2028”

ส่วนหนึ่งของคำปราศรัยในงานปราศรัย “คิดใหญ่ ทำเป็น เพื่อคนกรุงเทพฯ”

โดย เศรษฐา ทวีสิน ประธานที่ปรึกษาหัวหน้าครอบครัวเพื่อไทย

ณ วันที่ 24 มีนาคม 2566 สดเดย์วัน ย่านบรรทัดทอง กรุงเทพฯ

การเลือกทำความเข้าใจและสำรวจนโยบายการพัฒนาเมืองของพรรคเพื่อไทยจากนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทยเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 โดยถือเป็นพรรคการเมืองที่มีความโดดเด่นในแง่ของการพัฒนาเมืองภายใต้แนวคิดเมืองเศรษฐกิจและเมืองอัจฉริยะ (smart city) ที่มีความครอบคลุมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยทำให้เห็นกระบวนการพัฒนาเมืองผ่านการหยิบยกมาเป็นนโยบายในการหาเสียงและอาจสามารถนำบทเรียนเชิงนโยบายดังกล่าวไปปรับใช้ให้เหมาะสมได้ต่อไปในอนาคต

## เพื่อไทยมหานคร

บริบทของการก่อรูปนโยบายเกิดขึ้นท่ามกลางกระแสการฟื้นตัวหลังการผ่านพ้นไปของการระบาดใหญ่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยเมืองกรุงเทพมหานครเปลี่ยนสภาพของพื้นที่กลายเป็นพื้นที่ของการแพร่ระบาดและได้รับผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างเป็นวงกว้าง ความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเศรษฐกิจได้ขยายตัวครอบคลุมทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และสุขภาพ โดยเฉพาะการปรับตัวของระบบการศึกษาที่ทำการเรียนการสอนแบบออนไลน์ การมีภาระค่าใช้จ่ายทางด้านการศึกษาเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการมีรายได้ภายในครัวเรือนลดน้อยลงซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ไม่สามารถยับยั้งสถานะทางสังคม (social mobility) และทำให้ช่องว่างทางสังคมถ่างออกอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมืองกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีความรุนแรงเชิงผลกระทบมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ อีกทั้งการแพร่ระบาดที่ทำงานควบคู่กับข้อมูลข่าวสารอาจทำให้เกิดผลกระทบทางด้านจิตใจและความหวาดระแวงต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชีวิต (Thongsawang, 2022; สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2564; ประมินทร์ ตั้งโอภาสวิไลสกุล, 2564)

การมุ่งนโยบายการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานครภายใต้แนวคิด “เพื่อไทยมหานคร” เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนเมือง 4 มิติคือ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ระบบราชการ และการพัฒนาเมืองเพื่อทุกคน โดยที่เมืองกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สัมพันธ์กับค่าครองชีพในปัจจุบัน มิติทางเศรษฐกิจพรรคเพื่อไทยจึงได้เสนอการใช้ระบบเศรษฐกิจที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง (human-centered capitalism) ซึ่งจะขยายความครอบคลุมออกไปยังการเป็นเมืองที่นานาชาติพันธุ์ การเข้าถึงโอกาสอย่างทั่วถึง และการเป็นเมืองที่โอบรับความหลากหลาย (พรรคเพื่อไทย, 2564) นโยบายการพัฒนาเมืองดังกล่าวเป็นความพยายามพัฒนาให้ไปกว่าเดิมเพื่อลดการกระจุกตัวจากการเป็นเมืองรวมศูนย์และเน้นการกระจายโอกาสออกไปนอกมหานครเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของเมืองระดับภูมิภาค

นโยบายทางด้านเศรษฐกิจของพรรคเพื่อไทยอย่างนโยบาย 1 ครอบครัว 1 ซอฟพาวเวอร์ (One Family One Soft Power: OFOS) มุ่งทำให้มหานครกรุงเทพจะกลายเป็นพื้นที่เมืองสำคัญในการทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ผ่านการจัดตั้งหน่วยกำกับดูแล Thailand Creative Content Agency (THACCA) เพื่อวางแผนการผลักดันการนำมิติทางวัฒนธรรมบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจ โดยหน่วยงานดังกล่าวมีหน้าที่สำคัญคือ การดูแลงานเกี่ยวกับซอฟต์แวร์อย่างเบ็ดเสร็จ การจัดตั้งกองทุนซอฟพาวเวอร์ ผลักดันศูนย์สร้างสรรค์และออกแบบ (TCDC) สู่มืองระดับภูมิภาค การพัฒนาทักษะและศักยภาพผ่านศูนย์บ่มเพาะเพื่อยกระดับศักยภาพสร้างสรรค์ครอบคลุมทุกพื้นที่ และการเปิดพื้นที่ให้กับความหลากหลายของอุตสาหกรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้มีพลังอำนาจทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ศิลปะร่วมสมัย งานออกแบบ งานฝีมือ

งานแฟชั่น การท่องเที่ยว กีฬา อาหารไทย ภาพยนตร์ หนังสือ และดนตรีและเทศกาลไทย (พรรคเพื่อไทย, 2566, ออนไลน์)

การจะทำนโยบายดังกล่าวจำเป็นต้องลงทุนกับทุนมนุษย์ (human capital) และทุนทางปัญญา (intellectual capital) ซึ่งนโยบายดังกล่าวได้เชื่อมโยงไปกับนโยบายมิติอื่น ๆ เช่น การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา และการจ้างงาน เป็นต้น เมื่อพิจารณาในเชิงพื้นที่ทางสังคม (social space) นโยบายที่ตอบสนองต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเข้ามาทำให้พื้นที่ที่มีอยู่เปลี่ยนความหมายไปและเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย เช่น การมีลานสร้างสรรค์เพื่อแสดงทางด้านดนตรี การเปิดพื้นที่ธุรกิจไมซ์ (MICE) การมีพื้นที่สำหรับการขายอาหารไทยแนวสตรีทฟู้ด (street food) และการกลายเป็นพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ทางสังคมที่เหมาะสมศักยภาพของแต่ละบุคคล

ในอีกมิติหนึ่งที่น่าสนใจคือการประกาศนโยบายรัฐบาลดิจิทัล (digital government) โดยในนโยบายดังกล่าวมีการสนับสนุนธนาคารแห่งประเทศไทยในการผลักดันสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency: CBDC) นโยบายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพรรคการเมืองให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจดิจิทัล (digital economy) (พรรคเพื่อไทย, 2566, ออนไลน์) ผู้เขียนเห็นว่าการผลักดันและสนับสนุนนโยบายดังกล่าวเป็นเสมือนการประกาศให้เมืองกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของสกุลเงินดิจิทัลไปด้วยในตัว ซึ่งเป็นลบทบาทของสถาบันทางการเงินลงและถ่ายโอนการกำกับดูแลให้กับเทคโนโลยีบล็อกเชน (blockchain) ที่จะทำให้สามารถเชื่อมต่อกับผู้คนทั่วโลกด้วยสกุลเงินดิจิทัลและทำให้โลกาภิวัตน์ทางการเงินสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ มีความรวดเร็วและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจมากขึ้น

### **กระจายเศรษฐกิจออกนอกมหานคร: เมืองกับเขตธุรกิจใหม่**

ความท้าทายในการทำให้พื้นที่ทุกพื้นที่ที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกันและเหมาะสมกับศักยภาพของระดับพื้นที่ พรรคเพื่อไทยได้ทำการเสนอการสร้างเขตธุรกิจใหม่ (New Business Zone: NBZ) ในพื้นที่นำร่อง 4 พื้นที่คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และหาดใหญ่ การที่เมืองเหล่านี้จะกลายเป็นเขตธุรกิจใหม่จะต้องทำการเคลื่อนย้ายทุนเข้าไปสู่พื้นที่ทั้งที่เป็นทุนทางธุรกิจและทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน อีกทั้งยังมีการใช้สถาบันทางกฎหมายในการทำให้พื้นที่เขตธุรกิจใหม่ได้รับการรองรับและมีสถานะที่น่าเชื่อถือทางการลงทุนผ่านการผลักดันกฎหมายธุรกิจชุดใหม่ และการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเพื่อเอื้อให้เกิดความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ซึ่งเมื่อเขตธุรกิจใหม่สำเร็จจะเป็นส่วนสำคัญที่กระจายโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจออกไปยังพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง (พรรคเพื่อไทย, 2566, ออนไลน์) โดยนายแพทย์พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช ประธานนโยบายพรรคเพื่อไทย และประธานคณะกรรมการด้านเศรษฐกิจ พรรคเพื่อไทย ได้กล่าวไว้ว่า

“แนวคิดของเขตธุรกิจใหม่ (New Business Zone) เป็นอีกนโยบาย  
หนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปในระดับ  
ภูมิภาค โดยเขตธุรกิจใหม่ จะขยายตัวได้ด้วยการนำเอาวิทยาศาสตร์  
เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการศึกษา ต้องเชื่อมเข้าด้วยกันกับภาค  
ธุรกิจ และภาคเอกชนที่มีความพร้อม ซึ่งเขตธุรกิจใหม่จะเป็นอีกกลไกหนึ่ง  
ในการกระจายอำนาจ ซึ่งเป็นนโยบายหลักสำคัญของพรรคเพื่อไทย”  
(ประชาไท, 2566)

พื้นที่นาร่อง 4 พื้นที่ที่ถูกใช้เพื่อประกาศนโยบาย ผู้เขียนเห็นว่าพื้นที่ทั้ง 4 เป็นพื้นที่ที่  
โลกาภิวัตน์ไหลเวียนอยู่อย่างหลากหลายมิติไม่ว่าจะเป็นโลกาภิวัตน์ทางการศึกษาจากการมี  
สถาบันอุดมศึกษากระจายอยู่ในพื้นที่ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัย  
สงขลานครินทร์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดสังคมนทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ผ่านการบ่ม  
เพาะทักษะองค์ความรู้ และป็นผลออกมาเป็นทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) โลกาภิวัตน์  
ทางคมนาคมจากการมีสนามบินที่สามารถรองรับการเดินทางข้ามพรมแดนได้จากผู้คนทั่วโลก และ  
โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมที่พื้นที่สามารถหยิบยักวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นมาจัดตั้งเป็นธุรกิจตั้งต้น  
(start-ups) และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ในฐานะวัฒนธรรมผสมผสาน (cultural hybridity)

อย่างไรก็ตาม นโยบายการสร้างเขตธุรกิจใหม่อาจจำเป็นต้องทำความเข้าใจมิติที่ซับซ้อน  
หลากหลายในพื้นที่ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกิดแบ่งสรรปันส่วนพื้นที่อย่างเท่าเทียมและยุติธรรม  
ซึ่งการเกิดขึ้นของเขตธุรกิจใหม่มีความท้าทายต่อความสามารถในการเข้ามาใช้ประโยชน์พื้นที่ด้วย  
การให้เศรษฐกิจเป็นตัวนำ การกีดกันทางสังคมระดับพื้นที่ และผลกระทบจากการให้ความหมาย  
พื้นที่ใหม่ โดยที่ประเด็นเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงภาพของพื้นที่ทางกายภาพ แต่ยังหมายรวมถึงพื้นที่ทาง  
สังคมที่เปิดโอกาสให้ความแตกต่างหลากหลายได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งในแง่ของวัฒนธรรม สืบเชื้อ  
ชาติ และศาสนา รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงที่อยู่อาศัย ซึ่งการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อ  
ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นตัวนำจะเป็นการทำให้การจัดสรรพื้นที่กลายเป็นเครื่องมือการแบ่งชั้น  
ทางสังคม (social stratification) และก่อให้เกิดการผลิตซ้ำความเหลื่อมล้ำ (Lens, 2022)

### เมืองท่องเที่ยว-เมืองเทศกาล

โลกาภิวัตน์กับการท่องเที่ยวเป็นคู่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการมีความสะดวกรวดเร็ว  
ทางด้านคมนาคมขนส่งและเทคโนโลยีที่สามารถทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวกลายเป็นพื้นที่ที่มุดหมาย  
ปลายทางของนักเดินทางและนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก การท่องเที่ยวจึงมีสถานที่ที่เป็นทั้งสาเหตุ

และเป็นปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อระหว่างโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีส่วนพัวพันกับมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมร่วมด้วย (Azarya, 2004)

ในความคิดเห็นของ Spirou (2011) เสนอให้มองการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการเจริญเติบโตของเมือง (urban growth) จากการทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งเป็นการทำให้เมืองกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยว (urban tourism) เขาเสนอว่าการท่องเที่ยวในเมืองมีลักษณะของการแบ่งออกเป็นย่านที่แต่ละย่านมีความแตกต่างกันออกตามบริบทสังคมและวัฒนธรรม ย่านบางย่านอาจกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการให้เกิดความนิยมผ่านการสื่อสารมวลชน เช่น ซีรีส์ ละคร และสารคดี เป็นต้น โดยจะต้องเป็นพื้นที่ที่แตกต่างและมีเอกลักษณ์เพื่อไม่ให้เกิดภาวะไร้พื้นที่ (non-places) ทั้งนี้ เขายังได้เสนอให้แบ่งการท่องเที่ยวในเมืองออกเป็น 3 ย่าน ประกอบด้วย ย่านนานาชาติพันธุ์ (ethnic districts) เป็นย่านที่รวมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น กรีกทาวน์ ไชน่าทาวน์ ลิตเติลอิตาลี เป็นต้น ย่านประวัติศาสตร์ (historic districts) เป็นย่านที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เชิงสถานที่และบุคคลสำคัญ และย่านแหล่งรวมความบันเทิง (entertainment districts) ซึ่งทั้ง 3 ย่านนี้มีความแตกต่างหลากหลายออกไปในแต่ละพื้นที่ แต่ย่านแหล่งรวมความบันเทิงถือเป็นย่านที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวในเมือง

ในแง่ นโยบายการพัฒนาเมืองให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองเทศกาลของพรรคเพื่อไทย ช่วยแสดงให้เห็นถึงการสร้างความแตกต่างเชิงพื้นที่และย่านท่องเที่ยวด้วยการดึงศักยภาพที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเงื่อนไขทางสังคม เศรษฐกิจ และรสนิยมของแต่ละบุคคล โดยสิ่งที่พรรคการเมืองนี้มุ่งเน้นการเป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพ (Wellness Destination) การเสริมสร้างการท่องเที่ยวทางการแพทย์และสุขภาพจึงเป็นทางเลือกและโอกาสใหม่ของการสร้างความเจริญเติบโตให้แก่เมืองท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งมิติอาหาร เกษตรเพื่อสุขภาพ และการแพทย์ทางเลือกตามต้นฉบับของไทย

การจะไปสู่จุดหมายปลายทางนั้นได้จำเป็นต้องลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การเป็นจุดเชื่อมต่อระดับภูมิภาคของสายการบินต่าง ๆ (regional transport hub) เป็นต้น รวมไปถึงการขับเคลื่อนวัฒนธรรมไทยให้ผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวสากล ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้วัฒนธรรมไทยระดับท้องถิ่นสามารถพัฒนาตนเองเข้ามามีส่วนร่วมต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวได้ต่อไป นอกจากนี้ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเทศกาล โดยมุ่งหวังให้เมืองของไทยกลายเป็นศูนย์กลางเทศกาลของเอเชีย (festival hub of Asia) ด้วยการหยิบยักคุณค่าของเทศกาลประเพณีไทย สินค้าการเกษตร กีฬาไทย และดนตรีไทยให้ร่วมสร้างสรรค์การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (พรรคเพื่อไทย, 2566, ออนไลน์)

### เมืองของทุกคนและอีกหลากหลายมิติของนครา

เมืองของทุกคน (universal design) เป็นแนวทางการพัฒนาเมืองที่ให้ทุกคนมีสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมืองอย่างไม่มีรู้สึกแปลกแยกออกไป การทำพื้นที่หนึ่งให้กลายเป็นพื้นที่เฉพาะ ไม่กลมกลืน และเกิดความรู้สึกไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวเนื่องจากการทำให้พื้นที่นั้นมีสถานะพิเศษจะไม่สามารถทำให้เมืองของทุกคนเกิดขึ้นได้ การพัฒนาเมืองในมิตินี้จึงเป็นมิติที่มีความท้าทายเป็นอย่างมาก ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) บรรจุกลยุทธ์การพัฒนาเมืองของทุกคนไว้ โดยเรียกว่า อารยสถาปัตย์ ซึ่งเป็นการมองและให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในมิติทางกายภาพเป็นหลัก

กลยุทธ์ดังกล่าวได้ผูกไว้กับการสร้างสังคมสูงวัยที่มีสุขภาวะ การพัฒนาอารยสถาปัตย์จึงมุ่งไปที่การพัฒนาที่อยู่อาศัย พื้นที่การออกกำลังกาย และพื้นที่ดูแลสุขภาพระยะยาว เช่นเดียวกันกับการให้อารยสถาปัตย์เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างโอกาสให้กับกลุ่มคนบางกลุ่มในเมืองให้กลายเป็นกลุ่มเปราะบางทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ภายใต้แผนพัฒนาดังกล่าวเมืองจึงกลายเป็นพื้นที่แห่งความช่วยเหลือและการเติมเต็มโอกาสด้วยการสร้างของรัฐ ซึ่งการมองในลักษณะดังกล่าวอาจเป็นการมองในมิติที่แคบจนเกินไปและเป็นการละเลยสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมือง พรรคเพื่อไทยได้เสนอประเด็นดังกล่าวผ่านการพัฒนาเมืองให้สามารถรองรับชีวิตของคนทุกคนและครอบคลุมทุกกลุ่มคน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป้าหมายที่ 11 การพัฒนาเมืองให้ครอบคลุมทุกมิติ มีความปลอดภัย และเกิดความยั่งยืน (พิมพ์นารา อินตะประเสริฐ, แพรวพรรณ ศิริเลิศ, และอดิรุจ ตือระ, 2566, ออนไลน์) The Active (2566) ได้สรุปวิสัยทัศน์ของพรรคเพื่อไทยโดยคุณชนินทร์ รุ่งธนเกียรติ รองโฆษกพรรคเพื่อไทย จากการเข้าร่วมเวทีแสดงวิสัยทัศน์ในประเด็น “นโยบายอารยสถาปัตย์ (Friendly Design) ขจัดความเหลื่อมล้ำในสังคม รองรับสังคมผู้สูงวัย (aging society) ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (tourism for all)” ไว้ว่า

“...การออกแบบนโยบาย ที่ต้องเน้นนโยบายถ้วนหน้า ไม่ได้เลือกทำเพื่อกลุ่มใดเป็นพิเศษ ต้องได้รับสิทธิเท่ากัน พรรคจึงเน้นนโยบายสวัสดิภาพทางสังคมด้วย 4 เสาหลัก คือ 1. ลดอุปสรรคการเดินทาง ต้องปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานทั้งระบบ ทำให้คนทุกกลุ่มเข้าถึงการเดินทางได้จริง 2. ต้องการขยายบทบาทระบบการรักษาพยาบาล 30 บาทรักษาทุกโรค เพื่อให้เข้าถึงสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมมากขึ้น 3. เน้นการเปลี่ยนระบบบริการภาครัฐด้วย e-Government ให้คนทุกกลุ่มเข้าถึงได้ง่าย ลดภาระ

เดินทาง และ 4. สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้คนทุกกลุ่มยืนได้อย่าง  
มีศักดิ์ศรี” (The Active, 2566)

นอกจากประเด็นเรื่องเมืองของทุกคนแล้ว พรรคเพื่อไทยได้มีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองที่ครอบคลุมมิติสุขภาพ การศึกษา นวัตกรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจที่ยื่นต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในอีกหลายนโยบาย เช่น นโยบาย 50 เขต 50 โรงพยาบาล กรุงเทพมหานคร เมืองแพชั่น และกองทุนพัฒนาชุมชนหมู่บ้านและคอนโด เป็นต้น (คณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2566, ออนไลน์) ในส่วนของนโยบาย 50 เขต 50 โรงพยาบาล ทางพรรคเพื่อไทยได้มุ่งให้มีโรงพยาบาลชุมชนขนาด 120 เตียงเพื่อลดความเสี่ยงทางด้านสุขภาพของผู้คนในเมืองกรุงเทพมหานคร (พรรคเพื่อไทย, 2566, ออนไลน์) ซึ่งเป็นบทเรียนเชิงนโยบายจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดปรากฏการณ์ “รอติด รอเตียง และรอตาย” และยังสะท้อนให้เห็นถึงความปั่นป่วนของระบบการแพทย์และสาธารณสุขเป็นอย่างมาก โดยที่เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีผู้ป่วยสะสมมากเป็นลำดับต้น ๆ ของประเทศ

**ตารางที่ 1** โอกาส ความท้าทาย และสถาบันที่เกี่ยวข้องในนโยบายการพัฒนาเมืองพรรคเพื่อไทย  
**ที่มา:** สังเคราะห์จากนโยบายพรรคเพื่อไทยที่ยื่นต่อคณะกรรมการเลือกตั้งและเผยแพร่บนเว็บไซต์

| นโยบายการพัฒนาเมือง                   | โอกาส                                                                                                                         | ความท้าทาย                                                                                                                                               | สถาบันที่เกี่ยวข้อง                                                                                              |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| นโยบาย 50 เขต 50<br>โรงพยาบาล         | การสร้างโรงพยาบาล<br>ชุมชนขนาด 120 เตียง<br>อย่างน้อยเขตละ 1 แห่ง<br>เพื่อยกระดับโครงสร้าง<br>พื้นฐานด้านสุขภาพของ<br>คนเมือง | ความพร้อมของระบบ<br>สาธารณสุขและสุขภาพ<br>ทั้งที่เป็นภาครัฐ เอกชน<br>วิชาการ ประชาสังคม<br>เพื่อมุ่งให้เกิดความเป็น<br>องค์รวมด้วยการบูรณา<br>การร่วมกัน | - สถาบันสาธารณสุข<br>- สถาบันการศึกษา<br>- ภาคประชาสังคมที่<br>เกี่ยวข้องกับการดูแล<br>สุขภาพ<br>- กรุงเทพมหานคร |
| อินเทอร์เน็ตชุมชนเพื่อการ<br>เรียนรู้ | เพิ่มโอกาสในการเข้าถึง<br>การศึกษาและเทคโนโลยี                                                                                | การกระจายตัวเกี่ยวกับ<br>ความรู้ (literacy)<br>ที่สัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้น<br>ของเข้าถึงเทคโนโลยี<br>ดิจิทัล                                              | - สถาบันดิจิทัล<br>- สถาบันการศึกษา                                                                              |
| กรุงเทพมหานครแพชั่น                   | การเป็นศูนย์กลางแพชั่น<br>ในระดับภูมิภาคสู่ระดับ<br>โลก                                                                       | การเรียนรู้และการเพิ่ม<br>ทักษะ RUN (Reskill-<br>Upskill-Newskill) รวม<br>ไปถึงศักยภาพการผลิต                                                            | - สถาบันการศึกษา<br>- สถาบันวัฒนธรรม<br>- สถาบันที่ดูแลด้าน<br>อุตสาหกรรม                                        |

| นโยบายการพัฒนาเมือง                    | โอกาส                                                                                                                    | ความท้าทาย                                                                                                                                                                                                                | สถาบันที่เกี่ยวข้อง                                                                        |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        |                                                                                                                          | ในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่<br>รองรับความต้องการที่<br>เพิ่มขึ้นจากการบริโภค<br>และสวัสดิการของการ<br>เป็นแรงงานสร้างสรรค์                                                                                                      | - สถาบันที่ดูแลด้าน<br>แรงงาน<br>- ภาคประชาชน<br>- ภาคประชาสังคมที่<br>เกี่ยวข้องกับแฟชั่น |
| แก้ไขปัญหา PM2.5                       | ประชาชนที่อาศัยอยู่ใน<br>พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบมี<br>สิทธิในการเข้าถึงอากาศ<br>สะอาดและการดูแลจาก<br>ภาครัฐอย่างทั่วถึง | ความรวดเร็วและความ<br>ครอบคลุมของกฎหมาย<br>ในการจัดการอากาศ<br>สะอาดที่ตรงจุดและ<br>สามารถที่จะเอาผิดกับ<br>ผู้สร้างมลพิษ ตลอดจน<br>การกำหนดแนวทางการ<br>แก้ไขปัญหาที่มีความ<br>ยั่งยืน                                   | - สถาบันกฎหมาย<br>- สถาบันที่ดูแลด้าน<br>สิ่งแวดล้อม                                       |
| ลดปริมาณขยะ                            | การแก้ไขปัญหาขยะล้น<br>เมือง และมุ่งสู่การทำ<br>เหมืองในเมือง (urban<br>mining)                                          | วงจรการดูแลกับการ<br>จัดการขยะที่เป็นระบบ<br>โปร่งใส ตรวจสอบได้<br>และการทำขยะมาสร้าง<br>คุณค่าได้อย่างสมบูรณ์                                                                                                            | - สถาบันกฎหมาย<br>- สถาบันที่ดูแลด้าน<br>สิ่งแวดล้อม                                       |
| แก้ไขปัญหา น้ำเน่า น้ำเสีย น้ำ<br>ท่วม | การแก้ไขปัญหาด้วย<br>คลองระบายน้ำ (flood<br>ways)                                                                        | การจัดการปัญหาน้ำที่<br>ครอบคลุมคนทุกกลุ่ม<br>และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม<br>ในทุกมิติ ปัญหาน้ำเน่า<br>น้ำเสีย น้ำท่วมมีมิติของ<br>เศรษฐศาสตร์การเมือง<br>ว่าด้วยเมืองที่กลุ่มคน<br>เปราะบางในเมืองได้รับ<br>ผลกระทบที่มากกว่า | - สถาบันกฎหมาย<br>- สถาบันที่ดูแลด้าน<br>สิ่งแวดล้อม                                       |
| รถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสาย                  | การอำนวยความสะดวก<br>ด้านการคมนาคม และ<br>เป็นการลดค่าใช้จ่ายใน<br>ชีวิตประจำวันให้กับคน<br>เมือง                        | วิถีชีวิตของคนเมืองที่มี<br>ความสัมพันธ์กับการใช้<br>ระบบขนส่งเชื่อมต่อ<br>การที่รถไฟฟ้าในเมือง<br>สามารถเชื่อมต่อได้แบบ<br>ไร้รอยต่อ โดยเฉพาะกับ<br>แนวทางการใช้ตัวร่วม                                                  | - สถาบันที่ดูแลด้าน<br>คมนาคม<br>- กรุงเทพมหานคร                                           |

| นโยบายการพัฒนาเมือง              | โอกาส                                                                                                                                                 | ความท้าทาย                                                                                                                                                                                                            | สถาบันที่เกี่ยวข้อง              |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|                                  |                                                                                                                                                       | ใบเดียวจะเป็นความท้าทายหลักในการพัฒนาเมืองด้านดังกล่าว                                                                                                                                                                |                                  |
| กองทุนพัฒนาชุมชนหมู่บ้านและคอนโด | การนำเงินกองทุนเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาในชุมชนของหมู่บ้าน บ้านจัดสรร และคอนโด ซึ่งเป็นลักษณะที่อยู่อาศัยในเมือง มีงบประมาณให้ชุมชนละ 200,000 บาท ต่อปี | ความสัมพันธ์ภายในชุมชนเมืองที่มีความสลับซับซ้อน ความไว้วางใจภายในชุมชนเมือง รวมไปถึงการมีวิธีการจัดการกองทุนที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปในแต่ละชุมชน การเสริมความรอบรู้ทางการเงินถือเป็นความท้าทายหลักของนโยบายดังกล่าว | - สถาบันชุมชน<br>- สถาบันการเงิน |

ในมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม พรรคเพื่อไทยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5 การลดปริมาณขยะ และการแก้ไขปัญหาหน้าท่วมในเมือง ประเด็นที่น่าสนใจคือ การเสนอให้จัดทำเหมืองในเมือง (urban mining) โดยเป็นการนำขยะประเภทต่าง ๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ซึ่งปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นโจทย์ใหญ่ของการดำรงอยู่ของเมือง อย่างไรก็ตาม งานเขียนทางมานุษยวิทยาชิ้นหนึ่งของ Sangkhamanee (2021) แสดงให้เห็นถึงสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมืองที่ข้ามพ้นไปจากมิติเศรษฐศาสตร์การเมือง แต่หันสู่ความสนใจการมีส่วนร่วมในเมืองระหว่างมนุษย์กับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (non-humans) ซึ่งอาศัยสถานการณ์น้ำท่วมในเมืองกรุงเทพมหานครเป็นสถานการณ์ชวนคิดว่าแท้จริงแล้วการอยู่อาศัยในเมืองนั้นมีความสัมพันธ์อยู่หลายระดับและเป็นความสัมพันธ์ที่มีความสลับซับซ้อน สถานการณ์น้ำท่วมเผยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ผ่านการมีวัตถุที่ลอยขึ้นมาตามน้ำไม่ว่าจะเป็นขยะ เศษอาหาร หรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ตามท่อ รวมไปถึงเทคโนโลยีการจัดการและระบายน้ำ ความสัมพันธ์เหล่านี้ทำให้เมืองตกอยู่ในสภาวะที่มีการรบกวนกัน (perturbation) เช่น การขึ้นค่าโดยสารของแท็กซี่หรือผู้ให้บริการการขนส่งบนท้องถนนประเภทอื่น ๆ การเร่งระบายน้ำด้วยเทคโนโลยีการจัดการน้ำ และการติดขัดของขนส่งรถไฟฟ้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการที่สรรพสิ่งเข้ามาประกอบรวมกัน (association) การจะแก้ไขปัญหาเมืองได้ควรจำเป็นต้องคำนึงให้ครอบคลุมทุกมิติและต้องให้ความสำคัญกับสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมืองกับทุกสรรพสิ่งจึงจะทำให้เกิดความยั่งยืนในการบริหารจัดการ

ขณะที่การทำให้พื้นที่เมืองกลายเป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์ของความคิดสร้างสรรค์ พรศเพื่อไทยพยายามแสดงให้เห็นมุมมองที่มีต่อเมืองผ่านนโยบายการพัฒนาเมืองว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะของการใช้พื้นที่แบบผสมผสาน โดยการทำพื้นที่ให้กลายเป็นเมืองแฟชั่น เป็นอีกนโยบายของพรศที่เข้ามาส่งเสริมมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเมือง ซึ่งเคยทำสำเร็จมาแล้วในช่วงรัฐบาลพรรคไทยรักไทยที่เป็นรากฐานของพรรคเพื่อไทย พื้นที่เมืองแฟชั่นดังกล่าวถูกผลักดันขึ้นมาจากการเห็นคุณค่าในอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า ควบคู่กับการท่องเที่ยว งานดังกล่าวถูกพัฒนาจากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอในฐานะองค์กรอิสระภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม การมุ่งหวังสู่การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นในระดับภูมิภาคสู่ระดับโลกด้วยการสร้างกลไก 3 มิติคือ 1) การสร้างคนด้านแฟชั่นผ่านการสร้างโรงเรียนแฟชั่น (fashion school) 2) การสร้างธุรกิจด้านแฟชั่นภายใต้โครงการรวบรวมแฟชั่นเทรนด์ทั่วโลก (fashion trend center) และโครงการเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน และ 3) การสร้างเมืองเพื่อจัดกิจกรรมด้านแฟชั่นด้วยการใช้พื้นที่เมืองส่งอุตสาหกรรมแฟชั่นไปสู่สายตาคนทั่วโลก ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนอย่างแข็งขัน (Tasaka, 2006) การพัฒนาเมืองในครั้งนี้จึงได้มีการหยิบยกกรุงเทพเมืองแฟชั่นขึ้นมาเป็นประเด็นนโยบายหาเสียงอีกครั้งเพื่อดำเนินไปควบคู่การนโยบาย 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์แวร์เวอร์

“...กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นกลายเป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญของดีไซน์เนอร์ยุค  
หลัง ได้มองเห็นอนาคต มองเห็นความเป็นไปได้ มองเห็นอาชีพภายใต้  
อุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างชัดเจนขึ้น...กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นเป็นหนึ่งใน  
รากฐานสำคัญที่พัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยอย่างเป็นระบบครั้งแรก โดย  
เชื่อมโยงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วม” (พรศเพื่อไทย, 2566)

### วันพรุ่งนี้เมืองจะเป็นอย่างไร: ประมวลทิศทางและข้อสรุป

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาเมืองเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหยุดยั้งได้ แต่สามารถกำหนดทิศทางความเป็นไปของเมืองผ่านการเมืองยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองที่ครอบคลุมทุกมิติ ซึ่งจากนโยบายที่ได้ใช้ในการหาเสียงเปิดพื้นที่ให้เห็นว่าเป็นนโยบายที่พยายามทำให้มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตเมือง (urbanism) จากการกลายเป็นเมืองสมัยใหม่ที่มีความเป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มก้อนของคนที่คุณเคยอย่างคนในครอบครัว และอีกมิติหนึ่งคือการสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนามหานครกรุงเทพ เนื่องจากมหานครเป็นศูนย์กลางโลกาภิวัตน์ทางการเงินและเศรษฐกิจ ในกรณีดังกล่าวนี้ทำให้พัฒนามหานครกรุงเทพควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาออกนอกมหานครกรุงเทพจึงเป็นทางเลือกที่พรรคเพื่อไทยได้นำเสนอ ซึ่งไม่ได้เป็นการพัฒนาที่เน้นเฉพาะส่วนแต่มุ่ง

พัฒนาให้เป็นองค์กรรวมและให้เมืองทุกเมืองเชื่อมโยงกันผ่านความสัมพันธ์จากโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม เทคโนโลยี และคมนาคม

อย่างไรก็ดี บทความขึ้นนี้เป็นเพียงการเชิญชวนให้เห็นฉากทัศน์การพัฒนาเมืองผ่านนโยบายของพรรคเพื่อไทยที่แสดงให้เห็นถึงมุมมองทางการเมืองที่มีต่อเมือง หากมองไปให้พ้นเฉพาะมิติการพัฒนา เมืองยังเป็นพื้นที่ที่มีความสลับซับซ้อน มีพื้นที่กึ่ง ๆ กลาง ๆ และพื้นที่หลบซ่อนอีกมากมายที่ไม่สามารถละเลยต่อการพัฒนาเมืองไปได้ การทำความเข้าใจศักยภาพของเมืองจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการพัฒนา งานชิ้นนี้อาจช่วยให้ผู้อ่านได้ต่อยอดประเด็นที่ได้นำเสนอมาแล้วไปสู่การวิจัยและทำความเข้าใจจากทัศน์ของการพัฒนาเมืองตามวิธีวิทยาการวิจัย (methodology) ที่เหมาะสมต่อไป และสามารถหยิบยกประเด็นนโยบายการพัฒนาเมืองมาเป็นส่วนหนึ่งของประเด็นทางด้านการวิจัย เช่น บทบาทของสถาบันทางสังคมในเมืองที่มีส่วนช่วยต่อการพัฒนาเมือง แนวทางการฟื้นฟูย่านที่เหมาะสมต่อการรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเมือง เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง (References)

### ภาษาไทย

- กนกวรรณ ธารวรรณ. (2562). ความเป็นเพศในสังคมเมืองกรุงเทพ. *วารสารมานุษยวิทยา*, 2(1), 87-118.
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2557). *แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556-2575)*. กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล.
- กังสดาล เขารั้ววัฒนกุล. (2557). ความเหลื่อมล้ำทางสังคมของชุมชนหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพเหนือ. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 40(2), 67-80.
- กิริติ ชื่นพิทยาธร. (2564). จากแนวคิด “การฟื้นฟูย่านเกย์” สู่ “การก่อตัวของพื้นที่เควิียร์”: กรณีศึกษาย่านอารีย์-ประดิพัทธ์ในกรุงเทพมหานคร. ใน สันต์ สุวัจน์ราภินันท์ (บก.), *สำรวจพื้นที่ทางสังคม: อัตลักษณ์ ปฏิบัติการ และภาพตัวแทน* (หน้า 147-213). สยามปริทัศน์.
- คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 17/2558 เรื่อง การจัดหาที่ดินเพื่อใช้ประโยชน์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ. (7 มกราคม 2565). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 132 ตอนพิเศษ 112 ง หน้า 3-5.

- จิราพร เหล่าเจริญวงศ์. (2564). พื้นที่ศึกษาในมูมมานุษยวิทยา: มโนทัศน์และวิธีวิทยา. ใน ยุคติ มุกดาวิจิตร, และชัชชล อัจฉนาทิตติ (บก.), *มานุษยวิทยามานุษย์* (หน้า 186-226). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. (2566). กรุงเทพฯ เมืองสุขภาพดี: พื้นที่สุขภาวะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒกับการสร้างวิถีชีวิตทางสุขภาพของคนเมือง. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23(1), 278-297.
- นิรมล เสรีสกุล, และ อติศักดิ์ กันทะเมืองลี. (2565). ดัชนีเมืองเดินได้: การศึกษาเพื่อจัดทำตัวชี้วัดและประเมินศักยภาพคุณลักษณะของเมืองที่ส่งเสริมการสัญจรด้วยการเดินเท้าของมหานครกรุงเทพ. *หน้าจั่ว*, 19(2), 246-287.
- บุญเลิศ วิเศษปรีชา. (2562). สิทธิที่จะมีส่วนร่วมในเมือง. *CMU Journal of Law and Social Sciences*, 12(2), 85-122.
- ปรมินทร์ ตั้งโอภาสวิไลสกุล. (2564). โลกยุค COVID-19: วิฤตและโอกาสในชีวิตของผู้อยู่ร่วมกับโรคซิมเศร่า. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 33(1), 71-123.
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2560). *เงื่อนไขความสำเร็จ ความขัดแย้งและข้อจำกัดของเขตเศรษฐกิจพิเศษ: กรณีศึกษาประสบการณ์จากประเทศกำลังพัฒนา*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ปฐนทร์ นาคสิงห์, และอังกร หงส์คณานุเคราะห์. (2561). การทำให้สงกรานต์กรุงเทพฯ เป็นสินค้าวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *วารสารมานุษยวิทยา*, 1(1), 159-189.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). (2565, 1 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนที่ 258ง. หน้า 1.
- ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2563). เมืองเชียงใหม่กับโลกาภิวัตน์ที่หลากหลาย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 32(1), 11-41.
- ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2565). เมืองเชิงซ้อน: กายานครซ้อนตัวตน. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 34(1), 46-75.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2564). *ผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19: กลไกการรับมือ มาตรการช่วยเหลือ และการวางแผนระยะยาว*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.).
- สายชล ปัญญชิต. (2555). การพัฒนากองทุนหมู่บ้านไปสู่สถาบันการเงินชุมชน: ความรู้ และข้อเสนอสู่ความจริง. *วารสารวิทยบริการ*, 23(3), 148-163.

- หทัยรัตน์ มาประณีต. (2554). การศึกษาทัศนคติด้านความรุนแรงต่อสตรีของสตรีในชุมชนเมือง. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(6), 162-177.
- หทัยรัตน์ มาประณีต. (2554). ความรุนแรงต่อสตรีในชุมชนเมือง. *วารสารคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 14, 134-142.
- อภิวัฒน์ รัตนวราหะ. (2566). *นคราภิวัฒน์ไทย: ทางมา ทางไป ทางออก*. แผนงานบูรณาการยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0.
- เอ็ดวาร์ด แวน รอย. (2565). *Siamese Melting Pot* [ก่อร่างเป็นบางกอก] (พิมพ์ครั้งที่ 2). มติชน.

### ภาษาอังกฤษ

- Askew, M. (2002). *Bangkok: Place, practice and representation*. Routledge.
- Azarya, V. (2004). Globalization and International Tourism in Developing Countries: Marginality as a Commercial Commodity. *Current Sociology*, 52(6), 949-967.
- Certeau, M. D. (1984). *The Practice of Everyday Life*. University of California Press.
- Harvey, D. (2001). Globalization and the "Spatial Fix". *Geographische Revue*, 2(2001), 23-30.
- Kuklick, H. (1980). Chicago Sociology and Urban Planning Policy: Sociological Theory as Occupational Ideology. *Theory and Society*, 9(6), 821-845.
- Lens, M. C. (2022). Zoning, Land Use, and the Reproduction of Urban Inequality. *Annual Review of Sociology*, 48, 421-439.
- Mellor, R. (1975). Urban Sociology in an Urbanized Society. *The British Journal of Sociology*, 26(3), 276-293.
- Sangkhamanee, J. (2021). Bangkok Precipitated: Cloudbursts, Sentient Urbanity, and Emergent Atmospheres. *East Asian Science, Technology and Society: An International Journal*, 15(2), 153-172.
- Sassen, S. (2001). *The Global City: New York, London, Tokyo* (2<sup>nd</sup> Edition). Princeton University Press.
- Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*. Routledge.
- Tasaka, T. (2006). *Empirical Study of Bangkok Fashion City and Industrial Revitalization*. Osaka City University.

Thongsawang, S. (2022). Impacts of Online Learning in Development Studies during the COVID-19 Pandemic. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43 (2022), 1049-1058.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

คณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2566). นโยบายของพรรคการเมืองที่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แบบบัญชีรายชื่อ. สืบค้นจาก, [https://www.ect.go.th/ect\\_th/news\\_page.php?nid=20499](https://www.ect.go.th/ect_th/news_page.php?nid=20499)

ประชาไท. (2566). ‘เศรษฐา’ ชวนเลือก ‘เพื่อไทย’ ให้ได้ขาดประเทศเปลี่ยนทันที - ‘อนุทิน’ ขอคืนสยามเมืองยิ้ม สลายขัดแย้ง. สืบค้นจาก, <https://prachatai.com/journal/2023/05/104005>

พรรคเพื่อไทย. (2564, 28 ตุลาคม). ‘เพื่อไทยมหานคร’ พัฒนาเมืองด้วยแนวคิดและวิสัยทัศน์ “دنۇر پۇنۇگنۇت” เผย พรรคเพื่อไทยระดมผู้เชี่ยวชาญ-คนรู้จักจริง [status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/pheuthaiparty/photos/a.153985257967754/4843007142398852/?type=3>

\_\_\_\_\_. (2565, 10 กุมภาพันธ์). ‘กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น’ หนึ่งในแคมเปญของรัฐบาลทักษิณที่ต้องการผลักดันให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางของแฟชั่นในภูมิภาคระดับ [status update]. Twitter. <https://twitter.com/PheuThaiParty/status/1492296531286040578>

\_\_\_\_\_. (2566). 50 เขต 50 โรงพยาบาล. สืบค้นจาก, <https://ptp.or.th/50-hospitals>

\_\_\_\_\_. (2566). นโยบาย One Family One Soft Power และ Thailand Creative Content Agency. สืบค้นจาก, <https://ptp.or.th/นโยบายหลักพรรคเพื่อไทย/ofos-thacca-policy>

\_\_\_\_\_. (2566). นโยบายท่องเที่ยว. สืบค้นจาก, <https://ptp.or.th/นโยบายหลักพรรคเพื่อไทย/tourism-policy>

\_\_\_\_\_. (2566). นโยบายรัฐบาลดิจิทัลเพื่อประชาชน. สืบค้นจาก, <https://ptp.or.th/นโยบายหลักพรรคเพื่อไทย/technology-policy>

\_\_\_\_\_. (2566). นโยบายเศรษฐกิจมหภาค. สืบค้นจาก, <https://ptp.or.th/นโยบายหลักพรรคเพื่อไทย/นโยบายด้านเศรษฐกิจ>

พิมพ์นารา อินตะประเสริฐ, แพรวพรรณ ศิริเลิศ, และอติรุจ ดือระ. (2566). *SDG Policy Focus: เลือกตั้ง 66 นโยบายพรรคไหนตอบโจทย์ SDGs ที่สุด*. สืบค้นจาก, <https://www.sdgmovement.com/2023/05/11/sdg-policy-focus-thailand-election-66/>

The Active. (2566). *โค้งสุดท้าย! วัดนโยบายเพื่อ ‘คนพิการ-ผู้สูงอายุ’ เลือกตั้ง 66*. สืบค้นจาก, <https://theactive.net/news/welfare-20230507/>





**Citation:** เตชินท์ คำเทศ, ประกายดาว ณ.สุย, วีรเศรษฐ รั้วทอง, และ กฤติยา คันทโชติ. (2567). การรักษาทบทาในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT. วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา, 1(1), 60-84

DOI:

## การรักษาทบทาในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT

เตชินท์ คำเทศ<sup>\*1</sup>, ประกายดาว ณ.สุย<sup>\*2</sup>, วีรเศรษฐ รั้วทอง<sup>\*3</sup>, กฤติยา คันทโชติ<sup>\*\*</sup>

<sup>\*</sup> ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2564

<sup>1</sup> Email: Taechin.k@hotmail.com, <sup>2</sup> Email: Prakaidownnasui@gmail.com, <sup>3</sup> Weeraseth.m@gmail.com

<sup>\*\*</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, Email: krittiyak@swu.ac.th

## The Roles Integration in Everyday-Life of NCT Fans

Taechin Khumted<sup>\*</sup>, Prakaidown Nasui<sup>\*</sup>, Weeraseth Rewthong<sup>\*</sup>, Krittiya Kantachote<sup>\*\*</sup>

<sup>\*</sup> Bachelor of Arts Program Department of Sociology for Development Srinakharinwirot University, academic year 2021

<sup>\*\*</sup> Assistant Professor, Department of Sociology for Development, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

**Article History:** Received: November 20, 2023 / Revised: January 1, 2024 / Accepted: January 2, 2024

### บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้ศึกษาบทบาทและการรักษาทบทาในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT ผ่านมิติการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ โดยอาศัยการวิจัยชาติพันธุ์วรรณาออนไลน์จากการสัมภาษณ์แฟนคลับที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 37 คน ร่วมกับการสังเกตการณ์ภาคสนามออนไลน์ในทวิตเตอร์ จากนั้นทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อค้นพบจากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ข้อค้นพบที่หนึ่ง บทบาทของแฟนคลับวง NCT มีบทบาทที่มีลักษณะสัมพันธ์ไปกับการดำเนินชีวิตประจำวันของแฟนคลับเพื่อแสดงออกซึ่งการสนับสนุนศิลปิน โดยแสดงให้เห็นผ่านพฤติกรรมที่เป็นสินค้าและการใช้สื่อ อีกทั้งยังมีการแสดงบทบาทของแฟนคลับผ่านรสนิยมที่มีร่วมกันจนนำมาสู่ความสามารถในการจำแนกแตกต่างความเป็นกลุ่มของแฟนคลับ ขณะที่ข้อค้นพบที่สอง การรักษาทบทาในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT สะท้อนให้เห็นผ่านกิจกรรมของแฟนคลับที่มีร่วมกันด้วยการผสมผสานระหว่างการบริโภคเชิงสัญลักษณ์กับทุนในสนามของแฟนคลับจนกลายเป็นปฏิบัติการของแฟนคลับเพื่อรักษาทบทาในชีวิตประจำวันที่มีความเชื่อมโยงกับศิลปินที่ชื่นชอบ

**คำสำคัญ:** ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์, การบริโภคเชิงสัญลักษณ์, การรักษาทบทา, NCT, แฟนคลับ

## Abstract

Building on a netnography, this article aims to study a.) the roles of NCT boy band's fans by adopting consumption of sign; and b.) the role integration of the lifestyle of the NCT fans. A total number of 30 online interviewees and 7 group-interview participants were selected from online observation via relating hashtags on Twitters. The obtained findings show how the integration role impacts NCT fans in various facets including their fandom and daily lives. This study also discovers that interaction between artists and fans can be a predictor of consumption and extends its influences on the roles of fans. Moreover, apart from the role integration, Pierre Bourdieu's conceptualization of capital should be taken into consideration since capital is dynamic and related to interaction and roles. Eventually, there are a variety of ways that symbolic activity might lead to roles integration, fan roles, and individual roles.

**Keywords:** Symbolic Interactionism, Consumption of Sign, Roles Integration, NCT, Fans

## บทนำ

วัฒนธรรมแฟนคลับในสังคมสมัยใหม่ได้สร้างปรากฏการณ์การบริโภคนิยมเอาไว้หลากหลายรูปแบบได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะความมีชีวิตชีวาของแฟนคลับที่แสดงผ่านการทำกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปินที่ตนชื่นชอบราวกับได้นำตัวตนด้านที่เป็นบทบาทแฟนคลับออกมาพร้อมกับบทบาทในชีวิตประจำวันทั่วไป หากพิจารณาย้อนกลับมาเรื่องการศึกษาแฟนคลับที่พยายามก้าวข้ามความคิดเชิงลบเกี่ยวกับแฟนคลับว่าเป็นกลุ่มคนที่เต็มไปด้วยความคลั่งไคล้อย่างไรเหตุผล Henry Jenkins (1992) กลับชวนพิจารณาว่าการรวมกลุ่มของแฟนคลับมาจากความชื่นชอบในสิ่งเดียวกันซึ่งสามารถสร้างชุดความหมายใหม่ได้อย่างสร้างสรรค์ด้วยตนเอง และวัฒนธรรมแฟนคลับเป็นพื้นที่สำหรับการหลบหนีจากการใช้ชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามพื้นที่ของแฟนคลับและพื้นที่ในชีวิตประจำวันไม่ได้แยกขาดจากกัน Matt Hills (2017) เสนอว่าแฟนคลับมิได้มีอัตลักษณ์ที่ตายตัว เนื่องจากพื้นที่แฟนคลับในปัจจุบันโยกย้ายเข้าสู่โลกดิจิทัลที่มีความสั่นไหวตัดข้ามไปมาระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมอื่น (Hills, 2017; Jenkins, 2006) อีกทั้ง

สื่อที่เข้ามามีบทบาทท่ามกลางกระแสการบริโภคนิยมในชีวิตประจำวันทำให้การแสดงบทบาทของแฟนคลับมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น (Williams, 2016)

บทบาทแฟนคลับมีความเกี่ยวเนื่องกับสถาบันทางสังคมทั้งในด้านการเมืองเพื่อต่อรองกับอำนาจได้ในหลายระดับโดยเฉพาะกับผู้ผลิต และมีความเป็นสังคมเศรษฐกิจ (socio-economic) ในฐานะการสะสมทุนทางวัฒนธรรมที่ช่วงชิงมาสร้างวัฒนธรรมของตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2555; Jenkins, 1992; Fiske, 1992) พื้นที่ทางสังคมของแฟนคลับจึงเต็มไปด้วยการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ได้อย่างอิสระ (Baudrillard, 1996) ประกอบกับพลวัตของการนำเสนอบทบาทในชีวิตประจำวันของตนเอง (Mead, 1934; Goffman, 1959) ที่มีโลกของแฟนคลับเข้ามาบรรจบกันทำให้โลกของแฟนคลับที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมบริโภคนิยมมีบทบาทที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การก่อตัวของ “กระแสเกาหลีหรือฮัลลียู (Korean wave or Hallyu)” สามารถทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมในแบบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แผ่ขยายไปทั่วโลก (ไพบุลย์ ปิตะเสน, และ จิราพร จันจุฬา, 2563) โดยเฉพาะการส่งออกวัฒนธรรม K-POP ที่มีการรวมกลุ่มของแฟนคลับข้ามพรมแดนหลายระดับ และสำหรับการศึกษาครั้งนี้ที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจแฟนคลับวง NCT ซึ่งเป็นวงที่ก่อตั้งโดยบริษัท SM Entertainment โดย NCT<sup>1</sup> ย่อมาจาก Neo Culture Technology มีจุดประสงค์หลักของการก่อตั้งเพื่อการเผยแพร่กระแสเกาหลีไปในหลาย ๆ วัฒนธรรม เป็นกลยุทธ์ที่ออกแบบโดย Lee Soo-man ที่อยากให้ K-POP เข้าสู่การตลาดโลกด้วยการลดกรอบข้อจำกัดคุณสมบัติของสมาชิกในด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่ พื้นที่ เชื้อชาติ ด้วยการที่วงมีศิลปินหลายเชื้อชาติมารวมกันฐานแฟนคลับและการบริโภคมากขึ้นตามมาด้วยเช่นกัน ในเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมานิตยสารที่ทรงอิทธิพลด้านอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ทำการสำรวจจากทั่วโลกอย่างนิตยสาร Billboard (บิลบอร์ด) ได้เปิดเผยอัลบั้ม TOP 10 อันดับสูงสุดบนชาร์ต Billboard200 ซึ่งเป็นการจัดอันดับอัลบั้มที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 200 อัลบั้มตามผลสำรวจ โดยที่ผ่านมานับตั้งแต่มีการเปิดตัว ผลงานของศิลปินวง NCT127 ได้ติดอันดับดังกล่าวมาโดยตลอด โดยเฉพาะการปล่อยผลงานที่ผ่านมานี้ได้สร้างสถิติอันดับที่ดีที่สุดของวง และถือเป็นสถิติอันดับที่สูงที่สุดของอัลบั้มศิลปิน K-POP ในประเทศเกาหลี ด้วยการเข้าไปเป็น TOP 3 ของชาร์ต Billboard200 ท่ามกลางรายชื่อของเหล่าศิลปินระดับโลก (Shanne, 2021; Jieun, 2021) สิ่งเหล่านี้ได้พิสูจน์ให้เห็นถึงอิทธิพลของแนวเพลงรวมถึงสถานะของวง NCT127 อาจเรียกได้ว่าเป็นทั้งตัวแทนของศิลปิน K-POP และตัวแทนของศิลปินในทวีปเอเชียในการนำวัฒนธรรมแบบเอเชียไว้พัฒนา (Asianization)

<sup>1</sup> NCT แบ่งออกเป็นยูนิทย่อย 4 ยูนิท ได้แก่ NCT U, NCT127, NCT Dream และ WayV

ความหลากหลายของศิลปินวง NCT ทำให้เกิดชุมชนแฟนคลับจากหลายประเทศด้วยกัน ชุมชนแฟนคลับวง NCT ในพื้นที่ออนไลน์จึงมีการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์อย่างอิสระ เช่นเดียวกับ แฟนคลับวง NCT ในสังคมไทยต่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับเชื้อชาติอื่น เช่น การดันแฮชแท็กเกี่ยวกับศิลปิน การฟังเพลงเพื่อเพิ่มยอดวิว อย่างไรก็ตามแฟนคลับวง NCT ในสังคมไทยมีการทำกิจกรรมทั้งในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์อย่างเห็นได้ชัดจนไม่ว่าจะเป็นการจัดคาเฟ่วันเกิด การติดป้ายโปรเจกต์วันเกิดศิลปินเพื่อกระจายรายได้ให้ผู้คนในพื้นที่เมือง รวมถึงกิจกรรมให้ของขวัญ (give away) ที่จัดขึ้นโดยแฟนคลับวง NCT ด้วยกันเองซึ่งเป็นการให้ของที่แฟนคลับทำขึ้นเองเพื่อ แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และสามารถนำมาแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างมิตรภาพใหม่ ๆ ในหมู่แฟนคลับ นอกจากนี้กิจกรรมที่ยังเกี่ยวกับศิลปินวง NCT แล้วยังมีกิจกรรมในชีวิตประจำวันทั่วไปที่แสดงถึง บทบาทแฟนคลับที่หลากหลายมากขึ้น

การศึกษาค้นคว้านี้มาสู่การพิจารณาปฏิสัมพันธ์กับบทบาทแฟนคลับวง NCT ภายใต้ วัฒนธรรมการบริโภคนิยมที่บทบาทแฟนคลับปรับเปลี่ยนไปตลอดเวลา แต่เหตุใดถึงมีบทบาทแฟนคลับแสดงอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนว่าโลกของแฟนคลับที่ปะปนไปกับการใช้ชีวิตเสมือนว่ามีการเก็บรักษาบทบาทบางอย่างในพื้นที่ทางสังคมของตนเอาไว้ กล่าวได้ว่าการวิจัยครั้งนี้พยายาม ค้นหาสิ่งที่เรียกว่าการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้ติดกับการบริโภคของแฟนคลับวง NCT ผ่านกรอบความคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic interactionism) และแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (consumption of sign) ทั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาใน 2 ประเด็นหลักคือ 1) บทบาทแฟนคลับวง NCT ผ่านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในชีวิตประจำวัน และ 2) การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของ แฟนคลับวง NCT ผ่านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### บทบาทแฟนคลับกับวัฒนธรรมการบริโภค

นักคิดคนสำคัญของสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อย่าง George Herbert Mead (1934) กล่าวถึงสาระสำคัญของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic interactionism) ว่าเป็นการให้ความสนใจกับพฤติกรรมทางสังคมหรือบทบาทที่ผู้กระทำการ (actor) เลือกแสดงในสถานการณ์หนึ่ง ๆ รวมถึงเรื่องปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้กระทำการ ทั้งยังสนใจไปถึงการทำความเข้าใจวิธีคิดและการแสดงออกพื้นฐานในระดับชีวิตประจำวันว่าความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลในสังคมอยู่ที่การมี และการใช้ความหมายร่วมกัน การกระทำระหว่างกันของคนในสังคมเกิดเป็นความสัมพันธ์หนึ่ง ๆ ขึ้น เนื่องมาจากการใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน การกระทำระหว่างกันจึงนำไปสู่ความหมายในการ ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ซึ่งกระบวนการโต้ตอบที่เกิดขึ้นต่างก็ตีความหมายและตีความให้กันและ

กัน เป็นความหมายที่ยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์และบริบท ในการศึกษาครั้งนี้จึงกล่าวได้ว่าการปฏิสัมพันธ์หนึ่ง ๆ ล้วนมาพร้อมเรื่องของบทบาทของแฟนคลับทั้งสิ้น

สำหรับ Herbert Blumer (1969) ผู้ซึ่งได้รับอิทธิพลจากงานของ Mead เขาเสนอในประเด็นดังกล่าวว่า โครงสร้างสังคม อันได้แก่ ระบบสังคม ช่วงชั้นทางสังคม วัฒนธรรม บทบาททางสังคม เหล่านี้ล้วนเป็นชุดเงื่อนไขของการกระทำ แต่ไม่ได้มีบทบาทในการกำหนดการกระทำ ปัจเจกบุคคลในฐานะหน่วยของการกระทำ มิได้กระทำการตอบสนองกับวัฒนธรรมหรือโครงสร้างทางสังคม แต่เป็นการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่มีสัญลักษณ์และไม่มีสัญลักษณ์ผ่านวัตถุ Blumer อธิบายว่า วัตถุจะมีความหมายขึ้นมาได้นั้นต้องผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ดังกล่าวมาแล้ว ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตีความ (interpretation) และการนิยาม (definition) โดยที่วัตถุเดียวกันนี้อาจมีความหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน เพราะวัตถุจะได้รับการกำหนดหรือนิยามจากตัวแสดงอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับกระทำของผู้อื่นที่มีต่อคน ๆ นั้นในขณะที่มีการให้นิยามกับวัตถุหรือสัญลักษณ์นั้นอยู่

บทบาทแฟนคลับ (roles of fans) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการมองผ่านการปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ชีวิตประจำวันของแฟน ดังนี้

1) ปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบของแฟนคลับด้วยกัน ซึ่งกล่าวได้ว่าปัจเจกมีการจัดประเภทของบทบาทเพื่อจัดระเบียบในปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้อื่น ทำให้แฟนบางกลุ่มให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนด้วยกัน ในการศึกษาของนักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน Erving Goffman จากหนังสือ The presentation of self in everyday life (1959) ซึ่งนำเสนอแนวคิดการวิเคราะห์เชิงละคร (dramaturgy) เขาอภิปรายเรื่องบทบาท (roles) กับธรรมชาติตัวตนของบุคคล โดยเสนอว่าทุก ๆ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) ที่เกิดขึ้นมีพื้นที่ที่เรียกว่า ‘หน้าฉาก’ (front stage) ซึ่งเปรียบเป็นหน้าเวทีที่ใช้ในการแสดง ตัวแสดงจะได้รับความสนใจจากผู้ชมในขณะเดียวกันก็มีพื้นที่ ‘หลังฉาก’ (back stage) เป็นพื้นที่ที่ตัวแสดงสามารถเปลี่ยนและวางบทบาทที่สวมอยู่หน้าเวทีและกลับมาเป็นตัวเองได้ เปรียบเสมือนเป็นตัวตนที่ซ่อนเอาไว้ (hidden self) ในแต่ละสถานการณ์ เช่นเดียวกันขณะมีปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มแฟน คนบางกลุ่มอาจได้แสดงบทบาทที่เป็นหน้าฉากได้อย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสที่คนบางกลุ่มอาจได้แสดงบทบาทของตนซ่อนเอาไว้หลังฉากในชีวิตประจำวันปกติได้อย่างเต็มที่ เพราะการรวมกลุ่มในหมู่แฟนเปรียบเสมือนการได้อยู่ในโลกของแฟน ที่เต็มไปด้วยคนที่มีความสนใจเดียวกัน แสดงบทบาทคล้ายคลึงกัน มีความเข้าใจกันและรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน ทำให้สิ่งที่ทำแล้วกลายเป็นคนประหลาดในสายตาคนนอกจะไม่นับเช่นนั้นเมื่ออยู่ในหมู่แฟนด้วยกัน ในขณะที่การมีปฏิสัมพันธ์กับคนนอกกลุ่ม บางครั้งบุคคลที่เป็นแฟนจะสามารถแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง (หน้าฉาก) ได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งบทบาทของการเป็นแฟนคลับมิได้มีกิจกรรมร่วมกันเพียงแค่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเท่านั้น แต่พวกเขาก็ถือว่า

การเป็นแฟนคลับนั้นหมายรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ชีวิตประจำวันด้วย (ชลวรรณ วงษ์อินทร์, 2548; สุปรีดา ซ่อลำไย, 2549; ชยพล เจริญลาภกุล, 2559)

กลุ่มของแฟนคลับหนึ่ง ๆ เป็นกลุ่มทางสังคม (social group) ที่มีทั้งรูปแบบความสัมพันธ์ในแง่บวกและแง่ลบที่แฟนคลับอาจเกิดความขัดแย้งกัน โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจเจกที่มารวมกันในกลุ่มแฟนมีรูปแบบความสัมพันธ์แบบครอบครัว พี่น้อง เพื่อนฝูง มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งในเรื่องที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นแฟน (วรรณุช ดันตวิฑิตพงศ์, 2551; พริภา สุวรรณโชติ, 2551; Williams, 2016)

2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน อาจแบ่งเป็น กิจกรรมที่มีเนื้อหาที่เป็นจริง เช่น การติดตามศิลปินไปยังสถานที่ต่าง ๆ การติดตามข่าวสารและผลงาน การชมคอนเสิร์ต การบริโภคสื่อและสะสมสินค้าเกี่ยวกับศิลปินที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น (วรรณุช ดันตวิฑิตพงศ์, 2551; พริภา สุวรรณโชติ, 2551) และกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ (symbolic activity) ซึ่งรวมไปถึงลักษณะของพฤติกรรมที่เป็นชนบในการประพฤติปฏิบัติของกลุ่มแฟนที่จะระบุว่าใครสังกัดอยู่วัฒนธรรมไหน โดยมีลักษณะเฉพาะที่ทำให้แตกต่างจากคนอื่น ๆ รวมถึงสังกัดวัฒนธรรมอื่น เช่น เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า การใช้เครื่องประดับ ทรงผม เป็นต้น (ชลวรรณ วงษ์อินทร์, 2548; อรญา หาญพัฒน์, 2550) รวมไปถึงบทบาทของการเป็นผู้เข้าร่วมผลิตและสร้างสรรค์วัฒนธรรม (creative and cultural audience) (กุลวิชญ์ สำแดงเพชร, 2551; สายชล ปัญญชิต, 2553;)

ความสัมพันธ์ของ “บทบาทความเป็นแฟน” กับ “บทบาทในชีวิตประจำวัน” ที่การแสดงบทบาทมีความทับซ้อนกันระหว่างพื้นที่ชีวิตประจำวันปกติและพื้นที่ความเป็นแฟน รวมถึงบางครั้งการบริโภคในฐานะของแฟนคลับก็เข้ามาช่วยส่งเสริมบทบาทในชีวิตประจำวัน ซึ่งในการวิเคราะห์ถึงบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนหรือกลุ่มแฟนจึงต้องคำนึงถึงบริบทของพื้นที่และสถานการณ์ที่แฟนเลือกแสดงบทบาทหนึ่ง ๆ ดังนั้น ในการศึกษาบทบาทรวมถึงปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบุคคลที่เรียกตนว่าเป็นแฟน มีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจต่อการนิยามความหมายและสถาปนาสัญลักษณ์หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่กระทำอยู่ในกลุ่มแฟนเป็นสำคัญ

วัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) มักหยิบยกขึ้นมาพิจารณากับวัฒนธรรมการบริโภค (consumer culture) ที่ผูกติดกับความเป็นธุรกิจการค้าและความหลงใหลในระดับปัจเจก (Fuschillo, 2020; Fiske, 1992) ผ่านงานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแฟนคลับ การบริโภค และการสะสมทุน (สมฤดี พวงยานี, 2562; พัน ฉัตรไชยยันต์, 2561; กมลพรรณ อากาส, 2560; สายชล ปัญญชิต, 2553; Oliver, 2020; Kozinets, 1997) ทำให้การบริโภคแยกไม่ออกจากวัฒนธรรมแฟนคลับ และสามารถสร้างสรรค์วิถีชีวิตในรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาได้อย่างอิสระ ในการศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคได้มีนักวิชาการให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นสำนักวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) ที่มาจากกระแสการหันเหสู่วัฒนธรรม (cultural turn) มุ่งเน้นในเรื่องของ

วัฒนธรรมที่ถูกผลิตสร้างโดยมนุษย์ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2552, น. 16-19) ในขณะเดียวกันงานเรื่อง *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (1984) ของนักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส Pierre Bourdieu ศึกษาถึงการบริโภคที่สร้างความแตกต่างทางชนชั้นของสังคมฝรั่งเศสโดยมาจากการสะสมรูปของทุนประเภทต่าง ๆ (forms of capital) สนามทางสังคม (fields) และการแสดงออกผ่านแนวจิต (habitus) ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตที่จำแนกให้สังคมแตกต่างกัน

เช่นเดียวกับ Bourdieu ยังมีนักวิชาการชาวฝรั่งเศสที่ให้ความสำคัญต่อการศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคและการผลิตสร้างความแตกต่างนั้นคือ Jean Baudrillard ในหนังสือ *The system of object* (1996) มีจุดยืนว่าด้วยการบริโภคสร้างกระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม รวมถึงการถูกครอบงำโดยวัตถุและระบบสัญลักษณ์ให้กลายเป็นความจริง เสมือนว่าตัวสัญลักษณ์ถูกจำลองขึ้นมาแทนความจริงที่ได้ตายจากไป การบริโภคของมนุษย์จึงตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ที่มาจากการปรุงแต่งของสัญลักษณ์ เบื้องหลังแนวคิดของ Baudrillard เป็นการต่อต้านความคิดดั้งเดิมของ Marxism ว่าด้วยความต้องการของมนุษย์ที่มีแต่คุณค่าการใช้สอยกับคุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน Baudrillard ยังได้รับอิทธิพลเรื่องสัญลักษณ์มาจากนักสัญวิทยาที่พิจารณาว่าสัญลักษณ์มาจากการสร้างความหมายผ่านวัตถุ ซึ่ง Baudrillard ได้สานความคิดดังกล่าวโดยขอบเขตของวัตถุมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนความหมายภายใต้ระบบสัญลักษณ์เพื่อการยอมรับเงื่อนไขทางสังคมร่วมกันและสร้างเป็นสัญลักษณ์ไปอย่างไม่สิ้นสุดซึ่งล้วนเป็นผลผลิตจากระบบทุนนิยม มิใช่กำกับผ่านการแลกเปลี่ยนเพื่อความต้องการใช้สอยในแบบของ Marx กล่าวได้ว่าในทัศนะของ Baudrillard (1998) มองวัตถุเป็นตัวกำหนดความสัมพันธ์ทางสังคมผ่านตัวสัญลักษณ์ทำให้การบริโภคของมนุษย์จึงไม่มีทางถูกเติมเต็มเป็นแค่เพียงสิ่งที่สร้างความเพลิดเพลิน โดยสรุปแล้วการบริโภคสินค้าต่าง ๆ นอกจากการแลกเปลี่ยนและการใช้งาน (exchange and use value) ยังเต็มไปด้วยระบบคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และสัญลักษณ์ (sign and symbolic value) ที่ล้วนทำให้ความสัมพันธ์ของมนุษย์กลายเป็นหนึ่งเดียวกับวัตถุและสร้างความแตกต่างในระดับปัจเจกบุคคล (Cuff et al., 2005; Baudrillard & Poster, 1988)

Fuschillo (2020) ชี้ชวนว่าปรากฏการณ์วัฒนธรรมการบริโภคกับแฟนคลับเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ขาด ซึ่งสะท้อนถึงการเป็นสินค้าทางธุรกิจกับความหลงใหลของปัจเจกโดยสิ่งเหล่านี้แตกได้กลุ่มวัฒนธรรมย่อยออกไปอย่างหลากหลาย ดังเช่นในงานศึกษาของ Kozinets (1997) อธิบายถึงกิจกรรมระหว่างกลุ่มแฟนคลับ Star Trek ด้วยกันได้สร้างความหมายร่วมกันผ่านตัวสินค้านำไปสู่ประกอบสร้างความหลากหลายในการบริโภคของแฟนคลับ ซึ่งบ่งชี้ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และวัตถุที่ประกอบสร้างความหมายขึ้นมา โดยกรณีศึกษาของ Oliver (2020) ชวนให้พิจารณาว่าอัลบั้มเพลง K-POP (physical media) ในยุคดิจิทัลที่ยังวัตถุมีบทบาททำหน้าที่กำหนดความสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสัญลักษณ์ ตามความคิดของ Baudrillard เมื่อวัตถุไม่ได้มีหน้าที่ใช้การ

สอยวัตถุจะกลายเป็นของสะสมที่มีคุณค่าความผูกพันทางจิตใจ ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลาแต่อัลบั้มเพลง K-POP ยังเป็นสินค้าที่มีคุณค่าต่ออุตสาหกรรมเพลง K-POP และแฟนคลับต่อไป ทำให้อัลบั้มเพลง K-POP มีความหมายแตกต่างกันไปตามการให้สัญญาของผู้ถือครอง

ในขณะที่เดียวกันสัญญายังมีหน้าที่สร้างความรู้สึกร่วมกันและพื้นที่ให้กับปัจเจก งานศึกษาของ สมฤดี พวงยานี (2562) พบว่าการบริโภคสินค้าที่ระลึกของกลุ่มแฟนคลับวง GOT7 และ BTS ต่างสร้างความหมายเชิงสัญญะผ่านตัวสินค้าที่ตนมีอยู่ ซึ่งเป็นการสร้างเงื่อนไขเชิงสัญลักษณ์ร่วมกันภายในกลุ่มแฟนคลับ เช่น การใช้สินค้าที่ปรากฏสัญลักษณ์ของวงที่ชื่นชอบกลายเป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์การเป็นแฟนคลับผ่านสัญญะที่กลุ่มแฟนคลับได้สร้างขึ้นร่วมกัน เช่นเดียวกับงานของ กมลพรรณ อากาส (2560) ว่าด้วยในกลุ่มแฟนคลับวง Girls' Generation เป็นบริโภคสินค้าเกี่ยวกับศิลปินในชีวิตประจำวันและพื้นที่ของแฟนคลับ ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างแฟนคลับและภายนอกกลุ่มแฟนคลับผ่านสัญญะที่ถูกสร้างขึ้น โดยกรณีศึกษาของ สมฤดี พวงยานี (2562) และ กมลพรรณ อากาส (2560) ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการบริโภคและความชอบของแฟนคลับผูกโยงเข้ากับความเป็นตราสินค้าทางธุรกิจ ดังนั้นการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์จึงมาจากผู้ผลิตด้วยเช่นกัน (Fuschillo, 2020) แต่ในทางกลับกันแล้วแฟนคลับสามารถสร้างความหมายได้ขึ้นมาด้วยตนเองผ่านกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ภายในกลุ่มแฟนคลับ บ่งบอกได้ว่าแฟนคลับมิได้ตกอยู่ในอำนาจของผู้ผลิต (ค่ายเพลง) เพียงอย่างเดียวแต่ยังสร้างการบริโภคที่หลากหลายได้ในแบบของตน

งานศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับกับการบริโภคสินค้านอกจากจะเป็นการดำรงอยู่ท่ามกลางระบบตลาดแบบทุนนิยมยังสะท้อนถึงการแลกเปลี่ยนความหมายที่แฝงระบบสัญญะและสัญลักษณ์ด้วยเหตุนี้ทำให้แฟนคลับสามารถสร้างเครือข่ายของการบริโภคเชิงสัญญะได้ตลอดเวลา และสามารถรักษาตำแหน่งแห่งที่ของตนในกลุ่มแฟนคลับต่อไปได้ (สมฤดี พวงยานี, 2562; กมลพรรณ อากาส, 2560; Oliver, 2020; Kozinets, 1997) มากไปกว่านั้นแฟนคลับกลายเป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่มีหลายบทบาทในเวลาเดียวกันโดยเฉพาะบทบาทในฐานะผู้บริโภคที่ตัดข้ามพื้นที่ทางเศรษฐกิจและสังคม การพิจารณาโลกของแฟนคลับให้แยกออกจากชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้หากเส้นแบ่งเหล่านี้ซ้อนทับกันมาตั้งแต่แรกเริ่ม

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารังนี้อาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผสมกับชาติพันธุ์วรรณาออนไลน์ (netnography) โดย Kozinets (2010) เสนอว่าชาติพันธุ์วรรณาออนไลน์สามารถเป็นตัวช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลบนชุมชนออนไลน์ (online community) ซึ่งเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมและพฤติกรรมที่มีการรวมกลุ่มทางสังคมของผู้คนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันผ่าน

ชีวิตประจำวัน ในการวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การเคลื่อนไหวเพื่อหาข้อมูล (elicited data) คือการมีปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับชุมชน (communal interaction) คือข้อมูลที่ได้มาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมต่าง ๆ (researcher co-creates with culture members) บนพื้นที่ออนไลน์ หรือระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง ซึ่งข้อมูลจะเป็นในลักษณะของสิ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์ อีกทั้ง การสังเกตการณ์ภาคสนามแบบออนไลน์ (online observation) เป็นการสังเกตกิจกรรมบนพื้นที่ออนไลน์ของแฟนคลับวง NCT ผ่านแฮชแท็ก (hashtag) บนทวิตเตอร์ (twitter) ซึ่งเป็นพื้นที่ดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับเสมือนเป็นโลกทางสังคมที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมในฐานะเครือข่ายแบบหนึ่ง (Pink et al., 2016) โดยใช้เครื่องมือบันทึกภาคสนาม (field notes) ในการจดบันทึกข้อมูล

2) การสัมภาษณ์ออนไลน์ (online interview) สามารถประยุกต์กับวิธีการแรกได้ในหลากหลายแนวทางเพื่อให้เข้ากับบริบทที่ผู้วิจัยกำลังเผชิญอยู่ได้ และได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมหรืออาจเป็นวิธีการเพื่อเปิดทางการสนทนาให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องได้ (Kozinets, 2010; ภริกาญจน์ ไคนุ่นนา, 2562) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแฟนคลับวง NCT ที่ผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์โดยอาศัยคำถามการสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured) ในการสนทนากับแฟนคลับรายบุคคลจำนวน 30 คน รวมถึงการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) ผ่านแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ ชูม (ZOOM) และไลน์ (LINE) ซึ่งคัดเลือกจากแพลตฟอร์มทวิตเตอร์โดยมีเงื่อนไข ว่าต้องมีความเคลื่อนไหวในแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT และแอ็กเคานต์ทวิตเตอร์ต้องมีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นแฟนคลับวง NCT

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยให้ความสำคัญในด้านจริยธรรมการวิจัยและความปลอดภัยแก่ผู้ให้ข้อมูล โดยจะไม่มีการเปิดเผยถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น ชื่อของผู้ให้ข้อมูลจะเป็นนามสมมุติที่ตั้งโดยผู้วิจัย ในส่วนการวิเคราะห์ได้อาศัยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาที่ผู้วิจัยได้จำแนกหมวดหมู่ข้อมูลออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) แฟนคลับวง NCT: ปฏิสัมพันธ์และบทบาทในชีวิตประจำวัน และ 2) วิธีการบริโภคและการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT

## ผลการวิจัย

### 1) แฟนคลับวง NCT: ปฏิสัมพันธ์และบทบาทในชีวิตประจำวัน

บทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์ล้วนเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์หนึ่ง ๆ ที่อาจดำเนินอยู่โดยทับซ้อนกันระหว่างพื้นที่ของบทบาทในชีวิตประจำวัน และพื้นที่ของบทบาทแฟนคลับ ซึ่งบทบาทของการเป็นแฟนคลับวง NCT ในที่นี้มีลักษณะการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในหลายรูปแบบ โดย

สามารถแบ่งประเด็นหลักออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ปฏิสัมพันธ์และบทบาทระหว่างแฟนคลับกับศิลปินในชีวิตประจำวัน และ 2) ปฏิสัมพันธ์และบทบาทระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันและในชีวิตประจำวัน

### ปฏิสัมพันธ์และบทบาทระหว่างแฟนคลับกับศิลปินในชีวิตประจำวัน

ลักษณะของปฏิสัมพันธ์และบทบาทระหว่างแฟนคลับกับศิลปินในชีวิตประจำวัน สามารถเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบของปฏิสัมพันธ์และบทบาทลักษณะที่มีเนื้อหาที่เป็นจริง และรูปแบบของปฏิสัมพันธ์และบทบาทลักษณะที่เป็นสัญลักษณ์

รูปแบบของปฏิสัมพันธ์และบทบาทลักษณะที่มีเนื้อหาที่เป็นจริง กล่าวคือเป็นลักษณะของการกระทำที่คนทั่วไปสามารถมองเห็นและรับรู้ได้ทันที สามารถพบเห็นร่องรอยและการกระทำได้ในชีวิตประจำวัน ทั้งการถือดำรงบทบาทแฟนคลับในฐานะแฟนคลับตัวจริงผ่านการสนับสนุนศิลปิน ไปจนถึงการรับเอาอิทธิพลบางอย่างจากศิลปินเข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง โดยแนวทางการสนับสนุนของแฟนคลับต่อศิลปินมีอยู่หลายแนวทาง นับตั้งแต่การแสดงออกผ่านทางจิตใจ ผ่านพฤติกรรมต่าง ๆ จนไปถึงผ่านตัวกลางหรือวัตถุที่ตนผลิตและสร้างสรรค์ขึ้น เช่น แอ็กเคนต์บ้านเบส (ริว; ฮารุกะ; ซากุระ, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) การสนับสนุนของแฟนคลับบางกลุ่มอาจกระทำด้วยการซื้อสินค้า โดยมีหลักการว่าถ้าหากซื้อสินค้าขึ้นอย่างเป็นทางการของศิลปิน จะเป็นการสร้างรายได้ให้บริษัท ซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทที่ศิลปินสังกัดอยู่ จะเข้าสู่ตัวศิลปินโดยตรง แฟนคลับกลุ่มนี้มองว่าการทำเช่นนี้เป็นการสนับสนุนตัวศิลปินได้อย่างถูกต้อง ประสงค์ความต้องการของตน (ซากานะ; ฟาง; สัมภาษณ์รายบุคคล, มกราคม - กุมภาพันธ์ 2565)

โดยสินค้าซึ่งเป็นตัวกลางของการกระทำที่สนับสนุนศิลปินของแฟนคลับมีอยู่หลากหลายรูปแบบ เช่น เสื้อผ้า อัลบั้มเพลง หรือแอปพลิเคชัน Bubble เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สำหรับแฟนคลับบางคนแล้วไม่ได้มีความจำเป็นในแง่เชิงใช้สอยในชีวิตประจำวันเลย หากแต่ความชื่นชอบอย่างเข้มข้น สร้างแรงผลักดันให้ซื้อสินค้าตัวนั้นเพื่อเป็นการแสดงออกถึงการสนับสนุนศิลปิน (ซากานะ, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2565) กล่าวได้ว่าปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับที่มีต่อศิลปินในด้านการสนับสนุนเปี่ยมล้นไปด้วยการกระทำที่มีความหมายแล้ว ยังมีนัยการบริโภคผสมผสานอยู่ในการปฏิบัติหนึ่ง ๆ เช่นกัน อย่างไรก็ตามแฟนคลับบางส่วนให้ความสำคัญกับการเน้นย้ำถึงสติในการซื้อสินค้า และการคำนึงถึงกำลังทรัพย์ตนเองในการสนับสนุนศิลปิน เป็นต้น (บิว; ฟาง, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) ซึ่งในอีกแง่หนึ่งอาจกล่าวได้ว่าแฟนคลับบางส่วนได้สร้างระยะห่างเล็ก ๆ ของวิถีการบริโภคระหว่างแฟนคลับและศิลปินในเวลาเดียวกัน

ทั้งนี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับและศิลปินที่ชื่นชอบยังก่อให้เกิดอิทธิพลบางอย่างจากการรับรู้และเลือกเอาความหมายที่สื่อถึงนัยต่าง ๆ ทางพฤติกรรมของตัวศิลปินมาปรับใช้กับตนเอง

โดยสามารถแบ่งออกเป็นอิทธิพลที่ส่งผลทางกายภาพและจิตใจ อาทิเช่น อิทธิพลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมของแฟนคลับ เช่น เสื้อผ้าหน้าผม การแต่งกาย อาหารการกิน จนไปถึงแนวการฟังเพลง เป็นต้น (ฮารุกะ; ซากานะ; ฟาง, สัมภาษณ์รายบุคคล, มกราคม - กุมภาพันธ์, 2565) อย่างไรก็ตาม อิทธิพลด้านลบก็ปรากฏให้เห็นในแฟนคลับบางส่วนที่อาจถือบทบาทความเป็นแฟนคลับตัวจริง จนไม่สามารถแบ่งสันปันส่วนเวลาชีวิตได้อย่างเหมาะสม ไปจนถึงปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายจากการซื้อสินค้ามากเกินไป (พอใจ; โรเซ่, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) อย่างไรก็ตาม ปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นการกระทำโดยสมัครใจจากตัวแฟนคลับทั้งสิ้น โดยอิทธิพลส่วนใหญ่ที่แฟนคลับได้รับจากศิลปิน คืออิทธิพลทางด้านจิตใจ ที่อาจสังเกตได้จากการรับรู้ทางอารมณ์เป็นหลัก อาทิเช่น การได้รับอิทธิพลจากศิลปินในแง่ของความสบายใจ ความสุขจากการเป็นแฟนคลับ การติดตามศิลปินเปรียบเสมือนพื้นที่ที่พวกเขาสามารถสลายความเครียดจากการเรียน การทำงานในชีวิตประจำวันได้จากการติดตามศิลปิน บ้างเปรียบศิลปินเป็นจุดยึดเหนี่ยวของชีวิต บ้างเป็นอิทธิพลในรูปแบบของความรู้สึกผูกพันกับศิลปินเปรียบเหมือนศิลปินเป็นคนสำคัญในชีวิต แสดงออกผ่านการมีความรู้สึกร่วมไปกับทุก ๆ เหตุการณ์ในชีวิตของศิลปิน เป็นต้น (เอม; บัว; กัปตัน; สายฟ้า; ฟาง, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2565) สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรภา สุวรรณโชติ (2551) ซึ่งพบว่ากลุ่มแฟนคลับมีความรู้สึกตื่นต้นและรู้สึกร่วมยินดีไปกับความสำเร็จของศิลปิน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการที่แฟนคลับได้ติดตามศิลปินมาตั้งแต่ระยะเริ่มต้น หรือมีการติดตามศิลปินมาเป็นเวลานาน จนเหมือนได้เห็นพัฒนาการของศิลปินตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนกระทั่งถึงวันที่ได้เห็นความสำเร็จของเขา

### **ปฏิสัมพันธ์และบทบาทระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันและในชีวิตประจำวัน**

ในกลุ่มแฟนคลับด้วยกันจะมีความสนิทสนม เป็นความสัมพันธ์ที่แนบแน่น ทั้งยังมีความสัมพันธ์ในลักษณะที่มีการต่อยอดไปสู่เรื่องอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ ในชีวิตประจำวันได้แบบไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน โดยจะแทรกซึมอยู่ในการใช้ชีวิตประจำวันของปัจเจกที่เป็นแฟนคลับในลักษณะที่ไม่สามารถมองแยกออกจากกันได้ โดยการแสดงออกผ่านการทำกิจกรรมที่ทำด้วยกันกับกลุ่มเพื่อนแฟนคลับ ทั้งกิจกรรมที่ร่วมกันทำโดยทั่วไป ทั้งการไปนัดกันดูคอนเสิร์ตในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ การदनยอด การร่วมกันโหวตรางวัล การสะสมการ์ดของศิลปิน ที่แฟนคลับบางกลุ่มมองว่าการมีการ์ดเปรียบเสมือนสิ่งที่สามารถช่วยให้แฟนคลับเข้าถึงคมด้อมได้ ทำให้มีกิจกรรมร่วมกับเพื่อนในด้อม เพราะแฟนคลับด้วยกันสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ผ่านการพูดคุยเรื่องการ์ด ถ่ายรูปการ์ดด้วยกัน หรือการแลกเปลี่ยนการ์ดที่ตนเองมีกับแฟนคลับคนอื่น ๆ (ส้มแซ่; สายฟ้า; โรเซ่, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) รวมไปถึงกิจกรรมที่ร่วมกันทำในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น วันคล้ายวันเกิดของศิลปินที่ได้กลายเป็นวันพิเศษสำหรับกลุ่มแฟนคลับ โดยลักษณะของการเข้าร่วมกิจกรรมวันเกิดของแฟนคลับมีหลากหลายลักษณะ อาทิเช่น การแจกเงิน

หรือแจกของเกี่ยวกับศิลปินในพื้นที่ทวิตเตอร์ การร่วมกันโคเนตเงินเพื่อช่วยเหลือสังคมผ่านมูลนิธิต่าง ๆ การจัดหรือการเข้าร่วมกิจกรรม Birthday Café รวมถึงการร่วมกันทำโปรเจกต์อื่น ๆ เช่น ซื้อป้ายโฆษณาบนรถไฟฟ้า การซื้อป้ายโฆษณาารถขายของหาบเร่ ตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น แฟนคลับส่วนหนึ่งกล่าวว่าพวกเขาตั้งใจทำโปรเจกต์หนึ่ง ๆ ขึ้นเพื่อเป็นการขอบคุณเพื่อน ๆ แฟนคลับด้วยกันที่คอยช่วยกันตามสนับสนุนศิลปิน แสดงให้เห็นถึงลักษณะของความเป็นกลุ่มก้อน แม้ไม่ได้รู้จักกันแต่มีความรู้สึกขอบคุณกันและกัน เป็นความรู้สึกของกลุ่มคนที่มีคนรักคนเดียวกัน เปรียบเสมือนการดำรงรักษากลุ่มความสัมพันธ์ของแฟนคลับด้วยกัน เพื่อหวังที่จะให้แฟนคลับคนอื่น ๆ มีกำลังใจในการสนับสนุนศิลปินที่รักต่อไปอีกเรื่อย ๆ (ชยาภะ; ใหม่, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565)

ส่วนของปฏิสัมพันธ์และบทบาทที่นอกขอบเขตเรื่องของศิลปิน พบว่า สุดท้ายแล้วเรื่องของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างแฟนคลับด้วยกันที่อยู่นอกเหนือเรื่องของศิลปิน จะมีลักษณะที่แยกกันไม่ขาด กล่าวคือในชีวิตประจำวันของวิถีการเป็นแฟนคลับ มักแฝงไปด้วยการกระทำที่มีสัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นแฟนที่มีศิลปินมาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การถามไถ่และพูดคุยกันถึงศิลปินที่ตนชื่นชอบ หรือเรื่องของชาวศิลปิน แม้แต่การนัดกันไปรับประทานอาหารที่แฟนคลับบางส่วนกล่าวว่าไม่มีการพูดคุยกันเรื่องศิลปิน แต่ขณะเดียวกันทุกคนก็มีการพกการ์ดไปถ่ายรูปร่วมกับอาหารที่รับประทานด้วยเสมอ (โรเซ่; ควิน; จูน, สัมภาษณ์รายบุคคล, มกราคม – กุมภาพันธ์ 2565)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับ มีทั้งรูปแบบความสัมพันธ์ในแง่บวกและแง่ลบ สอดคล้องกับงานศึกษาของ วรณัฐ ตันติวิทพงศ์ (2551) และสิริภาพัฒน์ จงรักษ์ (2549) ที่พบว่ากลุ่มแฟนมีรูปแบบความสัมพันธ์แบบครอบครัวยุคใหม่ เพื่อนฝูงที่มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งในเรื่องที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับศิลปิน มีความผูกพัน จริงใจ เอื้ออาทรระหว่างกัน มิได้เป็นเพียงความสัมพันธ์แบบฉาบฉวย โดยพบว่าแฟนคลับส่วนใหญ่กล่าวว่าความเป็นแฟนคลับทำให้เขาได้มิตรภาพในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างผูกพันกัน และเข้าอกเข้าใจกันในทุก ๆ เรื่อง เป็นบุคคลที่คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บ้างกล่าวว่าเปรียบเสมือนเพื่อนในชีวิตประจำวันที่สามารถพูดคุยและแลกเปลี่ยนกันได้ในทุก ๆ เรื่อง มากไปกว่านั้นคือแฟนคลับบางกลุ่มรู้สึกว่าคุณค่าตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคมเพื่อนแฟนคลับด้วยกัน และทำให้ตัวเขาสามารถเป็นตัวเองได้ในอีกชั้นเมื่ออยู่กับเพื่อนแฟนคลับด้วยกัน (โรเซ่; เอม; โยใหม่, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2565) ส่วนของความสัมพันธ์ในแง่ลบที่เกิดขึ้นในแวดวงแฟนคลับ NCT พบว่าค่อนข้างมีหลากหลายประเด็น อาทิเช่น ในรูปแบบของความขัดแย้งระหว่างแฟนคลับด้วยกัน ความขัดแย้งระหว่างแฟนคลับแต่ละยูนิต ความขัดแย้งระหว่างแฟนคลับที่ชอบซื้อการ์ดกับแฟนคลับที่ไม่ชอบซื้อการ์ด ความขัดแย้งของนักแต่งนิยายฟิคชั่น (fiction) นักชิปเปอร์ (shipper) ในมุมมองเรื่องของโพ (position) ที่ไม่ตรงกัน เป็นต้น (พอใจ, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2565) สอดคล้องกับข้อ

ค้นพบในงานวิจัยของ Williams (2016) ซึ่งพบว่าเป็นปกติที่กลุ่มแฟนคลับด้วยกันอาจเกิดการแบ่งแยกกลุ่มกันเอง

ส่วนของการปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับกับคนที่ไม่ใช่แฟนคลับในชีวิตประจำวัน พบว่าแฟนคลับสามารถคุยกับคนที่เป็แฟนและไม่ได้เป็นแฟนได้ในทุก ๆ เรื่อง แต่จะยกเว้นไว้เพียงเรื่องของศิลปินที่ตนชื่นชอบ เช่นเดียวกันในงานศึกษาของ ชลวรรณ วงษ์อินทร์ (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่าแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัลส่วนใหญ่ประสบปัญหาคนรอบข้างไม่เข้าใจในความเป็นเฮฟวี่เมทัล กลุ่มแฟนเลยเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการพูดคุยเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเป็นแฟนอยู่เท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้แฟนคลับส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าสาเหตุที่ตนเลือกที่จะไม่พูดคุยเรื่องศิลปินกับคนที่ไม่ใช่แฟน เพราะมีเรื่องของมุมมองในความเป็นติ่งของคนนอก (กลุ่ม) เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งแฟนคลับมองว่าการพูดคุยเกี่ยวกับศิลปินกับคนที่ไม่ใช่แฟนคลับด้วยกัน อาจส่งผลให้คนนอก (กลุ่ม) ไม่เข้าใจสิ่งที่พวกเขากำลังเผชิญอยู่ในบทบาทของแฟนคลับ (ริว; เอ็ม, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2565)

## 2) วิธีการบริโภคของแฟนคลับวง NCT

การบริโภคเชิงสัญญะมาจากการที่มนุษย์ได้ทำกิจกรรมทางสังคมบางอย่างโดยมีการสร้างสัญญะผ่านวัตถุบนความสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม แฟนคลับวง NCT มีวิธีการบริโภคที่เต็มไปด้วยระบบการเข้ารหัสของสัญญะ เพื่อที่จะสามารถเข้าใจได้ถึงบทบาทแฟนคลับวง NCT ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิธีการบริโภคและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในหลายรูปแบบ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นย่อยออกเป็น 2 ส่วน 1) แฟนคลับวง NCT กับการบริโภคเชิงสัญญะ 2) ดิจิทัล: ดัดข้ามผ่านพื้นที่การบริโภคของแฟนคลับวง NCT

### แฟนคลับวง NCT กับการบริโภคเชิงสัญญะ

พบว่าแฟนคลับวง NCT ต่างมีสินค้าเกี่ยวกับศิลปินวง NCT ที่จับต้องได้ (physical goods) จากค่ายเพลง แบรินด์ต่าง ๆ และแฟนอาร์ต (Fanart) โดยสิ่งเหล่านี้ต่างมีคุณค่าหลายด้านสำหรับแฟนคลับวง NCT เริ่มแรกคือระบบการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ (exchange value) ที่ถูกกำหนดด้วยสัญลักษณ์ผ่านตัววัตถุ กล่าวคือ สินค้าที่เกี่ยวกับศิลปินกลายเป็นหัวข้อพูดคุยและสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มแฟนคลับ (มีมี, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2565) มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันตลอดเวลาทำให้เกิดการรวมกลุ่มของแฟนคลับมากยิ่งขึ้น การซื้อสินค้าเกี่ยวกับศิลปินยังถือว่าเป็นการสนับสนุนศิลปินในทางหนึ่ง (ควีน, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2565) ยกตัวอย่างเช่น การซื้ออัลบั้มเพลงที่นอกจากเป็นการสนับสนุนศิลปินและถือเป็นความชอบในตัวอัลบั้มของแฟนคลับวง NCT ในฐานะสัญญะที่ถูกสร้างขึ้นมา สอดคล้องกับงานของ สมฤดี พวงยานี (2562) ที่อัลบั้มกลายเป็นสัญญะแสดงถึงบทบาทแฟนคลับ เช่นเดียวกับ Wibecka Oliver (2020) ที่แม้ว่าสังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัลแต่อัลบั้มเพลง (Physical Media) ยังมีความสำคัญต่อแฟนคลับ K-POP ที่อัลบั้มกลายเป็นความรู้สึกร่วมระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน และความอยากบริโภค (Fuschillo, 2020)

ว่าด้วยรสนิยมการบริโภค การ์ดศิลปินวง NCT ที่แถมมาพร้อมกับอัลบั้มโดยมีแฟนคลับกลุ่มหนึ่งให้ความสนใจการสะสมการ์ดตามความชอบของตนเองและมีมูลค่าทางตลาดที่สามารถซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนได้ แม้แต่การที่แฟนคลับซื้ออัลบั้มเพื่อเก็บการ์ดเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการ์ดศิลปินมีการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เอาไว้ ทำให้การ์ดศิลปินที่หายากมีราคาแพงและเป็นมูลค่าเชิงสัญลักษณ์และเศรษฐกิจที่กำหนดขึ้นโดยแฟนคลับ (เจแปน, สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2565) ในขณะเดียวกันแฟนคลับวง NCT บางกลุ่มมิได้นิยมตามเก็บการ์ดเป็นเป้าหมายหลัก แต่สนับสนุนศิลปินในช่องทางอื่นแทน (จูน, สัมภาษณ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565) จากบทสัมภาษณ์ของแฟนคลับวง NCT พิจารณาได้ว่าแฟนคลับต่างมีวิธีการบริโภคที่หลากหลายไปตามกลุ่มทางสังคมของแฟนคลับ

แฟนคลับวง NCT ได้มีการนำสินค้าเกี่ยวกับศิลปินมาใช้ในชีวิตประจำวัน (use value) อีกทั้ง จากคำกล่าวของไยโหม (นามสมมุติแฟนคลับวง NCT, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2565) มองว่าสินค้าเป็นเหมือนสัญลักษณ์การเป็นแฟนคลับ สิ่งของที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT ไม่ว่าจะเป็นอัลบั้มแท่งไฟ ผลงานแฟนอาร์ต สินค้าต่าง ๆ กลายเป็นอีกหนึ่งจุดรวมที่มีความชอบในสิ่งเดียวกันหรือการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ในอีกด้านหนึ่งแฟนคลับวง NCT ให้สัมภาษณ์ว่า (โรเซ่, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2565) นำสินค้าเกี่ยวกับศิลปินมาทำกิจกรรมพิเศษ เช่น การทำแฟนอาร์ต อัลบั้ม ฯลฯ ไปแจกในวันเกิดของศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ โดยพื้นที่เป็นที่นิยมในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับส่วนใหญ่อยู่สยามที่เป็นย่านรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ในเมือง นอกจาก giveaway ที่ตนทำแจกแล้วยังมีการแลกของแฟนอาร์ตระหว่างแฟนคลับคนอื่นหรือให้เป็นของขวัญ นับว่าเป็นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ขับเคลื่อนความเป็นกลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยอาศัยการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสินค้าที่ตนใช้ในชีวิตประจำวันหรือในกิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปิน

ในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีรูปแบบกิจกรรมที่แฟนคลับบางกลุ่มที่นิยมพกการ์ดรูปศิลปินไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นกลุ่มแฟนคลับที่รู้จักกันหรือเป็นกิจกรรมที่ทำคนเดียว เช่น ไปเที่ยวรับประทานอาหาร การนัดเจอกันแฟนคลับ คาเฟ่วันเกิดศิลปิน (พอใจ, โรเซ่, เจแปน, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) สะท้อนว่าการพกสิ่งของเกี่ยวกับศิลปินวง NCT นั้นเป็นการสร้างความแตกต่างเชิงสัญลักษณ์ในระดับปัจเจกบุคคลและสัญลักษณ์ระดับกลุ่มทางสังคม (sign & symbolic value) โดยแฟนคลับให้ความหมายการพกพาการ์ดแตกต่างกันตามสุนทรียะของตนเองเพื่อเติมเต็มความสุขในชีวิตประจำวันในฐานะที่ตนเป็นแฟนคลับวง NCT กิจกรรมการพกการ์ดจึงเป็นเรื่องของความเป็นกลุ่มแฟนคลับและความเป็นปัจเจกในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับงานศึกษากลุ่มแฟนคลับต่าง ๆ (สมฤดี พวงยานี, 2562; กมลพรรณ อากาส, 2560; Oliver, 2020; Kozinets, 1997) ที่สามารถสร้างความหมายร่วมกันผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของแฟนคลับ รวมถึงยังสามารถสร้างสัญลักษณ์ขึ้นใหม่ได้เสมอ

### ดิจิทัล: สัญญะที่ตัดข้ามพรมแดนการบริโภคของแฟนคลับวง NCT

โลกดิจิทัลเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีความสำคัญต่อวัฒนธรรมแฟนคลับ เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นเทคโนโลยีในการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มทางวัฒนธรรมต่าง ๆ แบบไร้พรมแดน ทำให้กลุ่มแฟนคลับวง NCT ในพื้นที่ออนไลน์มีปฏิสัมพันธ์หลากหลายกลุ่มซึ่งไม่ใช่แค่กลุ่มแฟนคลับในประเทศไทยอย่างเดียว รวมถึงการบริโภคที่ถูกทำให้กลายเป็นดิจิทัลด้วยเช่นกัน จากผลการวิจัยพบว่าแฟนคลับวง NCT มีการบริโภคสินค้าในรูปแบบดิจิทัลโดยพื้นฐานคือการฟังเพลงบนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube) สפוטיפาย (Spotify) นอกจากนี้สินค้านี้ในรูปแบบออนไลน์อีกประเภทคือแอปพลิเคชัน Bubble เป็นแพลตฟอร์มจากทางค่ายผู้ผลิตที่แฟนคลับจะต้องเสียค่าบริการรายเดือนเพื่อได้รับข้อความ รูปภาพ วิดีโอ จากศิลปิน อีกทั้ง แฟนคลับยังสามารถสื่อสารกับศิลปินได้เช่นกัน อย่างไรก็ตามสินค้านี้ในรูปแบบดิจิทัลทำให้แฟนคลับวง NCT มีทางเลือกหลากหลายในการบริโภค (วารุณี สีสาทิสุทธิ์, 2561) การสนับสนุนศิลปิน และเป็นการสร้างความสุขในชีวิตประจำวัน (ฮารุกะ; ควิน; สัม, สัมภาษณ์รายบุคคล, มกราคม - กุมภาพันธ์ 2565) กล่าวได้ว่าสินค้าในรูปแบบดิจิทัลกลายเป็นการบริโภคสัญญะไม่ต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ ซึ่งสามารถได้ประโยชน์อย่างเช่นการใช้ Bubble หรือฟังเพลงเพื่อฝึกภาษา

กิจกรรมบนพื้นที่ออนไลน์อย่างที่เคยกล่าวว่าแฟนคลับวง NCT มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เพื่อเข้าถึงสินค้าต่าง ๆ ทำให้มีร้านตัวแทนสำหรับการสั่งซื้อสินค้าจากประเทศเกาหลี โดยการเข้าถึงสินค้าแฟนคลับวง NCT คือการเลือกซื้อของจากร้านในทวิตเตอร์ที่ดูมีความน่าเชื่อถือ หรือเลือกใช้เครือข่ายเพื่อนแฟนคลับของตนเองในการเข้าถึงสินค้าแทนเพื่อป้องกันปัญหาการโกงเงินที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ในส่วนประเด็นแฟนอาร์ตถือว่ามีมูลค่าทางเศรษฐกิจเช่นกัน สายผลิตแฟนอาร์ตเป็นการสนับสนุนศิลปินในลักษณะของการเปิดพื้นที่เผยแพร่ความชอบของตนเองสู่คนอื่น ๆ การซื้อขายแฟนอาร์ตจึงเป็นเรื่องปกติและยังใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปินได้เช่นกัน แต่ดวงแฟนอาร์ตยังคงเป็นพื้นที่สีเทาท่ามกลางการผลิตอย่างสร้างสรรค์ของแฟนคลับวง NCT (ชากรุระ; กัปตัน; คอม; ฟาง; ใบไม้, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) สอดคล้องกับงานของ คชาภรณ์ วงษ์วรรณรัตน์ (2562) ที่พบว่าแฟนคลับยังมีบทบาทเป็นผู้ผลิตผลงานศิลปะที่มีภูมิหลังมาจากความชื่นชอบศิลปิน ผลงานที่แฟนคลับได้สร้างสรรค์ขึ้นยังมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สามารถนำมาซื้อขายได้ และคุณค่าทางสัญลักษณ์ที่รวมกลุ่มความสนใจในสิ่งที่ตนชื่นชอบเหมือนกัน

งานของ พัน ฉัตรไชยยันต์ (2561) ชี้ให้เห็นว่าบทบาทของแฟนคลับเป็ก ผลิตโชค มีกิจกรรมทั้งในพื้นที่ออนไลน์ควบคู่ไปกับสถานที่จริง ทำให้แฟนคลับมีการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนระหว่างแฟนคลับด้วยกัน การสนับสนุนศิลปินผ่านยอดการฟังเพลง และเต็มไปด้วยการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในพื้นที่ของแฟนคลับ โดยในส่วนกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ของแฟนคลับวง NCT พบว่าแฟน

คลับมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น คาเฟ่วันเกิดศิลปิน การแจกแฟนอาร์ตในโอกาสพิเศษ (วง NCT127 ได้ชนะรางวัลแดซัง (Daesang), บันทึกภาคสนามออนไลน์, 23-26 มกราคม 2565) การถ่ายรูปการ์ดศิลปินที่ตนพกไปลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ (พอใจ; มีมี, สัมภาษณ์รายบุคคล, กุมภาพันธ์ 2565) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่แฝงไปด้วยสัญญาไหลข้ามผ่านไประหว่างโลกดิจิทัลกับสถานที่จริง บทบาทแฟนคลับกับการบริโภคจึงมีความต่อเนื่องกันในหลายบริบทที่ข้ามผ่านพื้นที่ออนไลน์กับพื้นที่ในชีวิตประจำวัน (Williams, 2016) ทำให้เห็นได้ชัดว่าความสัมพันธ์ทางสังคมในหลายรูปแบบต่างมีสัญญาแห่งการบริโภครองอยู่ทั้งสิ้น

### อภิปรายผลการวิจัย

การบริโภคเชิงสัญญะของแฟนคลับวง NCT แสดงให้เห็นถึงบทบาทของแฟนคลับดำรงอยู่ไปพร้อมกับการบริโภคที่สามารถปรับเปลี่ยนข้ามผ่านพื้นที่ของแฟนคลับกับพื้นที่ในชีวิตประจำวันได้อย่างอิสระ เสมือนว่าการบริโภคความหมายเชิงสัญญะของแฟนคลับวง NCT กลายเป็นสิ่งที่รักษาตำแหน่งแห่งที่หรือบทบาทบางอย่างที่มีใช้แค่การเป็นแฟนคลับ แต่หากการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันคือภาพสะท้อนของสัญญะที่มีความเกี่ยวเนื่องกับโลกของแฟนคลับโดยแสดงผ่านปฏิสัมพันธ์ที่แฟนคลับแต่ละบุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในที่นี่คือกิจกรรมภายในกลุ่มแฟนคลับที่มีการแลกเปลี่ยนความหมายเชิงสัญลักษณ์ในระดับกลุ่มและสัญญะในระดับปัจเจก ทำให้เกิดการผสมระหว่างบทบาทแฟนคลับกับบทบาทที่เล่นอยู่ในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าการอธิบายกระบวนการของสถานะนี้จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดมากกว่าเรื่องสัญญะเข้ามาบอกความเป็นรูปธรรมของการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวัน

กรอบแนวคิดการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันมีรากฐานจากข้อมูลที่บ่งบอกถึงการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันที่นอกเหนือไปจากการบริโภคเชิงสัญญะของแฟนคลับวง NCT โดยกรอบแนวคิดแสดงถึงสิ่งที่ดำรงอยู่ทุกส่วนของข้อมูลตั้งแต่แรกเริ่ม ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ บทบาทแฟนคลับ และการบริโภคสัญญะ ในสิ่งที่เพิ่มขึ้นมาใหม่จากข้อมูลคือเรื่องทุน (forms of capital) (Bourdieu, 1997) โดยบทบาท ปฏิสัมพันธ์ และทุน ล้วนดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงได้อย่างหลากหลายผ่านกิจกรรมของแฟนคลับ ซึ่งอาจนำไปสู่การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันที่เป็นบทบาทแฟนคลับหรือบทบาทอื่น กลายเป็นวงจรของการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันผ่านพื้นที่ของความเป็นแฟนคลับ โดยแบ่งประเด็นการอภิปรายออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้ (1) แฟนคลับวง NCT: ปฏิสัมพันธ์ บทบาทในชีวิตประจำวัน และวิธีการบริโภค (2) การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT

## ภาพที่ 1 การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT



ที่มา: คณะผู้วิจัย (2565)

### แฟนคลับวง NCT: ปฏิสัมพันธ์ บทบาทในชีวิตประจำวัน และวิธีการบริโภค

ในกลุ่มวัฒนธรรมแฟนคลับวง NCT ต่างมีกิจกรรมทางสังคมหลายระดับ เป็นกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic activity) ที่จะต้องอาศัยการตีความ ซึ่งตัวปัจเจกที่เป็นแฟนคลับจะตีความหรือเข้าใจนิยามของการกระทำหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้นั้นต้องมีการเรียนรู้และเข้าใจเรื่องของความหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในสังคมแฟนคลับมาก่อนหน้า หากพิจารณาด้วยความคิดของ Mead (1934) ในเรื่องอัตตา (self) หรือความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง ในขั้นของการเล่นเกม (game stage) ที่เปรียบเสมือนการรับรู้ถึงเรื่องของค่านิยม ความเชื่อทั่วไป บรรทัดฐานของสังคมที่ปัจเจกเป็นสมาชิกอยู่ เป็นเหมือนการได้ทำความเข้าใจถึงเรื่องของกิจกรรม รวมถึงลักษณะของบทบาทใน

สังคมแฟนคลับที่ตนเข้าไปสังกัดอยู่ ในที่นี้การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้สร้างความสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้นเนื่องจากชื่นชอบสิ่งเดียวกันผ่านโลกออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์จากการทำกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปินวง NCT ไปสู่กิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้เสมือนเป็นการสะสมทุนทางสังคม (Social capital) ผ่านบทบาทแฟนคลับที่ Bourdieu (1997) อธิบายทุนประเภทนี้ว่ามาจากการยอมรับจนกลายเป็นเครือข่ายของความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ และได้ขยายไปสู่ทุนแบบอื่น เช่น การเข้าถึงสินค้าของแฟนคลับวง NCT ที่จะต้องอาศัยเครือข่ายในโลกออนไลน์ในการได้มา หรือการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างแฟนคลับด้วยกัน ซึ่งเป็นการสะสมทุนทางวัฒนธรรมระดับรูปธรรม (objectified state) คือ สินค้าที่แฟนคลับครอบครอง และทุนแบบระบบความโน้มเอียง (embodied state) เป็นการได้มาซึ่งความรู้ที่แลกเปลี่ยนกับแฟนคลับคนอื่นในฐานะการขัดเกลาทางสังคม

ภายในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเกี่ยวกับการดัดเสมือนเป็นขนบธรรมเนียมที่แฟนคลับบางส่วนนิยม โดยเป็นการนำการดัดรูปศิลปินที่ตนชื่นชอบติดตัวไปกับตนเอง นำไปถ่ายรูปการดัดรูปศิลปินกับขนม แม้แต่สถานที่แฟนคลับได้ไปท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแฟนคลับบางกลุ่มก็มองว่าการดัดไม่สำคัญแต่ยอมรับว่าบางครั้งการดัดก็เปรียบเสมือนสิ่งที่สามารถช่วยให้แฟนคลับเข้าสังคมต่อได้ ซึ่งการดัดเป็นสิ่งที่แฟนคลับด้วยกันสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ผ่านการพูดคุยเรื่องการดัด ถ่ายรูปการดัดด้วยกัน หรือการแลกเปลี่ยนการดัดที่ตนเองมีกับแฟนคลับคนอื่น ๆ เท่ากับว่าการดัดเป็นเสมือนทุนทางวัฒนธรรมในระดับรูปธรรม (objectified state) ที่มีคุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic value) เพื่อใช้ทำกิจกรรมระหว่างแฟนคลับวง NCT ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนและยอมรับ (recognition) ในเชิงสัญลักษณ์จากเครือข่ายที่เป็นทุนทางสังคม (Bourdieu, 1997; Cuff et al., 2005)

Blumer (1969) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันผู้เสนอความคิดว่าด้วยการตีความของมนุษย์ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมนุษย์สามารถตีความวัตถุได้แตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละคน เห็นชัดว่าบทบาทแฟนคลับในช่วงปฏิสัมพันธ์มีส่วนในการกำหนดความหมายของวัตถุ เช่นเดียวกับ Baudrillard (1996) ที่เสนอว่าการบริโภคในสังคมจะเต็มไปด้วยการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ภายใต้ระบบสัญลักษณ์ (symbolic value) นับเป็นการยอมรับเงื่อนไขทางสังคมร่วมกัน อีกทั้ง มนุษย์ยังสร้างคุณค่าสัญลักษณ์ (sign value) แห่งความแตกต่างที่ขึ้นมาอย่างไม่สิ้นสุด ดังเช่นแฟนคลับบางกลุ่มมองว่าการดัดรูปศิลปินเป็นสิ่งสำคัญสำหรับตนในฐานะแฟนคลับเสมือนมีความรู้สึกร่วมไปพร้อมกับการดัดที่ตนเป็นเจ้าของ ส่วนแฟนคลับที่รู้สึกว่าการดัดตัวเองค่อนข้างมีอายุในระดับหนึ่งหากเทียบกันในกลุ่มเพื่อน แฟนคลับและแฟนคลับรุ่นน้องที่อยู่ในด้อม ไม่มีการพกการดัดและมองว่าเป็นกิจกรรมที่เด็ก ๆ ในด้อมทำเป็นเรื่องปกติ แฟนคลับกลุ่มนี้จึงเลือกรูปแบบบริโภคอื่นที่ไม่ใช่การซื้อการดัดรูปศิลปิน ซึ่งบ่งบอกถึงรสนิยมการบริโภคที่มาจากทุนทางวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT ในแต่ละบุคคลและ

หมุนเวียนไปเป็นทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) ว่าตนเป็นแฟนคลับวง NCT โดยมีระบบสัญลักษณ์เข้ามากำกับปฏิสัมพันธ์และบทบาทการบริโภคของแฟนคลับ ต่างได้สร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาเป็นของตนเองผ่านผลงานหรือของสะสมที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน

ปฏิสัมพันธ์ที่ผ่านบทบาทแฟนคลับในวิถีการบริโภคมีการสร้างทุนทางเศรษฐกิจของแฟนคลับด้วยการทำแฟนอาร์ต กล่าวคือเป็นสิ่งของที่แฟนคลับอาศัยทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นความสามารถในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ทำให้แฟนอาร์ตเปลี่ยนเป็นทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสัญลักษณ์ในฐานะแฟนคลับที่กลายเป็นผู้ผลิต หรือแม้แต่กรณีแอ็กเคานต์บ้านเบส (แฟนเพจ) ที่แฟนคลับอาศัยความรู้ทางภาษาในการแปลสารออกมาเป็นภาษาไทย และนำมาดัดแปลงสร้างสรรค์เสมือนเป็นผู้ส่งต่อสารด้วยตนเอง ตามความคิดเรื่องแฟนคลับของ Jenkins (1992) ที่มองว่ากลุ่มแฟนคลับไม่ได้ตกอยู่อำนาจของผู้ผลิต แต่สามารถผลิตสร้างผลงานหรือแม้แต่กิจกรรมขึ้นมาเองได้ การสร้างรูปแบบการบริโภคใหม่ ๆ Michel De Certeau (1984) ได้อธิบายว่าอาจเป็นกลยุทธ์ที่อยู่ได้ชั่วคราว โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองที่เต็มไปด้วยกิจกรรมของแฟนคลับวง NCT ที่มีลักษณะชั่วคราวอย่างกิจกรรมช่วยเหลือสังคมในวันเกิดศิลปิน มากไปกว่านั้นแฟนอาร์ตกลายเป็นความหมายเชิงสัญลักษณ์ในส่วนหนึ่งของกิจกรรมและมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์แฝงอยู่ในการบริโภคของแฟนคลับ

กิจกรรมคาเฟ่วันเกิดศิลปินแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับวันเกิดของศิลปินที่ชื่นชอบในระดับกลุ่ม เพราะเปรียบเสมือนวันพิเศษของศิลปินและเช่นเดียวกันในบทบาทของแฟนคลับวันเกิดศิลปินได้กลายเป็นวันพิเศษสำหรับกลุ่มแฟนคลับไปด้วย โดยลักษณะของการเข้าร่วมกิจกรรมวันเกิดของแฟนคลับแต่ละคนมีลักษณะที่หลากหลายทั้งในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะพื้นที่ออนไลน์เปรียบเสมือนโครงสร้างพื้นฐานของวัฒนธรรมแฟนคลับ หากพิจารณาตามความคิดของ Jonathan Sterne (1999 อ้างใน เกษม เพ็ญนิรันดร์, 2552) มองว่าระบบอินเทอร์เน็ตว่าเป็นรากฐานในชีวิตประจำวันของความสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งกลายเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม ในขณะที่คำว่าสังคมเครือข่าย (network society) ของ Manuel Castells อธิบายไว้ว่าสังคมสมัยใหม่ที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลและผู้คนผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถักทอจนกลายเป็นสิ่งที่ Castells เรียกว่าสังคมเครือข่ายที่ผู้คนได้ประยุกต์ใช้ข้อมูลข่าวสารในการกระจายความรู้ต่าง ๆ อีกทั้ง Castells ยังกล่าวว่าเทคโนโลยีจะเป็นผู้กระทำการสำหรับการส่งต่อข้อมูล (เกษม เพ็ญนิรันดร์, 2552) ซึ่งในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการส่งต่อข้อมูลกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปินบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นกิจวัตรประจำวัน เทคโนโลยีสารสนเทศจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญที่ประกอบสร้างชุมชนแฟนคลับและการบริโภคในโลกดิจิทัล

แฟนคลับวง NCT ส่วนหนึ่งมองว่าการทำกิจกรรมในวันเกิดของศิลปินเป็นสิ่งที่แฟนคลับมีความตั้งใจทำเป็นของขวัญให้แก่ศิลปินโดยมีการใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัวหรือจากเงินบริจาคของกลุ่มแฟนคลับที่ได้มาจากพื้นที่ออนไลน์ ขณะเดียวกันแฟนคลับมีความตั้งใจที่จะให้กิจกรรมดังกล่าวเป็น

ประโยชน์ในลักษณะของการได้ช่วยเหลือสังคม เช่น การซื้อป้ายโฆษณาตลอดทั้งวัน รถขายของหาบเร่ เป็นต้น กิจกรรมเช่นนี้แสดงถึงความเป็นกลุ่มทางสังคมที่แฟนคลับวง NCT มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกันและความรู้สึกร่วมในเรื่องเดียวกัน (Jenkins, 1992) จึงเกิดเป็นการรวมกลุ่มที่อาจอยู่ชั่วคราวหรือเป็นความสัมพันธ์ระยะยาว ผ่านการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์หรือการยอมรับเชิงสัญลักษณ์ โดยมีทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางสังคม (Bourdieu, 1997; บุรดิเยอ, 2550) เป็นตัวเปลี่ยนผ่านบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ ทำให้เกิดการรักษาทบทางแฟนคลับผ่านกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์

### การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันของแฟนคลับวง NCT

บทบาทแฟนคลับวง NCT ที่แสดงผ่านสถานการณ์ต่าง ๆ แฝงไปด้วยการเก็บรักษาทบทางเอาไว้ภายใต้เงื่อนไขของการกระทำที่นำบทบาทออกมาเล่นผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเรียกได้ว่า “การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวัน (Roles Integration)” ในฐานะสภาวะการดำรงอยู่ในรูปแบบหนึ่งของมนุษย์ กรณีของแฟนคลับวง NCT เป็นการข้ามผ่านระหว่างสัญญาแห่งการบริโภคและกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะพาไปสำรวจกระบวนการรักษาทบทางในชีวิตประจำวัน แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ ภาพสะท้อนเชิงสัญญา และ กิจกรรมเชิงสัญลักษณ์กับพื้นที่ในชีวิตประจำวัน ที่ต่างนำไปสู่การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวัน

รูปแบบแรก: ภาพสะท้อนเชิงสัญญา การรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันที่เกิดขึ้นผ่านการบริโภคเชิงสัญญา (Baudrillard, 1996) โดยสัญญาที่แฟนคลับวง NCT สร้างขึ้นเป็นรสนิยมเพื่อสามารถบริโภคในพื้นที่ของแฟนคลับได้อย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวิถีการบริโภคบ่งบอกถึงเงื่อนไขของทุนทางวัฒนธรรม (Bourdieu, 1997) ที่อยู่ในระบบความโน้มเอียง (การซึมซับทางสังคม) กับทุนทางวัฒนธรรมในระดับรูปธรรมคือการมีสินค้าเกี่ยวกับศิลปิน ต่างผูกติดมากับบทบาทแฟนคลับตั้งแต่แรกเริ่มและมีส่วนเข้ามากำหนดวิถีการบริโภค กล่าวคือสิ่งที่เรียกว่า “บทบาท ปฏิสัมพันธ์ ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นแหล่งให้กำเนิดสัญลักษณ์ทางสังคมกับสัญญาที่สร้างโดยปัจเจกบุคคลผ่านผู้คนและวัตถุ ทำให้บทบาท ปฏิสัมพันธ์ และทุนทางวัฒนธรรม ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้กลายเป็นภาพสะท้อนเชิงสัญญาที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและถูกกำหนดจากความสัมพันธ์ที่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์เพื่อดำรงไว้ซึ่งบทบาทแฟนคลับ

รูปแบบที่สอง: กิจกรรมเชิงสัญลักษณ์กับพื้นที่ในชีวิตประจำวัน บทบาท ปฏิสัมพันธ์ และรูปของทุน (Forms of capital: ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์) ล้วนดำรงอยู่ในทุกส่วนของกิจกรรมทางสังคมและคอยทำหน้าที่แสดงบทบาทแฟนคลับเพื่อเข้าสู่การยอมรับเงื่อนไขเชิงสัญลักษณ์ผ่านกลุ่มทางสังคมซึ่งรวมถึงสัญญาที่ถูกสร้างขึ้นโดยปัจเจก อย่างไรก็ตามบทบาทแฟนคลับที่แสดงอยู่จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ผ่านการปฏิสัมพันธ์ เพื่อสามารถนำบทบาทแฟนคลับที่ถูกเก็บรักษาเอาไว้ออกมาแสดงได้ตามเงื่อนไขที่อำนวยความสะดวก

บทบาท การแสดงบทบาทแฟนคลับหามองตามการวิเคราะห์เชิงละครนำเสนอโดย Goffman (1959) ที่อธิบายการจัดแสดงบทบาทที่ต้องการให้ผู้อื่นเห็นเท่านั้นเรียกว่าฉากหน้า โดยแฟนคลับ NCT จะแสดงบทบาทแฟนคลับระหว่างแฟนคลับ NCT คนอื่น ๆ หรือแม้แต่คนที่ไม่ใช่แฟนคลับด้วยกันเอง เพื่อสื่อสารว่าตนเองเป็นแฟนคลับ เช่น การพกการ์ดออกไปทำกิจกรรม การพกของที่เกี่ยวกับศิลปินไปใช้ในชีวิตประจำวัน แต่สิ่งที่เรียกว่า ฉากหลัง เป็นหลังเวทีแห่งการเปลี่ยนบทบาทการแสดงในชีวิตประจำวันเพราะบทบาทแฟนคลับไม่ได้นำออกมาแสดงอยู่ตลอดเวลา ฉากหลังจึงทำหน้าที่เป็นตัวเก็บรักษาบทบาทแฟนคลับเอาไว้เพื่อที่สามารถนำบทบาทแฟนคลับออกมาแสดงควบคู่กับบทบาทในชีวิตประจำวัน โดยมีรูปของทุนเป็นสิ่งเปลี่ยนผ่านและเชื่อมโยงบทบาทในพื้นที่ชีวิตประจำวันกับพื้นที่แฟนคลับ

ในท้ายที่สุดแล้วการรักษาบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นสภาวะการดำรงอยู่ในชีวิตทางสังคมของมนุษย์ที่ผูกติดไว้กับการบริโภค กล่าวได้ว่าหน้าที่แฟนคลับ NCT ตระหนักถึงตำแหน่งแห่งที่ของตนเองถึงแม้ว่าจะอยู่ในพื้นที่ทางวัฒนธรรมแฟนคลับหรือพื้นที่ในชีวิตประจำวันก็ตาม ต่างมีการบริโภคในระดับสัญลักษณ์หากแต่พรมแดนทางสังคมก็ได้ถูกสลายไปตามความคิดของ Baudrillard (1996; 1998) เห็นได้ชัดว่ามนุษย์ล้วนมีการรักษาบทบาทที่จะต้องอาศัยกระบวนการในระดับสังคมและระดับปัจเจกบุคคลไปพร้อมกันทั้งสิ้น

### ข้อจำกัดในการวิจัยและการวิจัยในอนาคต

การศึกษาแฟนคลับอาจไม่ใช่แค่การศึกษาในพื้นที่ออนไลน์เพียงอย่างเดียว แต่ควรศึกษาพื้นที่ออฟไลน์ควบคู่กันไปด้วยเพราะปฏิบัติการของแฟนคลับตัดข้ามผ่านระหว่างสองพื้นที่ดังกล่าวเสมอ ในอนาคตควรมีการทบทวนวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคของแฟนคลับควรอาศัยวิธีการวิจัยเชิงผสมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกับพลวัตของบทบาทแฟนคลับที่เปลี่ยนไปทั้งในเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ

### เอกสารอ้างอิง (References)

#### ภาษาไทย

- กมลพรรณ อากาศ. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับตนเองและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลี กรณีศึกษาศิลปินวง Girls' generation [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. Burapha University Research Information (BUUIR). <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/6561>
- กุลวิษฐ์ สำแดงเดช. (2551). การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. Chulalongkorn University

- Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/34694>
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2552). ความไกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา. ใน สุวรรณา เกรียงไกรเพ็ชร (บ.ก.), *หนังสือรวมบทความประชุมประจำปีครั้งที่ 7: ยกเครื่องเรื่องวัฒนธรรมศึกษา* (น. 29-41). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- คชาภรณ์ วงษ์วรรณรัตน์. (2562). *วัฒนธรรมแฟน สู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าแฟนอาร์ต กรณีศึกษา แฟนคลับวงวินเนอร์และวงไอคอน* [รายงานการศึกษาเฉพาะบุคคล]. Silpakorn University Repository (SURE). <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/15256>
- ชยพล เจริญลาภกุล. (2559). *โอตาคุ: การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในยุคโลกาภิวัตน์* [รายงานการศึกษาเฉพาะบุคคล]. Silpakorn University Repository (SURE). <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/15110>
- ชลวรรณ วงษ์อินทร์. (2548). *ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/4253>
- บุรดิเยอ, ปีแยร์. (2550). *L' économie des biens symboliques* [เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์]. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- พัน ฉัตรไชยันต์. (2561). *วัฒนธรรมแฟน :กรณีศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา เบ็ก ผลิตโชคแฟนคลับ* (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พีรภา สุวรรณโชติ. (2551). *การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้คุณค่าทางบวก จากศิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/58821>
- ไพบูลย์ ปิตะเสน, และ จิราพร จันจุฬา (2563). ถอดรหัสเส้นทางสู่ฮัน-รยู 4.0. *วารสารศิลปศาสตร์*, 12(2), 1-17.
- ธีรกาญจน์ ไคนุ่นนา. (2562). Netnography: ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อแสวงหา ความจริงในชุมชนและวัฒนธรรมออนไลน์ แห่งยุคโพสต์โมเดิร์น. *วารสารสงขลานครินทร์*, 25(1), 1-17.
- วรรณช ดันติวิทพงศ์. (2551). *พฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/53007>
- วารุณี ลีลาพิสุทธ์ (2561). *การพัฒนาอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีใต้ : กรณีศึกษาโครงการเอสเอ็มเอสเตชัน (SM Station)* [สารนิพนธ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สมฤดี พวงยานี. (2562). *การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ค้าที่ระลึก (official goods) ของศิลปินเกาหลี* [การค้นคว้าอิสระ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สายชล ปัญญชิต. (2553). *ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/18410>
- สิริภาพันธุ์ จงรักษ์. (2549). *การสร้างฐานสัมพันธ์แฟนคลับของสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในเว็บไซต์ www.sorayutfanclub.com* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/11459>
- สุปริดา ขอลำไย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรญา หาญพัฒน์นันท์. (2550). *การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/53437>

### ภาษาอังกฤษ

- Baudrillard, J. (1996). *The System of Objects*. Verso.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society Myths & Structures*. Sage.
- Baudrillard, J., & Poster, M. (1988). *Jean Baudrillard: Selected writings*. Stanford University Press.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interaction: Perspective and Method*. University of California.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge.
- Certeau, M. de. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Cuff, E. C., Sharrock, W. W., & Francis, D. W. (2005). *Perspectives in Sociology* (4<sup>th</sup> edition). Routledge.
- Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, (pp. 30-49). Routledge.

- Fuschillo G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347;-351. DOI: 10.1177/1469540518773822
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Penguin.
- Hills, M. (2017). From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. *Palabra Clave*, 20(4), 856-883.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York University Press.
- Kozinets, R. (1997). *To boldly go: A hypermodern ethnography of star trek fans' culture and communities of consumption* [Doctoral dissertation]. Queen's University
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage.
- Mead, H. G. (1934). *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of A Social Behaviorist*. University of Chicago Press.
- Oliver, W. (2020). *Idolizing Consumption: An Exploration of the K-pop Albums' Relevance in a Digital Age* [Master's Thesis]. Lund University.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Sage.
- Williams, J. (2016). Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture. *Studies in Symbolic Interaction*, 47(1), 81-96. DOI: 10.1108/S0163-239620160000047015

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Jieum, Im. (2021). *NCT 127's cumulative album sales in 2021 have officially surpassed 3.58 million*. Retrieved from <https://www.allkpop.com/article/2021/11/nct-127s-cumulative-album-sales-in-2021-have-officially-surpassed-358-million>
- Shanne, Gan. (2021). *NCT127 are double million sellers with 2.12 million pre-orders for 'STICKER'*. Retrieved from <https://www.bandwagon.asia/articles/nct-127-break-record-2-12-million-pre-orders-for-sticker-album-double-million-seller-release-september-2021>





## ARMY: อัตลักษณ์ พฤติกรรมกลุ่ม และพลวัตของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS

ภาณรินทร์ แสงศรี น้ำเพชร\*, สายชล ปัญญชิต\*\*

\* นักสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, Email: phanarin275@gmail.com

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, Email: saicholpa@g.swu.ac.th

### ARMY: ARMY: Identity, collective behavior and dynamics of Korean pop boy band BTS' fan community

Phanarin Sangsri Namphet\*, Saichol Panyachit\*\*

\* Social Marketing Executive Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre

\*\* Assistant Professor, Department of Sociology for Development, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

Article History: Received: November 20, 2023 / Revised: January 28, 2024 / Accepted: February 29, 2024

#### บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้มุ่งศึกษา 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS 2) กิจกรรมการรวมกลุ่มของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และ 3) พลวัตของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS โดยอาศัยการวิจัยทางมานุษยวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 30 คน ควบคู่ไปกับการสังเกตการณ์ จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการเชิงอุปนัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อค้นพบจากการวิจัย 3 ประการสำคัญ ประกอบด้วย ประการที่หนึ่ง อัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS แสดงออกในรูปแบบของ “วัตถุ” และ “รหัส” ซึ่งเป็นการนิยามร่วมกันระหว่างแฟนคลับ ศิลปิน และต้นสังกัด ในประการที่สอง ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 พื้นที่ออนไลน์กลายเป็นสนามของการขับเคลื่อนและรักษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายด้วยการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในรูปแบบออนไลน์ ประการสุดท้าย พื้นที่การรวมตัวออนไลน์ได้สร้างพลวัตของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS ผ่านการเพิ่มขึ้นของสมาชิกและเกิดตลาดออนไลน์ทางตรงอย่างรวดเร็วจนนำมาสู่การสร้างสรรคเศรษฐกิจออนไลน์ในกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญทางเศรษฐกิจที่ถูกขับเคลื่อนในกลุ่มแฟนคลับภายในสังคมไทย

**คำสำคัญ:** แฟนคลับ BTS, ศิลปินเกาหลีวง BTS, อัตลักษณ์แฟนคลับ, พฤติกรรมการรวมกลุ่ม, ชุมชนออนไลน์

## Abstract

Using a qualitative research design, this study seeks to bridge the gaps in current literature by underlying three objectives: a.) to explore the identity of ARMY which is a fan community of BTS Korean pop band b.) to study the BTS fan activism during the COVID-19 pandemic and c.) to study the dynamics of the BTS fans in Thailand. Based on analytic induction, in-depth interviews and observations were systematically conducted. Our results show that ‘object’ and ‘code’ are the mutual form of fans’ identity and band’s identity. Moreover, the mode of interactions between the band and fans is eventually changed from offline to online platform due to the pandemic. Furthermore, with the growing number of memberships and the effectiveness of online market channel combined, BTS fans have created a stronger network through online platform.

**Keywords:** BTS Fan, Korean Artist BTS, Fan Identity, Collective Behavior, Online Community

## บทนำ

กระแสวัฒนธรรมเพลงเคป๊อป (Korean popular music: K-pop) และวัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นกระแสความนิยมไปทั่วโลกไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญแต่อย่างใด แต่เกิดขึ้นจากความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่ต้องการจะใช้ความเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture)<sup>1</sup> เพื่อแพร่กระจายและส่งต่อความเป็นวัฒนธรรมเกาหลีไปสู่ระดับสากล ซึ่งผู้นำเกาหลีให้ความสำคัญและสนับสนุนการส่งออกคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก ทั้งการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพลง

---

<sup>1</sup> วัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) การนิยามของวัฒนธรรมประชานิยมนั้นอาจแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละบุคคล ในงานศึกษาชิ้นนี้ วัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) คือ วัฒนธรรมที่ถูกผลิตสร้างและถูกเผยแพร่ผ่านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนต่าง ๆ จนได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก อาทิ บทเพลง อาหาร ละคร เครื่องแต่งกาย วรรณกรรม ฯลฯ โดยวัฒนธรรมประชานิยมอาจเปรียบเสมือนระบบความเชื่อ มุมมอง ทักษะคิด การแสดงออก และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ถูกเชื่อมโยงและครอบคลุมอย่างไม่เป็นทางการท่ามกลางวัฒนธรรมกระแสหลัก (กาญจนา แก้วเทพ, 2555)

ละครซีรีส์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ผ่านการสนับสนุนทุนจากภาครัฐและเอกชนเพื่อให้สามารถพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพเพื่อเข้าสู่การแข่งขันระดับสากลได้ ทั้งนี้นอกจากการส่งออกอุตสาหกรรมความบันเทิงของเกาหลีเพื่อการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีและสร้างรายได้แล้ว เบื้องหลังของอุตสาหกรรมความบันเทิงนั้นเป็นการสร้างผลประโยชน์ที่ก่อให้เกิดกำไรจากการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นในเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงโทรศัพท์มือถือยี่ห้อต่าง ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบของการใช้กระแสความนิยมทางวัฒนธรรมเกาหลีในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจ (สถิติการณ์เอี่ยมธงชัย, 2561)

ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับกระแสนิยมความเป็นวัฒนธรรมประชานิยมในรูปแบบของวัฒนธรรมเพลงเคป็อป มาอย่างเข้มข้น ทำให้เกิดกลุ่มคนที่ชื่นชอบเคป็อป เข้ามารวมตัวกันมากมายและกว้างขวาง มีปฏิสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน หรือทุกคนจะเรียกกลุ่มคนในลักษณะนี้ว่า “แฟนคลับ” ความเป็นแฟนคลับในประเทศไทยนั้นมีมาอย่างยาวนาน การที่เข้ามาเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีนั้น เริ่มต้นมาจากตนเอง กล่าวคือ เป็นแฟนคลับเกาหลีจากการที่ตนเองชื่นชอบ หรือชื่นชอบจากสิ่งแวดล้อมรอบข้าง เช่น เพื่อน หรือความบังเอิญ จนนำไปสู่การพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เข้าร่วมกิจกรรมรวมกัน โดยใช้พื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่สื่อกลางในการรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลี การเป็นแฟนคลับเกาหลีต้องยอมรับเลยว่าเปรียบเหมือนกับการที่บุคคลนั้นใช้ความชื่นชอบและการติดตามศิลปินเกาหลีของตนเองเป็นการพักผ่อนทางด้านจิตใจและเป็นความบันเทิงให้กับชีวิตของตนเอง แฟนคลับศิลปินเกาหลีมีความสุขทุกครั้งที่พวกเขาได้พูดคุย ติดตาม แลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มของตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นการแสดงออก แสดงตัวตน รวมทั้งเผยแพร่ภาพของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีให้กลุ่มคนภายนอกได้รับรู้และเข้าใจในความเป็นแฟนคลับของพวกเขา เกิดเป็นกระบวนการของกลุ่มที่เกิดการนิยามสร้างความเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ ให้ภายนอกได้รับรู้ รวมทั้งเกิดกิจกรรมการรวมกลุ่มของแฟนคลับศิลปินเกาหลีเพื่อทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และเป็นการเผยแพร่ความเป็นวัฒนธรรมเคป็อป แฟนคลับเกาหลี ในฐานะผู้ส่งสารไปในตัว

ในช่วง พ.ศ.2558 ศิลปินเคป็อป วง BTS ที่เข้ามามีบทบาทและส่งอิทธิพลในประเทศไทยในการเผยแพร่วัฒนธรรมประชานิยมอย่างกว้างขวาง ทำให้สังคมเกิดปรากฏการณ์การรวมกลุ่มของกลุ่มคนที่มีลักษณะความชื่นชอบในแบบเดียวกัน หรือลักษณะคล้ายกันเข้ามารวมกลุ่มกันแบบแนบแน่น โดยเรียกชื่อกลุ่มว่า “ARMY”<sup>2</sup> เกิดการสร้างอัตลักษณ์ร่วมภายในกลุ่มรวมทั้งเกิดกิจกรรม

---

<sup>2</sup> A.R.M.Y (อาร์มี) ชื่อเรียกกลุ่มแฟนคลับวง BTS โดยมีสองความหมาย คือ ความหมายแรกแปลว่า ทหาร เปรียบได้ดั่งเหล่าทหารที่ต่อสู้เพื่อบรรลุเป้าหมาย และอีกความหมายที่สองคือ Adorable Representative M.C for Youth ซึ่งแปลว่า ตัวแทนพิธีกรผู้เป็นที่ชื่นชอบในหมู่วัยรุ่น (THE CONCERT APPLICATION, 2565)

กลุ่มที่ทำงานร่วมกันของสมาชิกเพื่อเป็นการดำรงไว้และเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความเป็นแฟนคลับ เกาหลีวง BTS ซึ่ง BTS หรือ Bangtans Boy หรือ บังทันโซยอนตัน แปลว่า Bulletproof Boy Scouts เด็กผู้ชายในเกราะกันกระสุนหรือเหล่าเด็กชายผู้กีดขวางการกดขี่และการมีอคติ และต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนความหมายของชื่อเป็น Beyond the Scene ซึ่งแปลว่า วัยรุ่นผู้พัฒนาสู่ความ ใฝ่ฝันอย่างไม่หยุดยั้งและไม่ยึดติดกับสถานภาพปัจจุบัน ปัจจุบันสมาชิกของวง BTS ประกอบด้วย สมาชิก 7 คน คือ คิมนามจุน (Kim Nam Joon) คิมชอกจิน (Kim Seok Jin) มินยุนกิ (Min Yoon Gi) จองโฮซอก (Jung Ho Seok) ปาร์คจีมิน (Park Ji Min) คิมแทฮยุง (Kim Tae Hyung) และจองจองกุก (Jeon Jung Kook) โดยลักษณะเพลงของวง BTS ส่วนใหญ่มักจะกล่าวถึงเรื่องราว ที่กำลังเป็นประเด็นทางสังคมหรือการเมือง โดยหยิบยกประเด็นบางส่วนมาแต่งเป็นเพลง เช่น สุขภาพจิต ขนชั้นทางสังคม การกลั่นแกล้ง (Bullying) และประเด็นต้องห้ามต่าง ๆ ในสังคม จาก ลักษณะการแต่งเพลงที่มีลักษณะเฉพาะตัวจึงทำให้แต่ละเพลงของ BTS นั้นมีทั้งเอกลักษณ์และใน ขณะเดียวกันต่างช่วยสะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม ถือเป็นวงดนตรีที่สวนกระแสไอศดอลของเคป็อป ซึ่ง นับเป็นอีกเอกลักษณ์ของวงอย่างหนึ่งที่สามารถดึงคนเข้ามาเป็นแฟนคลับได้อย่างกว้างขวาง หรือ กล่าวได้ว่าฐานแฟนคลับของวง BTS ในประเทศไทยนั้นมีอยู่มากมาย ซึ่งประเมินได้จากผลการ สืบรวจของ Twitter และเคป็อป Radar (marketeeronline, 2563) โดยผู้ใช้งาน Twitter ในประเทศไทยและเทรนด์ความนิยมของเคป็อป (#เคป็อปTwitter) พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่ มีการทวีตข้อความเกี่ยวกับศิลปินเคป็อป สูงที่สุดในโลก โดยศิลปินกลุ่มเคป็อป ที่ถูกกล่าวถึงมาก ที่สุดในประเทศไทยบนแพลตฟอร์ม Twitter คือ ศิลปินเกาหลี วง BTS ซึ่งอยู่ในอันดับ 2 แต่เมื่อมอง ระดับความนิยมที่ผู้ใช้งาน Twitter ทั่วโลกมีต่อศิลปินเคป็อป พบว่า BTS คือ กลุ่มศิลปินยอดนิยมที่ ถูกผู้ใช้งาน Twitter ทั่วโลกกล่าวถึงมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในบรรดากลุ่ม แฟนคลับเคป็อป บนทวิตเตอร์ทั่วโลก หรืออาจกล่าวได้ว่าจากผลการสำรวจพบว่า วง BTS ได้เข้ามา มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างเข้มข้น<sup>3</sup>

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2563 การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยเป็น วงกว้าง โดยในประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย จากนั้นเชื้อโรคเริ่มมีแพร่กระจาย ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเกิดการแพร่กระจายของเชื้อโรคไปทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยในช่วงเดือนมีนาคม 2563

<sup>3</sup> อ้างอิงข้อมูลจาก Twitter และ KPop Radar พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการทวีตข้อความเกี่ยวกับเคป็อปสูง ที่สุดในโลก โดยศิลปินกลุ่มเคป็อปที่ถูกพูดถึงมากที่สุดใน “ประเทศไทย” บนแพลตฟอร์ม Twitter คือ BTS ซึ่งเป็น อันดับที่ 2 (Marketeer, 2563)

รัฐบาลและกระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดนโยบายและมาตรการทางด้านสาธารณสุขเพื่อรับมือการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมทั้งได้มีการประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วประเทศ เพื่อควบคุมและดูแลสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของประเทศไทย ผ่านมาตรการที่เป็นข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน (กรมควบคุมโรค, 2563)

จากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ชี้ให้เห็นว่าด้วยข้อกำหนดทางด้านพระราชกำหนดฉุกเฉินทั่วประเทศ ทำให้เกิดข้อจำกัดทางด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบให้แก่ประชากรภายในประเทศ ในบริบทของกลุ่มแฟนคลับแน่นอนว่ากลุ่มแฟนคลับย่อมได้รับผลกระทบเช่นกัน เนื่องจากการรวมกลุ่มของแฟนคลับมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดการรวมตัวในพื้นที่ทางสังคมเป็นหลัก แต่เนื่องด้วยถูกข้อจำกัดทางด้านพื้นที่จึงทำให้กลุ่มแฟนคลับจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้น กลุ่มแฟนคลับจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมและปรับเปลี่ยนพื้นที่ โดยการอาศัยพื้นที่เสมือนจริงทางสังคมในการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเป็นหลักแทน หรือเรียกว่า “พื้นที่ออนไลน์”

เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผ่านมาการเข้าร่วมกิจกรรมและการขับเคลื่อนของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้นจะใช้พื้นที่จริงทางกายภาพเป็นพื้นที่หลักในการเข้าร่วม แต่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากโรคระบาดทำให้กลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้น อาศัยเทคโนโลยีเป็นสื่อกลางในการทดแทนพื้นที่จริงทางกายภาพ ซึ่งแน่นอนว่าทั้งศิลปินและแฟนคลับจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดพฤติกรรมรูปแบบใหม่เกิดขึ้น โดยเทคโนโลยีเปรียบเสมือนพระเอกขี่ม้าขาวที่เข้ามาช่วยเหลือและเปลี่ยนแปลงข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ให้แก่กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลียังคงสามารถติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และขับเคลื่อนความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีให้สามารถดำเนินต่อไปได้ แม้ว่าจะเกิดข้อจำกัดในลักษณะดังกล่าว

ที่ผ่านมาการศึกษาแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยมีหลากหลาย อาทิ แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ (บุญยุน นาคะ, 2560) พฤติกรรมและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง Wanna one ในประเทศไทย (อนินทยา ประสิทธิ์มี, 2561) วัฒนธรรมแฟนกับความเป็นดิ่ง กรณีศึกษาอาคาเซ กลุ่มแฟนคลับศิลปินวง GOT7 (พิชญ์ อัมพรจินดารัตน์, 2559) หรือการสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับลิซ่า BLACKPINK บนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ (ภัทราวดี หงษ์เอก; บุญหา ชัยสุวรรณ, 2565) โดยส่วนมากเป็นการศึกษากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีลักษณะที่ชัดเจน รวมทั้งการศึกษาวิธีการสื่อสาร การแสดงออก การผลิตสร้างอัตลักษณ์ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของโครงสร้างชุมชนแฟนคลับตลอดจนเครือข่ายของสมาชิกแฟนคลับ ผ่านพื้นที่กายภาพและพื้นที่เสมือน (ออนไลน์) ที่ถือเป็น

ลักษณะของปรากฏการณ์ที่สำคัญของทุกกลุ่มแฟนคลับในปัจจุบัน ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับในสถานการณ์ปกติ ดังนั้นการศึกษารั้วนี้จึงเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจากการเข้ามาของวัฒนธรรมกระแสนิยมในรูปแบบของอุตสาหกรรมเพลงเคป็อป ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ในชื่อ “BTS” ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีความชื่นชอบในลักษณะเดียวกัน เรียกว่า “แฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS” โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจการนิยามสัญลักษณ์ และการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS รวมทั้งศึกษากิจกรรมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์โรคโควิด-19 เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการใช้อธิบายพลวัตของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS ที่ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เพื่อตอบคำถามว่า สถานการณ์โรคโควิด-19 สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS หรือไม่ และมากน้อยเพียงใด

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดแฟนคลับเพื่อใช้ทำความเข้าใจองค์ประกอบและลักษณะของกลุ่มสมาชิกแฟนคลับ นอกจากนี้ยังนำเอาทฤษฎีอัตลักษณ์ ในการอธิบายการนิยามอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ พฤติกรรมและการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี วง BTS รวมทั้งนำวงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ของ Hall and Gay (Hall, S., & Du Gay, P. 1996) ในการอธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี วง BTS อีกทั้งใช้ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ในการอธิบายการกระทำของกลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีปฏิสัมพันธ์กันภายใน ในการนิยาม สร้างความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่สามารถบ่งบอกความเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีในลักษณะเชิงนามธรรมและรูปธรรม โดยอาศัยการจัดกิจกรรมการรวมกลุ่ม เพื่อเป็นตัวกลางที่ใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในทำให้เกิดการยึดสัญลักษณ์ร่วมกันของสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี ส่งผลให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มและความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เพื่อเป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ที่สามารถทำให้บุคคลภายนอกรับรู้ได้ถึงความหมายและเข้าใจ ความหมายร่วมกันในฐานะแฟนคลับศิลปินเกาหลี และแนวคิดเรื่องทุน (Capital) Bourdieu 1997 (อ้างอิงใน อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล, 2559) ที่ใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของคนที่มีลักษณะชื่นชอบในแบบเดียวกันเข้ามารวมกัน จนเกิดเป็นกลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งการเกิดกลุ่มทางสังคมตรงนี้จะต้องมีความเกี่ยวข้องกับทุนในลักษณะต่าง ๆ ตามแนวคิดเรื่องทุน ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในกลุ่ม เกิดกลุ่มทางสังคม และ

กิจกรรมการรวมกลุ่มในพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ออนไลน์ และยังสามารถผลักดันให้เกิดเครือข่ายทางสังคมในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมกระแสนิยมภายใต้วัฒนธรรมกระแสหลัก

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร (documentary research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากงานเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนหรือแฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อใช้ในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์การรวมกลุ่มของแฟนคลับศิลปินเกาหลี และการประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางมานุษยวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (digital ethnography) รวมทั้งใช้วิธีการศึกษาแบบภาคสนามจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS หรือ “ARMY” โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ กลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS จำนวน 30 คน นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์กลุ่มร้านค้าเคป็อป และผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนหรือแฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อให้ครอบคลุมในแต่ละประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยมีการคัดเลือกจากเกณฑ์เฉพาะเพื่อที่จะนำมาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์และประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษาในครั้งนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจะต้องเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS อย่างน้อย 3 ปี มีการสนับสนุนศิลปิน หรือซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินอย่างน้อย 2 ชิ้น ขึ้นไป รวมทั้งมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินอย่างน้อย 1 กิจกรรมขึ้นไป ทั้งนี้การคัดเลือกดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลนั้นครอบคลุมและเป็นประโยชน์มากที่สุดต่อการศึกษา ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรวมกลุ่มของสมาชิกแฟนคลับวง BTS การแสดงออก บทบาทหน้าที่ รูปแบบการดำเนินกิจกรรม การขับเคลื่อนกระบวนการกลุ่ม รวมทั้งการปรับตัวจากสถานการณ์โรคโควิด-19 ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ พฤติกรรมการรวมกลุ่ม และพลวัตของกลุ่มสมาชิกแฟนคลับวง BTS

การศึกษานี้เป็นการศึกษาภาคสนามจากการติดตามและการสังเกตปรากฏการณ์ของกลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS จากพื้นที่ 2 พื้นที่หลัก คือ 1) พื้นที่ทางกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ที่สมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS จัดกิจกรรมรวมกลุ่ม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2)

พื้นที่ออนไลน์ ได้แก่ Facebook Twitter และ Weverse จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อให้สามารถรับรู้ถึงอารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมของ “คนใน” ในฐานะสมาชิกของกลุ่มแฟนคลับวง BTS โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2564 – เมษายน 2565 เมื่อได้รับข้อมูลการวิจัยครบถ้วนแล้วผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เชิงอุปนัย (analytic induction)

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลทุกราย โดยในการเก็บและรวบรวมข้อมูลระหว่างการลงภาคสนามนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะทำการสอบถามความสนใจของผู้ให้ข้อมูลและอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการลงภาคสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ทั้งนี้รวมถึงการขออนุญาตบันทึกเสียงจากการสัมภาษณ์ การบันทึกวิดีโอ การถ่ายภาพ หรือการเก็บข้อมูลออนไลน์ รายละเอียดต่าง ๆ และการนำข้อมูลไปเผยแพร่ในรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ด้วย นอกเหนือจากนี้ทางผู้วิจัยยังเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถสอบถามประเด็นต่าง ๆ ที่มีความสงสัยในรายละเอียดของการศึกษาในครั้งนี้อีกด้วย นอกจากนี้ทางผู้วิจัยยังรักษาความลับของข้อมูลต่าง ๆ ในกรณีที่ต้องมีการอ้างอิงถึงข้อมูลดังกล่าวในการเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ ทั้งนี้เมื่อข้อมูลได้รับการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว ทางผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมานำเสนอในรูปแบบรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป และเป็นไปเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเพียงเท่านั้น

## ผลการวิจัย

### อัตลักษณ์ร่วมในฐานะกลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS หรือ ARMY

สมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS จะแสดงออกในลักษณะของคุณสมบัติเฉพาะตัวหรืออัตลักษณ์เฉพาะที่บ่งบอกและแสดงให้เห็นถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยศิลปินเกาหลีวง BTS และแฟนคลับ BTS จะมีการนิยาม สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม ที่สร้างความแตกต่างให้กับกลุ่มสมาชิกแฟนคลับของตนเองอัตลักษณ์จะมีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอ อาจจะมีเหมือนและแตกต่างกันออกไปตามแต่บริบทของพื้นที่ เวลาที่ดำรงอยู่ ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในฐานะกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS หรือ ARMY ดังนี้

#### 1) อัตลักษณ์ในรูปแบบของวัตถุเชิงสินค้า

อัตลักษณ์ในรูปแบบของวัตถุเชิงสินค้าเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงออกให้เห็นด้วยสายตา ความแตกต่างและการเป็นแฟนคลับศิลปิน BTS วัตถุมีความเป็นพลวัตเกิดการเคลื่อนที่และสั่นไหวอยู่ตลอดเวลา จากการกลายเป็นสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ อัตลักษณ์เชิงวัตถุจึงเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อเวลาผ่านไป อัตลักษณ์เชิงวัตถุบางอย่างก็ยังคงดำรงอยู่ อัตลักษณ์เชิงวัตถุบางอย่างก็หายไป และเกิดอัตลักษณ์ในรูปแบบใหม่ทดแทน ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1) แธงไฟ Armybomb อุปกรณ์ชิ้นสำคัญที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างศิลปิน BTS กับแฟนคลับ BTS หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของแฟนคลับ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ประจำกลุ่มแฟนคลับ BTS

1.2) พัด ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม คือ ลักษณะภาพบนพัด จะเป็นรูปภาพของศิลปินเกาหลี BTS คนใดคนหนึ่ง หรือสมาชิกทั้งหมด

1.3) ผ้าเชียร์ มักจะมีการสลักชื่อศิลปินและวงไว้บนผ้าเชียร์

1.4) เสื้อและหมวกเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถมองเห็นและรับรู้ถึงความหมายได้ โดยเสื้อผ้าและหมวกนั้น มักจะถูกออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะที่โดดเด่นของวง อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนศิลปินจากการใช้เสื้อผ้า หมวก หรือเครื่องแต่งกายที่ BTS มีความเกี่ยวข้อง

1.5) สติกเกอร์ และ การ์ด มีลักษณะเป็นงานแฟนอาร์ตภาพศิลปินที่มีลักษณะที่โดดเด่น และแตกต่าง จากความสามารถที่สร้างให้เกิดเป็นงาน Fanart และสร้างรายได้ให้เกิดเป็นเศรษฐกิจชุมชน

1.6) ตึกตา วัตถุในรูปแบบของสะสมที่มีลักษณะเฉพาะตัวบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของความเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี BTS เป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ถูกสร้างขึ้นจากความสามารถของเหล่าศิลปิน BTS

## 2) อัตลักษณ์ในรูปแบบของรหัส

อัตลักษณ์ในรูปแบบของรหัสปรากฏอยู่บนพื้นที่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารซึ่งถูกนิยามคิดค้นจากสมาชิกแฟนคลับศิลปิน BTS โดยจะมีรหัสที่เป็นลักษณะเฉพาะ และมีความเกี่ยวข้องกับศิลปินในช่วงเวลาต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

2.1) ARMY คือ ชื่อกลุ่มสมาชิกแฟนคลับวง BTS ที่เป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของรหัสขั้นพื้นฐานที่สมาชิกแฟนคลับ BTS จำเป็นที่จะต้องรู้ และคำนิยามของ ARMY จากการศึกษาพบว่าสมาชิกแฟนคลับ BTS นิยามความหมายของ ARMY คือ “ครอบครัว”

2.2) สีม่วง (Purple You) สีประจำกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี BTS มีความหมาย การเชื่อใจกันและความรักที่มอบให้กันและกันเป็นเวลานานแสนนาน และพร้อมที่จะเดินทางไปพร้อม ๆ กัน

2.3) Purple You คำ “รหัส” ที่ใช้บ่งบอกความหมายโดยนัยของเหล่าสมาชิกแฟนคลับ BTS ที่เกิดขึ้นจากสมาชิกวง BTS

## 3) อัตลักษณ์พิเศษของศิลปินวง BTS

อัตลักษณ์ที่น่าสนใจและแตกต่างจากวงอื่น ๆ ผนวกกับ BTS เป็นวงที่ให้ความสำคัญกับแฟนคลับของตนเป็นลำดับต้น ๆ จึงทำให้ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของแฟนคลับและศิลปิน BTS

เป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น และกลายเป็นความสัมพันธ์ที่รับรู้ได้โดยสมาชิกภายในเท่านั้น  
อัตลักษณ์เฉพาะของวง BTS ที่สร้างความแตกต่างจากศิลปินวงอื่น ๆ ประกอบไปด้วย

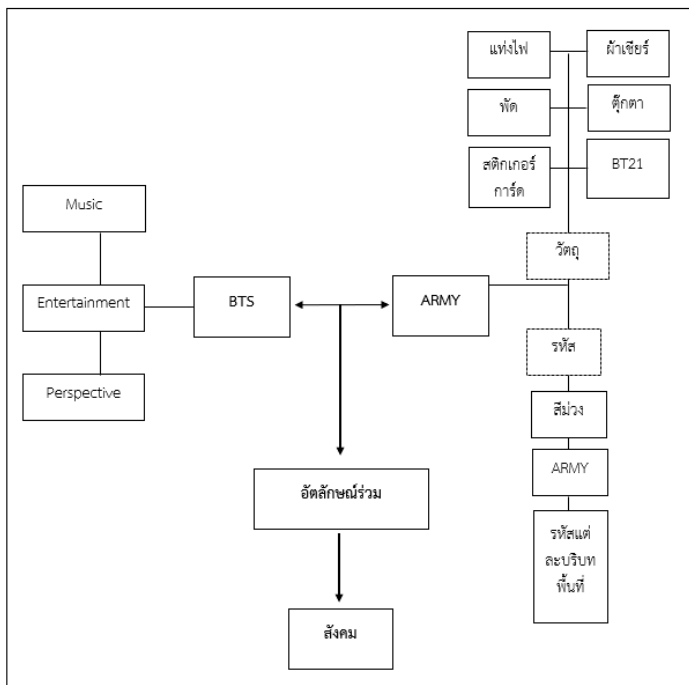
3.1) Music ที่มีลักษณะของเพลงที่น่าสนใจ สามารถสร้างองค์ความรู้ต่าง ๆ  
ให้แก่แฟนคลับและผู้รับฟังเพลง รวมทั้งยังมอบความหมาย ความรู้สึกต่าง ๆ ให้แก่สาธารณะ โดย  
สมาชิกแฟนคลับได้นำเอาอัตลักษณ์ดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้สึกของตนเอง  
และอาจกล่าวได้ว่าเพลงของ BTS มีอิทธิพลและส่งผลในด้านความรู้สึกของแฟนคลับตนเป็นอย่างมาก  
BTS ได้สร้างอัตลักษณ์ทาง Music จากการใช้สุนทรียศาสตร์ทางด้านดนตรี ผสานรวมกับ  
Concept เกิดเป็นเพลงแต่ละเพลง Music จึงกลายเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นและ  
สร้างให้เกิดความแตกต่างของวง BTS กับวงศิลปินวงอื่น ๆ

3.2) Entertainment อัตลักษณ์ที่มาในรูปแบบของรายการวาไรตี้ต่าง ๆ ที่ถูก  
นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ความสนุกสนาน รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ เบื้องหลัง ผ่านช่องทาง Social  
Media

3.3) Perspective หรือ ทศนคติ ที่มีลักษณะที่โดดเด่น BTS มีลักษณะทัศนคติที่  
ค่อนข้างก้าวไกล มองสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และยอมรับถึงความแตกต่าง ด้วยทัศนคติที่  
มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้ Perspective ของวง BTS กลายเป็นอัตลักษณ์ที่นำเสนอความ  
เป็น BTS ได้เป็นอย่างดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปิน BTS กับสมาชิกแฟนคลับ เป็นลักษณะ  
ของความสัมพันธ์ที่ต่างฝ่ายต่างให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน ศิลปินเกาหลี BTS และสมาชิกแฟน  
คลับต่างนิยามอัตลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์ประจำของกันและกัน ระบบคุณค่า  
และอัตลักษณ์นั้นจะถูกนิยาม และควบคุมโดยสมาชิกภายใน และมีการถ่ายทอดออกมาในรูปแบบ  
ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจ และการรับรู้ต่อสังคมในปัจจุบัน โดยอัตลักษณ์ต่าง ๆ อาจเกิดจาก  
การนิยามขึ้นใหม่ หรือกระบวนการผลิตซ้ำ และถูกควบคุมจากสมาชิกแฟนคลับ อีกทั้งอัตลักษณ์ของ  
BTS และแฟนคลับเกาหลี ยังมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน สามารถนำมาใช้ร่วมกันเพื่อ  
สร้างเป็น “อัตลักษณ์ร่วม” ในการขับเคลื่อนขบวนการต่าง ๆ ของกลุ่ม และสร้างความเข้าใจให้แก่  
สังคม ในฐานะวัฒนธรรมกระแสนิยม

## ภาพที่ 1 อัตลักษณ์ร่วมศิลปินเกาหลี BTS และแฟนคลับ (ARMY)



ที่มา: ผู้วิจัย

### แฟนคลับ BTS กับการเคลื่อนไหวท่ามกลางการระบาดของโควิด-19

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผลกระทบต่าง ๆ เป็นวงกว้างในสังคม ซึ่งจากผลกระทบดังกล่าวทำให้เกิดระบบการปรับตัวของสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี BTS สำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ที่ถูกใช้เป็นการขับเคลื่อนความสำเร็จของกลุ่มแฟนคลับและศิลปินเกาหลี BTS โดยอาศัยความสามารถของเทคโนโลยีในการผลิตพื้นที่ออนไลน์ สร้างให้เกิดเป็นสนามกลางในการใช้เป็นพื้นที่ทดแทนการขับเคลื่อนกระบวนการของกลุ่มแฟนคลับ BTS แฟนคลับเกาหลีมีการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมที่มีมิติที่หลากหลาย แฟนคลับแต่ละคนอาจจะทำหรือไม่ได้ทำกิจกรรมเพียงอย่างเดียว แต่ละกิจกรรมมีการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินและดำรงกลุ่มให้ยังคงอยู่ต่อไป โดยมีการผลิตวัตถุหรือเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน จากการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มแฟนคลับวง BTS มีการรวมกลุ่มในลักษณะที่มีการปรับตัวจากผลกระทบโควิด-19 โดยอาศัยพื้นที่ออนไลน์เป็นหลักในการขับเคลื่อนกระบวนการของกลุ่มให้ยังคงดำรงต่อไปได้

แฟนคลับ BTS กับการเคลื่อนไหวท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19 อาจจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของรูปแบบการปรับตัวของศิลปิน BTS และแฟนคลับ BTS

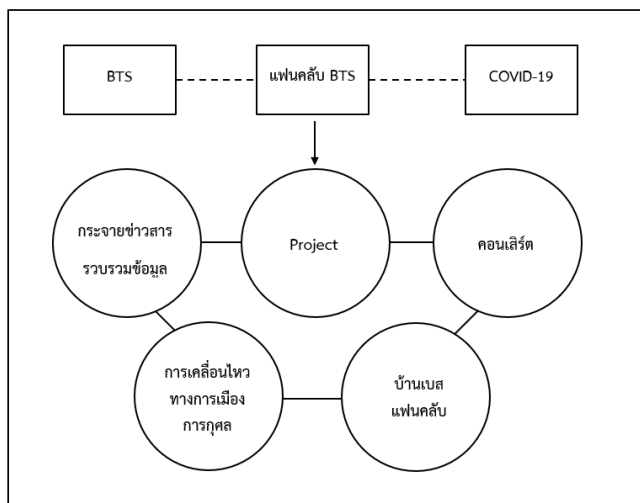
ปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับ BTS ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ของเหล่าแฟนคลับ BTS ที่เกิดขึ้นในสภาวะของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สะท้อนให้เห็นถึงกลไกการทำงานที่เป็นเครือข่ายของวัฒนธรรมกระแสนิยม ที่อยู่ในรูปแบบของศิลปินเกาหลี BTS และกลุ่มแฟนคลับ BTS ที่มีลักษณะของโครงสร้างความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ มีความเป็นพลวัตและแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าสมาชิกแฟนคลับมีการดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายดังนี้

1) การกระจายข้อมูลข่าวสาร เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินในรูปแบบของ “ข้อความ” และ “รูปภาพ” ที่ถูกผลิตจากสมาชิกแฟนคลับ และการผลิตซ้ำแล้วนำมาเป็นสื่อกลางในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างแฟนคลับภายในและบุคคลภายนอก ลักษณะการเคลื่อนไหวของสมาชิกแฟนคลับศิลปิน BTS บนพื้นที่ออนไลน์ คือ การแชร์ (share) และการเผยแพร่ข้อความซ้ำ (retweet) การคอมเมนต์ (comment) และการกดถูกใจ (like)

2) การจัดโปรเจกต์ การเข้าร่วมคอนเสิร์ต ที่เป็นกิจกรรมการรวมกลุ่มที่สำคัญของสมาชิกแฟนคลับ BTS กล่าวคือ การจัดกิจกรรมดังกล่าวเป็นการกิจกรรมที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนกระบวนการกลุ่มแฟนคลับศิลปิน BTS สะท้อนให้เห็นถึงกลไกการทำงานที่เป็นระบบเครือข่ายและเป็นแบบแผน อาศัยจิตสำนึกร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกิดการเปลี่ยนจากข้อจำกัดของสถานการณ์การแพร่ระบาดเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกระบวนการกลุ่มแฟนคลับให้ยังคงขับเคลื่อนต่อไปได้

3) การเคลื่อนไหวทางการเมือง และบ้านเบส เป็นลักษณะการช่วยเหลือสังคมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงเวลาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต สถานการณ์ปัจจุบัน และภาวะความยากลำบากที่ประชากรในสังคมกำลังเผชิญอยู่ การเกิดขึ้นของกิจกรรมการกุศล ตลอดจนการเรียกร้องและแสดงจุดยืนทางการเมืองโดยอาศัยบ้านเบสเป็นศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร และเป็นตัวกลางในการรวมกลุ่ม และอาศัยศิลปิน BTS เป็นศูนย์กลางของการจัดกิจกรรม

## ภาพที่ 2 แพลนคลับ BTS กับ การเคลื่อนไหวท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19



ที่มา: ผู้วิจัย

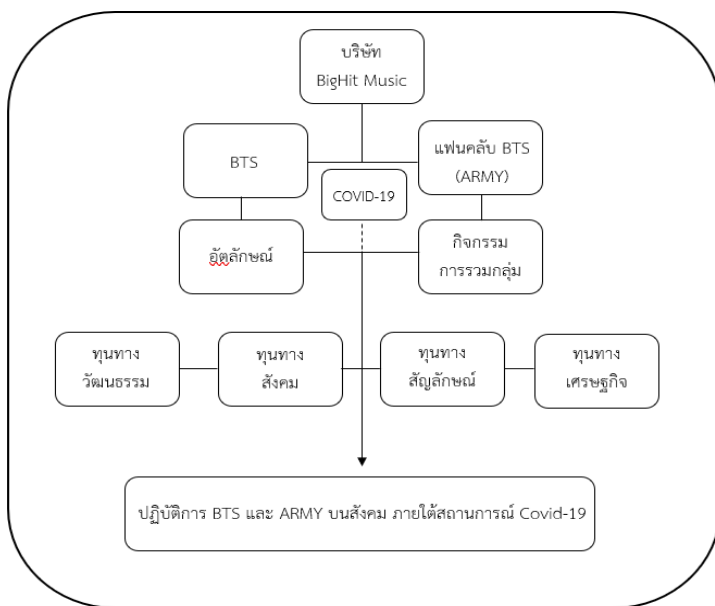
กิจกรรมดังกล่าวล้วนแต่เป็นปฏิบัติการที่ถูกดัดแปลงจากข้อจำกัด เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ ระยะห่าง และเพื่อใช้ในการทดแทนสิ่งที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ สะท้อนให้เห็นถึงระบบการทำงานเชิงเครือข่ายรูปแบบใหม่ทั้งโลกออนไลน์และโลกออฟไลน์ ปฏิบัติการต่าง ๆ สามารถเข้าร่วมได้ตามความถนัดของตนเอง และขับเคลื่อนไปด้วยโดยกลไกของเครือข่ายแพลนคลับ BTS และความรู้สึกร่วมของสมาชิกแพลนคลับ เป็นการแสดงให้เห็นถึงการต่อรองเชิงพื้นที่ทางสังคมของเหล่าสมาชิกแพลนคลับ ภายใต้วัฒนธรรมกระแสนิยมที่ขับเคลื่อนภายใต้สังคมวัฒนธรรมกระแสหลักในสังคม

### โครงสร้าง BTS และ ARMY

เมื่อพิจารณาโครงสร้าง BTS และ ARMY จะเห็นได้ว่า BTS และแพลนคลับ ต่างมีความสัมพันธ์ในฐานะของผู้ผลิตอัตลักษณ์ซึ่งกันและกัน BTS จะมีการสร้างและนิยามอัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่สร้างความแตกต่างและใช้เป็นอัตลักษณ์ประจำวง ในการดึงดูดสมาชิกภายนอกให้เข้ามาเป็นแพลนคลับ BTS และแพลนคลับ BTS จะบริโภคอัตลักษณ์ต่าง ๆ ผสานร่วมกับกิจกรรมการรวมกลุ่มที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ร่วมในฐานะตัวแทนของศิลปิน BTS ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า BTS และแพลนคลับมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งกันและกัน แต่นั่นไม่ใช่ตัวแปรในความสัมพันธ์ดังกล่าว บริษัทต้นสังกัด BTS หรือ BigHit Music เป็นตัวแปรสำคัญเชิงอำนาจที่เป็นตัวกลางในการควบคุม BTS และ ARMY หากมองว่า BTS เป็นปัจจัยกลางในการควบคุมแพลนคลับให้มีลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างไปจากแพลนคลับวงอื่น ๆ การผลิตอัตลักษณ์ การตั้งโปรเจกต์ หรือการผลิตแคมเปญต่าง ๆ ที่เป็นผลในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกแพลนคลับ ล้วนแล้วแต่เป็นบทบาทที่ถูกควบคุมเชิงอำนาจจากเครือข่าย

ของการกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม ซึ่งบริษัทต้นสังกัด BTS หรือ BigHit Music เป็นผู้ที่ควบคุมวง BTS ในฐานะสมาชิกของบริษัท จะกล่าวว่า BigHit Music เป็นผู้ที่ควบคุมเชิงอำนาจของระบบเครือข่ายนี้ก็กล่าวได้ไม่เต็มที่ เนื่องจาก BigHit Music และ BTS เป็นสิ่งที่เติบโตคู่กันมาในสังคมและวัฒนธรรม Kpop จึงทำให้ BigHit Music ไม่ได้มีบทบาทเชิงอำนาจกับ BTS เท่าที่ควร หากแต่เป็นการควบคุมและดูแลในฐานะศิลปินในสังกัด จึงเป็นผลทำให้เครือข่ายของ BTS และ ARMY เป็นระบบเครือข่ายเชิงอำนาจที่ถูกควบคุมซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางสังคม และเพื่อเป็นการขับเคลื่อนวัฒนธรรมกระแสนิยมให้สามารถขับเคลื่อนบนสังคมต่อไปได้ในระยะยาว ด้วยระบบควบคุมเชิงอำนาจดังกล่าว จึงเกิดเป็นระบบ “วงศ์วานวิทยา (genealogy)” ของ BTS และ ARMY

ภาพที่ 3 เครือข่ายและกลไกการทำงานของ BTS และ ARMY



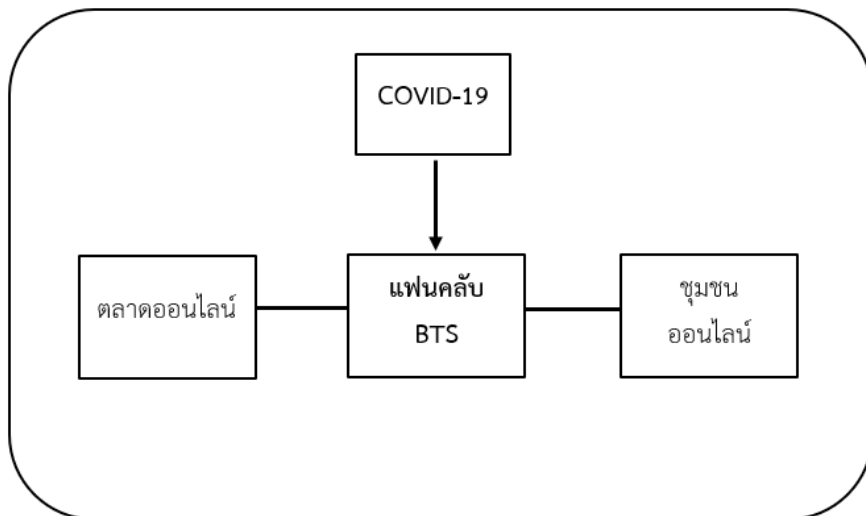
ที่มา: ผู้วิจัย

### แฟนคลับ พลวัต และการเปลี่ยนแปลง

จากศึกษาพบว่า แฟนคลับ BTS เกิดการปรับตัวจากข้อจำกัดทางด้านพื้นที่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีการเปลี่ยนทิศทางการรวมกลุ่มของสมาชิกแฟนคลับ

บนโลกออนไลน์ เข้าสู่พื้นที่ออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ เกิดการสร้างและกลายเป็นชุมชนออนไลน์ ที่เป็นสนามกลางในการขับเคลื่อนกระบวนการกลุ่มในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ความเข้มแข็งของพลังชุมชนแสดงออกให้เห็นจากกระบวนการขับเคลื่อนของกลุ่มสมาชิกแฟนคลับ BTS ที่ยังคงมีการขับเคลื่อนอยู่เสมอ จากข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ทางสังคม จึงทำให้แฟนคลับย้ายไปสู่สภาพแวดล้อมแบบโต้ตอบแบบไร้พรมแดนที่ยั่งยืนด้วยตนเอง และกลายเป็นชุมชนออนไลน์ในที่สุด จากสมาชิกแฟนคลับจำนวนมาก ลักษณะการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับบนชุมชนออนไลน์ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการเปิดเผยตัวตน 2) การมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการไม่เปิดเผยตัวตนต่อพื้นที่สาธารณะ

ภาพที่ 4 แฟนคลับ พลวัต และการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มแฟนคลับ BTS



ที่มา: ผู้วิจัย

การมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการเปิดเผยตัวตน บุคคลจะมีลักษณะการมีส่วนร่วมแบบย่ำคิดย่ำทำ มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างระมัดระวัง หรืออาจจะไม่ออกมาแสดงความคิดเห็น หรือการเข้าร่วมกิจกรรม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการไม่เปิดเผยตัวตนต่อพื้นที่สาธารณะ บุคคลจะมีลักษณะการเข้าร่วมโดยใช้ตัวตนสมมติ โดยสร้างตัวตนจากการสร้างบัญชีที่มีลักษณะที่เกี่ยวกับศิลปิน เช่น การตั้งรูปโปรไฟล์เป็นรูปศิลปิน การตั้งชื่อแอคเคาท์ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน เป็นต้น ซึ่งแฟนคลับ BTS บนชุมชนออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีลักษณะการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการไม่เปิดเผยตัวตนต่อพื้นที่สาธารณะ ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนออนไลน์ได้รับอิทธิพลมาจากการมองเห็นตนเองของสมาชิกแฟนคลับ

BTS แสดงบทบาทในฐานะแฟนคลับ BTS บนสังคมของการเป็นแฟนคลับ ตลอดจนบรรทัดฐานของชุมชนออฟไลน์และของชุมชนออนไลน์ เกิดเป็นวงจรสมาชิกแฟนคลับ BTS ที่เป็นลักษณะวงจรที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ตลอดจนการถอนตัวออกจากกลุ่มสมาชิกแฟนคลับดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของชุมชนออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับ BTS

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นตลอดจนเกิดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเคป็อปที่เปลี่ยนทิศทางเข้าสู่การตลาดออนไลน์แบบเต็มตัวซึ่งอาศัยความสามารถของเทคโนโลยี เกิดการสื่อสารและการเข้าถึงแบบไร้พรมแดน ที่ถูกใช้เป็นสนามกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการต่าง ๆ ของศิลปิน BTS และแฟนคลับ BTS โดยธุรกิจออนไลน์จะสามารถดำรงอยู่ได้จะต้องมีระบบเครือข่ายที่เข้มแข็ง แฟนคลับ BTS จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจออนไลน์ของเหล่าศิลปิน BTS และอาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์โควิด-19 เอื้อผลประโยชน์บางส่วนให้แก่ศิลปิน BTS Nano Influencer Influencer และสมาชิกแฟนคลับบางกลุ่ม เกิดการหันเหทางธุรกิจและสร้างการตลาดออนไลน์ประเภทนี้มากขึ้น และสร้างความเข้มแข็งให้เครือข่ายของสมาชิกแฟนคลับจากการเพิ่มขึ้นของสมาชิกแฟนคลับที่ถูกสถานการณ์โควิด-19 สร้างให้เกิด “เวลาว่าง” ในสังคม จนนำไปสู่การหันเหเข้าเป็นสมาชิกแฟนคลับ BTS

### อภิปรายผลการวิจัย

สมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี BTS จะแสดงออกในลักษณะของคุณสมบัติเฉพาะตัวหรืออัตลักษณ์เฉพาะที่บ่งบอกและแสดงให้เห็นถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยศิลปินเกาหลี BTS และแฟนคลับ BTS จะมีการนิยาม สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มที่สร้างความแตกต่างให้กับกลุ่มสมาชิกแฟนคลับของตนเองอัตลักษณ์จะมีการเคลื่อนที่อยู่เสมอ อาจมีความเหมือนและแตกต่างกันออกไปตามแต่บริบทของพื้นที่และเวลาที่ดำรงอยู่ Hall (1996) ได้แสดงให้เห็นว่าลักษณะของอัตลักษณ์ไม่ได้เป็นสิ่งที่อยู่ตามธรรมชาติ หรือการเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาในระบบเครือข่ายภายในของวัฒนธรรม ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างทางสังคม ตลอดจน hall วงจรแห่งวัฒนธรรมกับการสร้างและนิยามอัตลักษณ์ สามารถอธิบายได้ว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น ทั้งยังมีการสร้างความหมาย (creating meanings) ผ่านทางระบบ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

ในมิติของทุนตามแนวคิดของ Bourdieu 1997 (อ้างอิงใน อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล, 2559) แฟนคลับศิลปินเกาหลี BTS อาศัยทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างและนิยามรูปแบบของ

อัตลักษณ์ของตนเอง ให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น รวมทั้งทุนทางสังคมและทุนทางสัญลักษณ์ที่ถูกใช้เป็นฐานของความมั่นคงทางเครือข่ายของกระแสวัฒนธรรมกระแสนิยมในสังคม ประกอบทุนทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวกำหนดทิศทางการแสดงออกของสมาชิกแฟนคลับ BTS ขณะที่ บุญนุชนาคะ (2560) ตอกย้ำให้เห็นถึงการแปลงทุนไปสู่ปฏิบัติการทางสังคมและวัฒนธรรมของแฟนคลับ โดยที่ผู้ชื่นชอบในตัวศิลปินเกาหลีต่างมีบทบาทในฐานะสมาชิกภายในของกลุ่มแฟนด้อม ทำตามหน้าที่ต่าง ๆ และการปฏิบัติตัวตามสัญลักษณ์ของแฟนด้อมนั้น ๆ เช่น การมีแท่งไฟ ชนิดของแท่งไฟ สีของแท่งไฟ สีประจำวง ผ้าพันคอ ตลอดจนการใช้ลักษณะของภาษาที่ใช้สื่อสารกันภายในกลุ่มที่มีลักษณะเป็นไปในแนวทางเดียวกันของกลุ่ม และผลผลิตดังกล่าวสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น จนกลายเป็นการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์สังสรรค์ระหว่างตัวบุคคลกับกลุ่มแฟนด้อม

สำหรับการปรับตัวท่ามกลางสภาวะไม่แน่นอนทางสังคม พื้นที่ออนไลน์ได้กลายเป็นพื้นที่ปฏิบัติการสำคัญของกลุ่มแฟนคลับซึ่งแสดงออกร่วมกันผ่านปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic interaction) Mead (1934) ซึ่งให้เราเห็นว่าความสัมพันธ์ทางสังคมของตัวบุคคลในสังคมอยู่ที่การให้ความหมายร่วมกันของบุคคลในกลุ่มทางสังคม มีการใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน มีการกระทำระหว่างกันของคนในสังคมจนเกิดขึ้นเป็นสายสัมพันธ์ ซึ่งปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกแฟนคลับศิลปิน BTS ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและกลุ่มทางสังคมได้อาศัยกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์จากกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS ที่ประกอบไปด้วย การกระจายข้อมูลข่าวสาร การจัดโปรเจกต์ การเข้าร่วมคอนเสิร์ต และการเคลื่อนไหวทางการเมือง

ขณะเดียวกัน สุปริดา ช่อลำไย (2549) อธิบายถึงลักษณะของแฟนคลับทั้ง 6 ประการคือ เป็นผู้ติดตามผลงานของศิลปินผ่านช่องทางของสื่อสารมวลชน เป็นผู้สะสมสิ่งของและของที่ระลึก เป็นผู้ติดตามศิลปินไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นผู้เตรียมอุปกรณ์ อำนวยความสะดวก สำหรับติดตามไปยังพื้นที่กิจกรรม เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มแฟนคลับ และเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของศิลปิน ในแง่นี้ งานของ พิพัฒน์พัทธ์ วิชัยโน และ สายชล ปัญญชิต (2566) สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่เรียกว่าการเรียนรู้ทางศีลธรรม (moral education) ที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์มีส่วนเกี่ยวข้องการช่วยพยุยงศีลธรรมเชิงเครือข่ายและช่วยป้องกันความเสี่ยงจากการสื่อสารในโลกออนไลน์ ทั้งที่เป็นประทุษวาจา (hate speech) หรือสื่อที่ไม่ปลอดภัยต่าง ๆ การเรียนรู้ดังกล่าวนี้เกิดขึ้นในกลุ่มทางสังคมที่มีความไวต่อเชื้อโรคระหว่างกันและมีการทำกิจกรรมร่วมกันอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ในมิติของการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการเปิดเผยตัวตนและการมีส่วนร่วมของสมาชิกแฟนคลับในรูปแบบการไม่เปิดเผยตัวตนต่อพื้นที่สาธารณะ อนินทยา ประสิทธิ์มี (2561) อภิปรายถึงลักษณะของการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับจะขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มว่าจะเปิดเผยตัวตนในการมีส่วนร่วมมากน้อยเพียงใด ซึ่งในส่วนมากแฟนคลับจะมีพฤติกรรมในทางออนไลน์ไปในทางเดียวกัน และแฟนคลับมีการแสดง

อัตลักษณ์แฟนคลับศิลปินเกาหลีบนพื้นที่ออนไลน์ กลุ่มที่มากที่สุด คือ กลุ่มที่ไม่ปิดตัวแต่ไม่เปิดเผยหน้าตาบนสื่อออนไลน์” สำหรับ ชนกานต์ รักชาติ (2558) ช่วยเปิดเผยให้เห็นถึงองค์ประกอบของชุมชนออนไลน์ที่จำเป็นต้องมีเป้าหมายของการเกิดขึ้นของชุมชนเป็นหัวใจหลัก มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่กายภาพ มีรูปแบบการจัดการทางสังคมที่เต็มไปด้วยแบบแผนและกลไกเชิงโครงสร้าง ข้อเสนอแนะประการหนึ่งของการศึกษาในครั้งนี้ผู้นำของกลุ่มหรือบ้านเบสในส่วนของแฟนคลับ BTS มักเป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์ให้กับแฟนคลับ ใช้การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีมีการรวมตัวเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันให้แก่ศิลปิน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อมโยงระหว่างแฟนคลับในการสร้างเครือข่ายทางสังคม และเป็นการต่อรองเชิงพื้นที่ซึ่งจะก่อให้เกิดพื้นที่ชุมชนออนไลน์

### ข้อจำกัดในการวิจัยและการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งนี้เกิดข้อจำกัดจากสถานการณ์โรคโควิด-19 จึงทำให้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากสนามออนไลน์ จึงแนะนำว่าเมื่อสถานการณ์ดังกล่าวดีขึ้น ควรลงพื้นที่การเก็บข้อมูลจากสนามจริง จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นมาสนับสนุนงานวิจัยและได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มแฟนคลับ BTS เท่านั้น จึงขอเสนอแนะว่าควรจะมีการศึกษาแฟนคลับเชิงประมาลองค์ความรู้ที่หลากหลาย การศึกษาเปรียบเทียบ หรือการศึกษาเชิงวิพากษ์ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ทางวิชาการที่หลากหลาย
3. การศึกษาในครั้งนี้ถัดไป ควรศึกษาระบบเครือข่ายเชิงอำนาจของวัฒนธรรมกระแสนิยมเนื่องจากศิลปิน แฟนคลับ ตลอดจนผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ต่างมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันและกันในเชิงอำนาจเกิดเป็น “วงศาวิทยาของแฟนคลับ” เพื่อให้ได้ข้อค้นพบกลไกวัฒนธรรมกระแสนิยมในรูปแบบของเคป็อปในอีกแง่มุมเพิ่มมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง (References)

#### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ*. ภาพพิมพ์.
- ชนกานต์ รักชาติ. (2558). *วิธีการสื่อสารและการดำรงอยู่ของกลุ่มแฟนคลับศิลปิน นักร้องกลุ่มจากประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญยคุณ นาคะ. (2560). *แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- พิชญ์นิพัทธ์ วิชัยโน, และ สายชล ปัญญชิต. (2566). บนความเสี่ยงในโลกดิจิทัล: สถานการณ์ความรอบรู้และพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากสื่อการพนันออนไลน์ของชาวดิจิทัลไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 41(3), 31-49.
- พิชญา อัมพรจินดารัตน์. (2559). *วัฒนธรรมแฟนกับความดัง กรณีศึกษาอาคาเซ กลุ่มแฟนคลับ คิลปิน วงก็อตเซเวน* (รายงานการศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ภัทราวดี หงส์เอก, และ บุหงา ชัยสุวรรณ. (2565). การสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับช่า BLACKPINK บนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 26(3), 43-55.
- สุปริดา ช่อลำไย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับชงไชย แมคอินไตย์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อนินทยา ประสิทธิ์มี. (2561). *พฤติกรรมและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับคิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2559). กระบวนการต่อรองในการผลิตภาพยนตร์เชิงสังเกตการณ์ผ่านปฏิบัติการสังคม: กรณีศึกษาการคัดค้านการขยายท่าเรือแหลมฉบัง เฟสสาม ชุมชนบางละมุง จังหวัดชลบุรี. *วารสารศาสตร์*, 9(1), 80-116.

### ภาษาอังกฤษ

Hall, S., & Du Gay, P. (1996). *Questions of Cultural Identity*. SAGE.

Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมควบคุมโรค. (2563). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้นจาก [https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/faq\\_more.php](https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/faq_more.php)

สถิตาภรณ์ เอี่ยมธงชัย. (2561). *วิวัฒนาการกระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) ที่เรียกว่า Hallyu*. สืบค้นจาก [www.ditp.go.th/contents\\_attach/154036/154036.docx](http://www.ditp.go.th/contents_attach/154036/154036.docx).

Marketeer. (2563). *ไทยครองแชมป์ทวีตข้อความ K-Pop มากที่สุดในโลก*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/189116>

THE CONCERT APPLICATION. (2565). *10 เรื่องราวของ BTS คิลปินเคป็อปผู้สร้างชื่อเสียงสู่เวทีระดับโลก*. สืบค้นจาก [https://www.theconcert.com/news/kpop music/1311#google\\_vignette](https://www.theconcert.com/news/kpop music/1311#google_vignette)

