

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การประกาศปีการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ.2541-2542 มีความหมายอย่างใหญ่หลวงต่อการสร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวและการเสริมวัฒนธรรมบริโภคในเมืองไทย พื้นที่หลายต่อหลายแห่งที่เคยรุ่งเรืองด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจการค้า และมีชีวิตที่แน่นอนกับวัฒนธรรมชุมชนที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างหนึ่งได้เปลี่ยนโฉมไป จะเห็นได้จากการเกิดขึ้นใหม่ของตลาดต่างๆ มากมายในนามของ "การท่องเที่ยว" มีทั้งตลาดเก่าที่พัฒนาใหม่ และตลาดที่สร้างขึ้นใหม่โดยเฉพาะ ตลาดเหล่านี้ถูกเสกสรรให้มีภาพลักษณ์ต่างๆ ตามกระแสวัฒนธรรมการท่องเที่ยว และขณะเดียวกัน ก็ได้สะท้อนวัฒนธรรมการบริโภคของผู้คนที่ไปท่องเที่ยวนั้นๆ โดยเฉพาะคนชนชั้นกลางในเมือง

"ชนชั้นกลาง" เริ่มมีมาตั้งแต่ในสังคมตะวันตกโดยเกิดขึ้นมาตั้งแต่ 500 – 600 ปีมาแล้ว ในสังคมยุโรปหรือในช่วงปลายของสมัยกลางในยุโรป โดยเกิดจากกลุ่มพ่อค้าวาณิชที่สร้างตัวเองขึ้นมาจากพวกไพร่ที่เก็บหอมรอมริบจนรวย หรือจากขุนนางตกยากที่พยายามแสวงหาเงินและสะสมทรัพย์สินสมบัติเพื่อกุสถานะของตน ทั้งพวกไพร่ได้ดีและผู้ดีตกยากเมื่อสะสมเงินทองได้เป็นกอบเป็นกำแล้วก็จะใช้เงินนั้นประกอบการค้าหากำไรแบบพ่อค้า คนเหล่านี้จึงจับกลุ่มซื้อขายกันเป็นตลาดนัด ต่อมาอยู่ซื้อขายเป็นประจำ ตลาดนัดจึงกลายเป็นตลาดประจำตลาดศูนย์กลางค้าเหล่านี้ต่อมาจึงกลายเป็นเมืองประกอบด้วยพ่อค้าวาณิชที่สร้างตัวขึ้นมาด้วยลำแข้งตนเอง

คนจำพวกนี้มีความขยันขันแข็ง ฉลาด หูตาไว ในที่สุดจึงมีความร่ำรวยมั่งคั่งขึ้น ถึงขนาดมีสมบัติพัสถานเป็นปึกแผ่นไม่น้อยหน้าชนชั้นผู้ดีเก่า การอยู่ร่วมกันของชนชั้นเหล่านี้ทำให้ชุมชน "เมือง" (City) เกิดขึ้นในทำเลพื้นที่ต่างๆ เป็นจำนวนมากในยุโรป ชนชั้นพ่อค้าเหล่านี้ไม่ยอมนับตัวเองว่าเป็นชนชั้นไพร่ แต่ก็ไม่มีสถานะเป็นชนชั้นผู้ดี จึงเรียกตัวเองว่าเป็นชาวเมือง "พลเมือง" (Citizen) หรือ "ชนชั้นกลาง" (Middle Class) ที่ไม่ยอมเป็นไพร่หรือเป็นลูกน้องของใคร ชุมชนเมืองที่มีชนชั้นกลางรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนนี้จึงกลายเป็นที่สวนรวมของคนมีสมบัติสมัยใหม่ในไม่กี่ชั่วอายุคน ลูกหลานของชาวเมืองเหล่านี้เนื่องจากมีชีวิตที่อยู่ดีกินดี มีโอกาสศึกษาสูงขึ้น จึงกลายเป็นกลุ่มชนที่มีความรู้และมีศิลปวัฒนธรรมที่เจริญพอกับชนชั้นผู้ดีเก่า (ปรีดี พนมยงค์

2536:29-30) ดังนั้นชนชั้นกลางในสังคมยุโรปสมัยเริ่มแรกจึงหมายถึงกลุ่มคนเมืองที่ประกอบอาชีพค้าขายเป็นหลัก โดยมีค่านิยมที่สำคัญมากสำหรับคนกลุ่มนี้ก็คือ การเชื่อมั่นและภูมิใจในตนเอง เชื่อในความเป็นอิสระของปัจเจกชนและเชื่อในความเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ปรีดี 2536: 29 - 30)

ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ในสังคมอังกฤษ เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด ที่ชนชั้นกลางมีสถานะและบทบาทต่อสังคมทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ (การค้าและอุตสาหกรรม) วัฒนธรรม และข้อสังเกตเกี่ยวกับชนชั้นกลางคือ พยายามแสดงสถานภาพทางสังคมให้เป็นที่ยอมรับ โดยการสร้างค่านิยม และเอกลักษณ์ใหม่ๆ ให้แก่ชนชั้นตัวเอง เช่นการสร้างระบบจารีตที่ยกย่องในเรื่องศีลธรรม เน้นความเป็นครอบครัวที่สมบูรณ์แบบ ผู้ชายเป็นผู้นำในการทำงานนอกบ้าน ภรรยาเป็นผู้ดูแลบ้าน (ชาคริต ชุ่มวัฒนะ 2531: 3) ส่วนในสังคมไทยนั้น แต่เดิมในสังคมไทยนั้นมีเพียง 2 ชนชั้นคือ ชนชั้นเจ้า - ขุนนางและ ชนชั้นไพร่ - ทาส ชาลววิทย เกษตรศิริมีความเห็นว่า ถ้าเดิมจะมีชนชั้นกลางอยู่บ้างก็คงจะเป็นคนจีนกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่ง แต่หลังจากการเลิกทาสในสมัยรัชการที่ 5 สังคมไทยได้เปลี่ยนเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้า - ข้าราชการ - ราษฎร ทำให้เกิดมี "ชนชั้นกลาง" แทรกอยู่ในวงข้าราชการทหารและพลเรือน

นอกจากนั้นการส่งนักเรียนไทยไปศึกษาในยุโรปโดยทุนเล่าเรียนหลวงและการนำเอาระบบการศึกษาแบบตะวันตกเข้ามาใช้ในการพัฒนาประเทศ โดยการตั้งโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาทางด้านพลเรือนและทหารก็เป็นการสร้างคนกลุ่มใหม่ขึ้นมาในสยาม จนกระทั่งถึงในสมัยรัชกาลที่ 7 นักเรียนไทยที่สำเร็จการศึกษาจากยุโรปเริ่มทยอยกันกลับมารับราชการ นอกจากนั้นในยุคนี้ยังมีพัฒนาการของชนชั้นกลางอีกกลุ่มหนึ่งเกิดขึ้นเช่นกัน ซึ่งได้แก่พวกนักเขียน นักหนังสือพิมพ์ มีการรวบรวมข้อมูลได้ว่า ในสมัยรัชกาลที่ 6 มีหนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ ทุกประเภทที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอยู่ในราชอาณาจักรสยามถึง 133 ฉบับ และพบว่าก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ได้มีความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มข้าราชการที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงการปกครองกับหนังสือพิมพ์ (ศรีกรุง) โจมตีรัฐบาลและราชบัลลังก์ ดังนั้นชนชั้นกลางที่ถูกสร้างขึ้นมาจากการปฏิรูปหรือการเปิดประเทศ จึงเป็นกลุ่มที่สามารถเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาสิทธิราชย์ มาสู่ระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภาในเวลาต่อมา (ธงชัย วินิจจะกุล 2542: 5-6)

ชนชั้นกลางกลุ่มใหม่ในประเทศหรือที่นักวิชาการเรียกว่า "พลังนอกระบบราชการ" ซึ่งประกอบด้วยนักธุรกิจ ผู้ประกอบวิชาชีพอิสระ รวมถึงพนักงานขององค์กรภาคเอกชน เป็นต้น ได้ถือกำเนิดขึ้นมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่ง

ชาติตั้งแต่แผนที่ 1 (พ.ศ. 2504) เป็นต้นมา ลิขิตได้กล่าวถึงการเกิดขึ้นของชนชั้นใหม่หลังจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2503 ถึง พ.ศ. 2513 ประชากรไทยได้เพิ่มขึ้นจาก 26 ล้านคน เป็น 36 ล้านคนทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนเมืองมีจำนวนเทศบาลมากขึ้น โดยชนชั้นผู้บริหารระดับสูงได้เพิ่มขึ้นเกือบ 10 เท่าตัว และนอกจากนั้นยังมีกลุ่มคนที่เกิดใหม่อีก 3 กลุ่มคือ

1. นักธุรกิจธนาคารและสถาบันการเงิน นักธุรกิจสั่งเข้าและส่งออก ผู้ลงทุนอุตสาหกรรมและกิจการบริการ คนเหล่านี้เป็นชนชั้นกลางใหม่ หรือ เศรษฐกิจใหม่
2. กลุ่มผู้ใช้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมและกิจการบริการโดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางด้านสาธารณูปโภค กลุ่มคนเหล่านี้สามารถใช้การนัดหยุดงานเพื่อการต่อรองทางการเมือง
3. กลุ่มนักศึกษาและนักเรียนอาชีวศึกษาที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมากเพราะการขยายทางการศึกษา นักเรียนนักศึกษาเหล่านี้ส่วนหนึ่งสามารถเข้าทำงานในภาครัฐหรือเอกชนได้ แต่มีอยู่จำนวนไม่น้อยที่ว่างงานหลังจากสำเร็จการศึกษาแล้ว จึงเปรียบเสมือนระเบิดเวลาที่พร้อมจะระเบิดได้ (ธงชัย วินิจจะกุล 2542: 6)

แต่ก็มีแนวคิดบางกระแสบอกว่าชนชั้นกลางไทยเกิดมาจากการพัฒนาประเทศไทย ในสมัยยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ที่ดำเนินนโยบายการสร้างชนชั้นกลาง โดยมีความคิดเรื่องการป้องกันภัยคอมมิวนิสต์เป็นแรงผลักดันอยู่เบื้องหลัง ด้วยเชื่อว่าประเทศที่ล่อแหลมต่อภัยคอมมิวนิสต์คือ ประเทศที่ชนชั้นกลางน้อยที่สุด (ดาวพฤษ 2513: 14)

ส่วนการให้คำจำกัดความ “ชนชั้นกลาง” ในสังคมไทยว่าหมายถึงกลุ่มคนประเภทไหนนั้นยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนว่าคนกลุ่มไหนควรจะถูกจัดว่าเป็นชนชั้นกลางหรือไม่ใช่คนชั้นกลาง ดังนั้นคำนี้จึงเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างและคลุมเครือ ดังนั้นการให้คำจำกัดความของคำว่า “ชนชั้นกลาง” จากงานชิ้นนี้จึงค่อนข้างหลากหลายขึ้นอยู่กับผู้เขียนแต่ละคนที่จะมองว่าใครเป็นชนชั้นกลางโดยใช้แนวคิดที่แตกต่างกันไปมาเป็นตัวกำหนดความเป็น “ชนชั้นกลาง”

ยกตัวอย่างเช่น จากงาน ทฤษฎีชนชั้นกลาง โดย ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2536) ได้ความเห็นเกี่ยวกับการให้คำจำกัดความ “ชนชั้นกลาง” ว่าไม่ว่าจะมองชนชั้นกลางด้วยแนวคิดแบบใดก็ตาม ชนชั้นกลางก็ยังคงถูกกำหนดโดยโลกของการทำงานและเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

“นักวิเคราะห์สมัยใหม่พยายามหาวิธีการจำแนกชนชั้นตามหลักเกณฑ์ของงานและอาชีพ ซึ่งในสังคมสมัยใหม่มีมากมายและซับซ้อนมาก การวิเคราะห์ชนชั้นแบบนี้จึงอาจเกิดความยุ่งเหยิงได้” (ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ 2536: 85-86)

วัฒนธรรมชนชั้นกลางไทย โดย นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) ได้อธิบายว่า ชนชั้นกลางมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. คนชั้นกลางไทยไม่ได้สังกัดกับผู้ปกครองและชาวนา ฉะนั้นจึงหลุดออกไปจากพันธนาการที่ผูกมัดผู้ปกครองและชาวนา
2. คนชั้นกลางไม่สังกัดผู้ปกครองและชาวนา ฉะนั้นจึงหลุดออกไปจากพันธนาการที่ผูกมัดผู้ปกครองและชาวนา
3. คนชั้นกลางผลิตสินค้าและบริการมุ่งสู่ตลาดโดยตรง
4. คนชั้นกลางคือกลุ่มคนที่สามารถสืบทอดสถานะของตนเองได้ (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2536: 53)

นอกจากนั้นนิธิ เอียวศรีวงศ์ ยังกล่าวเสริมว่า ชนชั้นกลางไทยไม่ได้สังกัดอยู่ในแวดวงผู้ปกครองและไม่ได้สังกัดอยู่ในสังคมชาวนา เช่น นายธนาคาร, เจ้าของธุรกิจส่งออก, นายทุนข้ามชาติ ฯลฯ นอกจากนี้คนชั้นกลางยังเป็นกลุ่มคนที่สืบทอดสถานะของตนเองได้ (หรือดำรงความเป็นชนชั้นของตนเอง) ด้วยทุนและ/หรือการศึกษา รวมไปถึงความรู้ประเภทวิชาชีพ โดยไม่ได้อาศัยชาติกำเนิด เพราะฉะนั้นชนชั้นกลางจึงไม่ค่อยมีความสำนึกในความเป็นปึกแผ่นของกลุ่มตนเอง เนื่องจากแต่ละคนสามารถเลื่อนสถานภาพของตนเองให้สูงขึ้นได้จากการกระทำของตนเอง นิธิ เอียวศรีวงศ์ กล่าวว่าชนชั้นกลางส่วนใหญ่ นั้นมักจะมุ่งที่จะถีบตนเองขึ้นไปอยู่เสมอ ดังนั้นชนชั้นกลางจึงมีพลวัตสูงมากในการเลื่อนสถานภาพ (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2536: 50-56)

บทบาทชนชั้นกลางในเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศเอเชียนิกส์และไทย ข้อสังเกตเบื้องต้น โดย ผาสุก พงษ์ไพจิตร (2536) ผาสุกได้ให้คำจำกัดความ “ชนชั้นกลาง” ว่าหมายถึง “ชนชั้นกลางใช้ในความหมายว่าไม่ใช่ชนชั้นสูง (ราชวงศ์และกลุ่มทุนใหญ่) และผู้มีใช้ชนชั้นล่าง ซึ่งหมายรวมถึงชาวนาชาวไร่ที่ไม่ได้มีฐานะนายจ้าง แรงงานรับจ้างภาคเกษตรและผู้ใช้แรงงานนอกภาคเกษตร ถ้าดูจากลักษณะอาชีพชนชั้นกลางประกอบด้วย เจ้าของกิจการขนาดกลางและย่อม ผู้ทำงานระดับวิชาชีพ ผู้จัดการ นักบริหาร เสมียนพนักงาน พนักงานขาย (เป็นส่วนหนึ่งของคนงานปกขาว) และผู้ประกอบการส่วนตัวนอกภาคเกษตร ยกเว้นหาบเร่ แผงลอยและนักวิชาการ นักคิด ผู้ทำงานองค์กรพัฒนาเอกชน”(ผาสุก พงษ์ไพจิตร 2536: 91)

จส.100: สำนักทางสังคมของชนชั้นกลางในเมือง โดยสมใจ โลหะพูนตระกูล (2539) เป็นงานที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ซึ่งเกิดขึ้นสัมพันธ์กับกลุ่มคนในเมืองโดยเฉพาะชนชั้นกลาง ซึ่งชนชั้นกลางในที่นี้หมายถึง คนกลุ่มหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเมือง มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ถึงแม้จะมีการศึกษาที่ไม่สูงมากนักแต่ก็จัดเป็นชนชั้นกลางได้ โดยคนกลุ่มนี้ได้อาศัยพื้นที่ของจ.ส. 100 ทำให้ตนเองมีบทบาทมากขึ้นในสังคมเมือง (สมใจ โลหะพูนตระกูล 2539 : 91)

จากงานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า คำจำกัดความชนชั้นกลางนั้นยังไม่มี ความชัดเจนว่าใครเป็นชนชั้นกลาง แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้คำว่าชนชั้นกลาง ในบริบทไหน และใช้เพื่อทำอะไร “ชนชั้นกลาง” จึงเป็นคำที่ลื่นไหลและไม่มีคำจำกัดความตายตัว อย่างไรก็ตาม คนชนชั้นกลางมักจะแสดงรสนิยมร่วมที่เห็นได้ชัดเจนหลายประการ เช่น นิยมรัก ความสะดวกสบาย ฉาบฉวย โหยหาอดีต เป็นต้น พื้นที่การท่องเที่ยวหลายแห่งได้เกิดขึ้นและมี อัตลักษณ์บางประการที่รองรับ ส่งเสริมรสนิยมของคนชั้นกลางอย่างเห็นได้ชัด ดังเช่น ตลาด หลายแห่งที่เกิดขึ้นดังได้กล่าวมาข้างต้น จะมี “จุดขาย” ชัดเจนเพื่อรองรับคนชนชั้นกลาง โดยเฉพาะการส่งเสริมความรู้สึกโหยหาอดีต (nostalgia) ของกลุ่มชนชั้นกลางในเมือง อันเกิดขึ้นอัน เกิดขึ้นภายใต้กระบวนการทำให้เป็นสมัยใหม่ ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนสังคมไทยจากสังคม เกษตรกรรมมาสู่ระบบการผลิตแบบทุนนิยมหรือกลายมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม (ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ 2543: 73)

จากบทความเรื่อง การท่องเที่ยวไทย อุตสาหกรรมขาย “สังคมอุดมคติ” โดย ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ (2543) ได้กล่าวว่าปรากฏการณ์ภาวะการโหยหาอดีตนี้เริ่มเข้มข้นมากหลังจากที่ เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจฟองสบู่ เริ่มต้นจากรัฐบาลประกาศปลดปล่อยค่าเงินบาทเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลึกซึ้งกว้างขวาง และสร้างแรงกดดันในสังคม ไทยมากมาย (ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ 2543: 73) ซึ่งมีช่วงเวลาใกล้เคียงกับปรากฏการณ์การเกิด ใหม่ของตลาดมากมาย

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ทำให้คนในสังคมปราศจากเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ อันเกิดมาจากสายสัมพันธ์แบบดั้งเดิมอย่างเช่น สถาบันครอบครัว ชุมชน และศาสนาถูกทำลาย ลงไป ตัวตนของคนในสังคมปัจจุบันจึงถูกทำลายลงและทำให้เกิดความขัดแย้งในตัวเองเนื่อง จากไม่สามารถยึดถือกฎเกณฑ์ความเชื่อแบบดั้งเดิมของตัวเองได้ (ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ 2543: 73) ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงรู้สึกขาดบางสิ่งบางอย่างไป และต้องการหาสิ่งที่มาทดแทนสิ่งเหล่านี้ แต่เนื่อง จากสภาพสังคมไทยไม่ได้มีการพัฒนาอย่างครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ ความเป็นสมัยใหม่จึงกระจุก

ตัวอยู่เฉพาะในเมือง ดังนั้นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเมืองจึงคนเพียงกลุ่มเดียวในสังคมไทยที่เกิดความรู้สึกนี้ เนื่องมาจากวิถีชีวิตที่เติบโตขึ้นมาในเมือง อันเต็มไปด้วยมลพิษนานาชนิด สภาพการจราจรติดขัด ทำให้ชีวิตเต็มไปด้วยความรีบเร่งและมีการแข่งขันสูง

อีกทั้งพื้นที่ในเมืองยังเต็มไปด้วยตึกและมีสภาพแออัด ทำให้คนที่อยู่ในเมืองไม่มีทางออกและรู้สึกโดดเดี่ยวอ้างว้าง ทำให้เกิดความรู้สึกโหยหาธรรมชาติ และต้องการการพักผ่อนที่เขาหาไม่ได้ในชีวิตประจำวัน นั่นก็คือการพักผ่อนในวันหยุด หรือเรียกอีกอย่างว่าการท่องเที่ยว

ในที่นี่การผลิตสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเมื่อตอบสนองความรู้สึกโหยหาอดีตหรือธรรมชาติ จึงเกิดขึ้นในวัฒนธรรมการท่องเที่ยวทั้งในสังคมตะวันตกและสังคมไทย เช่นเดียวกับตลาดดอนหวายที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนเมืองกลุ่มนี้ ที่อาจจะเรียกอีกอย่างได้ว่า เป็นชนชั้นกลางในเมืองกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสถานะภาพทางเศรษฐกิจดี เห็นได้จากการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวที่มักจะซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากๆ เวลาที่มาเที่ยวและเห็นได้จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตลาดดอนหวายมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้ คือ การเดินชมตลาดเก่า กินขนมโบราณ นั่งเรือชมวิวธรรมชาติริมแม่น้ำ ซึ่งล้วนแล้วแต่ตอบสนองความโหยหาอดีต และธรรมชาติของกลุ่มชนชั้นกลางในเมือง

หากจะว่าไปแล้วตลาดเหล่านี้ก็ค่อนข้างมีลักษณะคล้ายคลึงกับกับย่านต่างๆ ในสมัยก่อนคือ มีลักษณะเฉพาะตัวในการขายสินค้าที่ขึ้นชื่อของแต่ละแห่ง เช่น บ้านนุมีชื่อด้านเครื่องทองเหลือง บ้านช่างหล่อมีชื่อเสียงด้านการหล่อพระพุทธรูป เกาะเกร็ดมีชื่อด้านเครื่องปั้นดินเผา แต่เดิมนั้นย่านแต่ละย่านมีความเฉพาะตัวในการผลิตและขายสินค้าแต่ละชนิดที่ไม่เหมือนกัน แต่ปัจจุบัน “ย่าน” ต่างๆเหล่านั้น ถูกลดความสำคัญลงเนื่องจากมีห้างสรรพสินค้าเข้ามาแทนที่โดยรวมทุกอย่างเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้ไม่จำเป็นที่จะต้องไปซื้อหาสินค้าในย่านอีกแล้ว

ในระยะหลังปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับตลาดดังที่กล่าวไปในข้างต้นก็เกิดขึ้นกับย่านเหล่านี้ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ มีการรื้อฟื้นย่านบางแห่งหรือประชาสัมพันธ์ย่านต่างๆ (ที่ยังคงมีอยู่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน) ขึ้นมาเพื่อทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวภายใต้กระแสต่างๆ ในสังคมสมัยใหม่ เช่น กระแสวัฒนธรรมชุมชน กระแสวัฒนธรรมท้องถิ่น

อาจกล่าวได้ว่าการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ๆ ในปัจจุบันก็ได้รับผลกระทบจากกระแสเหล่านี้เช่นกัน แต่ไม่ได้หมายความว่าทั้งย่านและตลาดที่เกิดขึ้นมาใหม่จะเป็นเหมือนย่านเดิมที่เคยเป็นมาก่อน ทั้งย่านและตลาดเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งในการขายสินค้าโดยผูกเอาบริบท

ทางวัฒนธรรมที่ผลิตขึ้นมาใหม่เพื่อช่วยให้สินค้ามีราคาและขายได้ง่ายขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ตลาดอาจจะต้องอยู่ในสถานที่แตกต่างกันออกไปโดยมีเป้าหมายโดยกลุ่มชนชั้นที่แตกต่างกัน

จากบทความ "Ghettos As Tourism Attractions" โดยมาร์แชลล์ (Marshall 1998) กล่าวถึงการทำย่านที่อยู่อาศัยของคนอิตาเลียน อันเป็นย่านดั้งเดิมในสมัยที่คนอิตาเลียนเริ่มอพยพมาอยู่ในสหรัฐอเมริกาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษ 80 ด้วยที่คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศมาเที่ยวชมความเก่าแก่ วิถีชีวิต และชิมรสชาติอาหารของชาวอิตาเลียนในย่านดังกล่าว จนกระทั่งมีการจัดทำป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการทางเข้าย่าน และมีการทำเสื่อยึดเพื่อระลึกถึงย่านดังกล่าวถึงความเป็นย่านที่เก่าแก่ของคนอิตาเลียน นอกจากนี้ย่านนี้ยังเป็นพื้นที่ที่คนเชื้อสายอิตาเลียนรุ่นใหม่ที่ไม่เคยได้เห็นความเป็นอิตาเลียนหรือไม่เคยไปเยือนประเทศอิตาลีมาก่อน สามารถมาชมและเรียนรู้ความเป็นอิตาเลียนและวิถีชีวิตได้จากย่านแห่งนี้

งานชิ้นนี้จึงเป็นตัวอย่างการรื้อฟื้นย่านเพื่อทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งค่อนข้างคล้ายคลึงกับตลาดดอนหวาย ซึ่งแต่เดิมเป็นเพียงแต่เป็นตลาดสำหรับจับจ่ายใช้สอยของคนในท้องถิ่น แต่ปัจจุบันได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับชนชั้นกลางในเมือง ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักตลาดดอนหวายจากสื่อชนิดต่างๆ ที่พากันประชาสัมพันธ์ตลาดดอนหวาย โดยเน้นไปที่อาหารการกิน ธรรมชาติริมแม่น้ำ และความเป็นท้องถิ่นในตลาด ด้วยบรรยากาศและสีสันของตลาดดอนหวายที่กำลังเกิดขึ้นใหม่ในนามของ "การท่องเที่ยว" และมีความแตกต่างจากตลาดแห่งอื่น ซึ่งอยู่ในปัจจุบันเดียวกัน เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาตลาดดอนหวายตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

กรอบคิดและวิธีวิทยา

จุดเริ่มต้นของแรงผลักดันในการท่องเที่ยวนั้นเป็นเพราะคนส่วนใหญ่รู้สึกแปลกแยกจากสังคมของตนเอง เพราะในสังคมสมัยใหม่นั้นเต็มไปด้วยการผลิตซ้ำ เช่น การพิมพ์และภาพถ่าย รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้คนจำนวนมากรู้สึกว่าโลกของเขาไม่มีความจริงแท้ที่อยู่เลย (Grabum 1995: 163) สำหรับคนสมัยใหม่นั้นความจริงแท้และความจริงนั้นอยู่ในสังคมอื่นหรือวัฒนธรรมอื่น ซึ่งภัทรพงศ์ (2543: 10) อ้างถึงแมคแคนแนลล์ (MacCannell) ว่ามันกลายเป็นกระบวนการสมัยใหม่อันเป็นชั่วคราวเมืองทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมระหว่างประเทศพัฒนาแล้วและประเทศโลกที่สามตั้งอยู่บนพื้นฐานความไม่แน่นอน (instability) และความไม่จริงแท้

(inauthenticity) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองที่เติบโตด้วยการสัมผัสกับ "ความเป็นเมือง" ที่เพียบพร้อมไปด้วยความเจริญทางวัตถุ การได้รับการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ ที่มีลักษณะแยกส่วน เชี่ยวชาญเฉพาะและได้รับการพัฒนาทักษะในการดำเนินชีวิตแบบ "คนเมือง" มีวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยี ระบบการสื่อสารคมนาคมที่ทันสมัยรวดเร็ว (ซินิดา ชิตบัณฑิตย์ 2544: 73-77) โลกที่พวกเขาอยู่นั้นเป็นสังคมอุตสาหกรรมอันแห้งแล้ง แข็งทื่อ เย็นชา แล้งน้ำใจมีแต่ความกลวงและว่างเปล่า เพราะฉะนั้นพวกเขาจึงต้องออกเดินทางย้อนกลับไปยังโลกที่สามที่มีความเจริญน้อยกว่า เรียบง่ายกว่าเพื่อค้นหาความเป็นอดีตในสังคมอื่นที่ได้หายไป จากชีวิตประจำวันของคนในสมัยใหม่ที่ซ้ำซาก (MacCannell 1976: 3) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสมัยใหม่สามารถหลีกเลี่ยงจากความจำเจ นำเปื้อน่ายที่พวกเขาต้องพบเป็นประจำทุกวัน เนื่องจากการท่องเที่ยวนี้ทำให้นักท่องเที่ยวหนีจากความหวาดกลัวต่อความไม่แน่นอน ความสับสน วุ่นวาย ความแตกสลาย การกระจายตัวของตัวตน สังคม เพราะการท่องเที่ยวทำให้พวกเขาสามารถกลับไปสู่อุดมคติที่งดงามที่ทุกคนใฝ่หาอดีตอันเต็มไปด้วยธรรมชาติ ความสงบไม่วุ่นวาย ความเก่าแก่ และความงดงามในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

ซึ่งเป็นยุคเดียวกับที่จอห์น อูรี (John Urry 1995) กล่าวไว้ว่าโลกาภิวัตน์ได้รวมเอา เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมซึ่งเกิดจากตัวแปรที่หลากหลายในกระแสวัฒนธรรมโลกเข้าไว้เป็นหนึ่งเดียว (homogenization) โลกาภิวัตน์นี้ทำให้เกิดความเป็นท้องถิ่นอีกครั้งหนึ่ง (re-localization) ซึ่งหมายถึงการรวมเอาความเป็นโลกและท้องถิ่นเข้าไว้ด้วยกัน เปรียบเสมือนการนำเอาจิ๊กซอว์ความเป็นท้องถิ่นหลายๆ แห่งมาเรียงเรียงและรวมกันเป็นโลกใบใหม่ และผลกระทบจากการถ่ายเทวัฒนธรรมโลกในยุคโลกาภิวัตน์นี้เองที่ก่อให้เกิดคุณลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม (local distinctiveness) ของท้องถิ่นกลับกลายเป็นจุดเด่นขึ้นมาทดแทน โดยเมือง Lancashire ในประเทศอังกฤษที่เคยเป็นเพียงเมืองอุตสาหกรรมที่ไม่มีเพียงคนงานและญาติพี่น้องเท่านั้นที่เดินทางมายังเมืองนี้ แต่ในช่วงทศวรรษที่ 80 เมืองนี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในยุค postmodern กลับมาแสวงหาความเรียบง่ายของชนบท แต่แปลกใหม่และแตกต่างจากสังคมของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ เพราะโลกของเขาได้เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์จนทำให้โลกแทบจะไม่มี ความแตกต่างกัน

ในขณะที่เครฟตัน (Creighton 1997: 239-254) ได้ยกตัวอย่างของการใช้ความโหยหาอดีต (nostalgia) มาเป็นจุดขายที่ประสบความสำเร็จมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น โดยที่การท่องเที่ยวให้ภาพความเป็นธรรมชาติและความสะดวกสบาย ทำให้คนญี่ปุ่นที่คุ้นเคยกับความเป็นตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันมีความรู้สึกเหมือนกับว่า "ไร้

ราก" (homelessness) อันเนื่องมาจากลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่มีเพียงความทันสมัยแบบตะวันตก แต่ไม่มีความเป็น "บ้าน" ในแบบของคนญี่ปุ่นช่วงยุคก่อนอุตสาหกรรม หรือยุคก่อนสงครามเมืองแต่อย่างใด และความรู้สึกนี้เองที่ทำให้คนญี่ปุ่นจำนวนมากอยากจะ "กลับบ้าน" ที่เป็นความเจ็บสงบและเรียบง่าย โดยที่ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างของภาพยนตร์และภาพโฆษณาที่คนญี่ปุ่นในเมืองกลับบ้านในชนบทในวันหยุดประจำปีเพราะต้องการที่จะซึมซับความเรียบง่ายและตัวอย่างงานทั้งสองชิ้นนั้นได้ให้ความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดระหว่างเมืองที่เต็มไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น คอนโดมีเนียม ถนนหนทาง กับภาพของความเป็นชนบทที่มีเพียงทุ่งหญ้าที่เขียวขจีกับถนนดินฝุ่นตลบที่มีเบื้องหลังเป็นฉากหลัง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเพราะคนญี่ปุ่นในสังคมสมัยใหม่ใช้ชีวิตกับความเป็นตะวันตกมากจนกระทั่งพวกเขาลืมวัฒนธรรมและความเป็นญี่ปุ่นอันเก่าแก่ไปนั่นเอง

วัตถุประสงค์การศึกษา

ประการแรก เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของตลาดดอนหวายที่ถูกสร้างขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงอันสืบเนื่องจากแนวคิด "การท่องเที่ยว"

ประการที่สอง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของคนชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นในตลาดดอนหวาย อันสอดคล้องกับสังคมบริโภคนิยมปัจจุบัน