



กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี
เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดย

นายธนวรรณ นิธิปภานันท์

ดุขฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปรัชญาดุขฎีบัณฑิต

สาขาวิชาสหวิทยาการ

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี
เพลिनวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดย

นายธนวรรณ นิธิพานันท์

ดุชนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาสหวิทยาการ
วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE PRODUCTION OF CULTURAL SPACE FOR TOURISM:
A CASE STUDY OF PLERNWAN, HUA-HIN DISTRICT,
PRACHUABKIRIKHAN PROVINCE

BY

MR. TANAWAT NITIPAPARNAN

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY
IN INTEGRATED SCIENCE
COLLEGE OF INTERDISCIPLINARY STUDIES
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วิทยาลัยสหวิทยาการ

คุขกฤษฎิ์

ของ

นายธนวรรธน์ นิธิภานันท์

เรื่อง

กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี
เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาคุขกฤษฎิ์บัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ

เมื่อ วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบคุขกฤษฎิ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินี ดันฐนิตย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาคุขกฤษฎิ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาคุขกฤษฎิ์ร่วม

(ดร.รัตนา โตสกุล)

กรรมการสอบคุขกฤษฎิ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงใจ หล่อธนาณิษฐ์)

กรรมการสอบคุขกฤษฎิ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บัวหล้า)

คณบดี

(ศาสตราจารย์ วันทนี วาสิกะสิน)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : ศึกษากรณี เพลินวาน อ.ห้วยหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
ชื่อผู้เขียน	นายธนวรรธน์ นิธิพานันท์
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สหวิทยาการ วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.รัตนา โตสกุล
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอห้วยหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวาน โดยศึกษาผ่านการวิเคราะห์เอกสาร (document analysis) และศึกษาภาคสนาม (field research) จากการศึกษาพบว่า 1) เพลินวานมีกระบวนการสร้างพื้นที่ (เชิงกายภาพ) ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป กล่าวคือ เป็นการสร้างพื้นที่แบบนำอดีตมาดัดแปลง มีการคัดเลือกอดีตในช่วงเวลาที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นการสร้างอดีตด้วยข้อมูลที่มาจากการผสมผสาน เป็นการสร้างความหมายใหม่ และเป็นการสร้างพื้นที่ที่ไม่ต้องการอ้างอิงบริบทของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญในกระบวนการสร้างพื้นที่คือ เรื่องของการออกแบบและใช้องค์ความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรมที่เป็นการผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน 2) การสร้างความหมาย ที่เกิดขึ้นนั้นมีความแตกต่างกัน โดยผู้ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่งด้วยการลงรหัส ในขณะที่ผู้บริโภคมีการถอดรหัสความหมายขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ความแตกต่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความหมายที่เกิดขึ้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากผู้ผลิตแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ความหมายดังกล่าวยังถูกสร้างขึ้นจากผู้บริโภคได้เช่นกัน

ทั้งนี้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ทั้ง 5 กลุ่ม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่มีการถอดรหัสพื้นที่ที่โดยการสร้างความหมายหรือให้นิยามของเพลินวาน ผ่านการรับรู้ (perceived) จากทางโลกสัญญาหรือโลกเสมือนซึ่งไม่ใช่การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจ (conceived) อย่างแท้จริง ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปีนั้นมีการรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) แบบการผสมผสาน เริ่มใช้ตรรกะและความเป็นเหตุเป็นผล เริ่มมีเสียงต่อรองและมีการวิจารณ์มากขึ้น ส่วนกลุ่มที่อายุมากกว่า 40 ปี การรับรู้ (perceived) ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การสร้างความหมายที่แท้จริงมาจากความเข้าใจ (conceived) ที่เกิดขึ้น ผ่านประสบการณ์ในการเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ บนโลกความเป็นจริง

ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปได้ว่ามโนทัศน์ทางความคิดเรื่อง พื้นที่ ของ Lefebvre นั้นเป็นมโนทัศน์ที่สามารถสร้างคำอธิบายในเรื่องพื้นที่ต่องานชิ้นนี้ได้เพียงบางส่วนแต่ไม่สามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวของเพลินวานได้ทั้งหมด โดยเฉพาะในกรณีของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การเคลื่อนตัวของคำอธิบายดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พื้นที่ ถูกคำอธิบายชุดหนึ่งกำกับไว้ในขณะที่การให้ความหมายนั้นมีความเป็นอิสระและมีความหลากหลายมากกว่าจึงสามารถถอดรหัสทางความหมายของพื้นที่ได้อย่างไม่รู้จักจบ ทั้งนี้ความหมายที่เกิดขึ้นจากการถอดรหัสของผู้บริโภคนั้นเป็นความหมายที่มีความหลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และความเข้าใจของแต่ละคนที่มีอยู่อย่างไม่เท่าเทียมกัน

คำสำคัญ: กระบวนการสร้างพื้นที่, การลงรหัส, การถอดรหัส, ผสมผสาน

Dissertation Title	THE PRODUCTION OF CULTURAL SPACE FOR TOURISM: CASE STUDY PLERNWAN HUA-HIN DISTRICT PRACHUABKIRIKHAN PROVINCE
Author	Mr. Tanawat Nitipaparnan
Degree	Doctor of Philosophy
Department/Faculty/University	Integrated Science College of Interdisciplinary Studies Thammasat University
Dissertation Advisor	Associate Professor Somsuk Hinviman, Ph.D.
Dissertation Co-Advisor	Ratana Tosakul, Ph.D.
Academic Year	2015

ABSTRACT

This dissertation entitled “The Production of Cultural Space for Tourism: A Case Study of Plernwarn Hua Hin District, Prachuabkirikhan Province” intended to focus on the production process of cultural space of Plernwarn. The methodological aspects employ both document analysis and field study. The findings revealed that a) Plernwan has made the creating process of a virtual/ physical space prominent out from other culturally invented traditions that the historical imagery is conservatively taken to cut and paste, the well-known period of the past to audiences is mostly opted to display. The former is created with data from the combination toward the new connotation and discarded space of the historical and cultural references. The production of cultural space herein focuses on the use of the architectural knowledge and design that combines both arts and sciences together. Additionally, b) Creating meaningful that happens, and then there is a difference by which the sender sets up an invention of meaning with associated coding. Meanwhile the recipient perceives the virtual worlds and senses of place by undertaking the decoding and coding on a unit of analysis again. Such differences show that appeared meanings are not created solely by the producer, but its meanings are also invented by the recipient simultaneously.

The research reaches upon the following results: Visitors under the age of 20 years have largely decoded any area of activity by creating the meaning or definition of Plerwan on the user perception in semiotics or virtual worlds (perceived), but not to create the sense of real understanding (conceived) . While visitors aged between 20 to 40 years have perceived and grasped such cultural phenomena by merging approaches with logical reasoning, conferring and more criticism. Additionally, visitors aged 40 or over will take part of the creation of meaning that occurs and derives from their experiential conceptions with its linked journey to the different places of the real world.

Finally, the conclusion of this research is proof that the concept about space of Henri Lefebvre is the concept that can partly define Plerwan case but it can't totally define especially the construction of meaning. The movement of construction of meaning was independent and variety so it can be decoded by infinity. However, this meant that the undertaken decoding are meaningful to diverse and depending on the perception and understanding of each of agency.

Keywords: production of space, encode, decode, articulate

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในระดับดุขภูษบัณฑิตเป็นการศึกษาที่นอกจากจะมุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นผ่านงานวิจัยแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่เราควรตระหนักและมองข้ามไปไม่ได้คือ “ความอดทน” เป็นความอดทนที่ต้องอยู่กับหนังสือและตำรากองโต เพื่อศึกษาหาข้อมูลเป็นเวลาหลายปีเพื่อให้องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ “ตกผลึก” ทางความคิด งานวิจัยชิ้นนี้ก็เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาดังกล่าวตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเป็นเวลา 4 ปีเศษ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นอกจากจะทำให้ผู้วิจัยต้ององค์ความรู้ใหม่ ๆ แล้วยังทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ถึงความเป็นผู้ให้ ความเมตตา และความปรารถนาดีของอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาเรียนรู้ ทั้งทางทฤษฎีและการปฏิบัติ จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ทั้งนี้ต้องขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน เป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลารับเป็นที่ปรึกษาหลักในงานวิจัยชิ้นนี้ อาจารย์ทำให้ผู้วิจัยเรียนรู้ว่าองค์ความรู้จะถูกสร้างขึ้นได้จากตัวผู้เรียน องค์ความรู้จะเกิดขึ้นได้จากการศึกษาผ่านตนเอง และองค์ความรู้จะเกิดขึ้นได้จากการอ่าน โดยอาจารย์จะเป็นเพียงผู้ชี้แนะ ให้คำแนะนำเพิ่มเติมและเสริมในจุดที่เป็นจุดอ่อนของผู้วิจัย ด้วยระยะเวลากว่า 2 ปี ที่ผู้วิจัยได้เรียนรู้วิธีการสร้างองค์ความรู้จากอาจารย์ จนถึงวันนี้ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่าองค์ความรู้ที่พอกพูนขึ้นมานั้นเพียงพอที่จะนำไปต่อยอดและผลิตองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในแวดวงการศึกษต่อไป ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.รัตนา โตสกุล ที่ได้สละเวลารับเป็นที่ปรึกษาร่วมในงานวิจัยชิ้นนี้ องค์ความรู้ที่ได้รับจากอาจารย์ในสมัยเรียนนั้นเป็นประโยชน์กับผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่งในการนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ อีกทั้งอาจารย์ยังได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับวิธีวิทยาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินี ดันธุนิตย์ ประธานในการสอบครั้งนี้ที่ช่วยชี้แนะแนวทางในการแก้ไขเพื่อให้งานชิ้นนี้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น คำแนะนำและข้อชี้แนะต่าง ๆ ผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้และแก้ไขเพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงใจ หล่อธนะวิชย ที่สละเวลามาเป็นกรรมการร่วมในการสอบ แม้ว่าช่วงการสอบอาจารย์จะติดภารกิจทำวิจัยอยู่ญี่ปุ่นก็ตามที ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บัวหล้า ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่ช่วยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และเติมเต็มในประเด็นที่ขาดหายไปในงานวิจัยชิ้นนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฬาร เอื้อรักสกุล ที่ได้เล็งเห็นศักยภาพของผู้วิจัย และให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาต่อในระดับดุขภูษบัณฑิตขณะที่ท่านดำรงตำแหน่งคณบดีสหวิทยาการ อีกทั้งยังสอบถามถึงความก้าวหน้าในงานวิจัย ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.วิศรุต พิงสุทร ที่ได้แนะนำกรรมการร่วมในการสอบ

ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.สรชัย ศรีนิศานต์สกุล ที่ได้ช่วยเหลือผู้วิจัยในหลาย ๆ เรื่อง ทั้ง การลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลภาคสนามและสนับสนุนเอกสารเพิ่มเติมในงานวิจัยชิ้นนี้ ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.บุษิตา สังข์แก้ว ที่ช่วยติดต่อประสานงานในเรื่องการขอข้อมูลและการสัมภาษณ์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขอขอบคุณ พี่ยุพิน จาก สำนักประเมินราคาที่ดินและทรัพย์สินกรมธนารักษ์ ในเรื่องข้อมูลราคาที่ดินฉบับล่าสุด และ อาจารย์ อีกหลายท่านที่ไม่ได้เอ่ยนาม

ขอขอบคุณ เพื่อนผู้วิจัยที่อยู่ต่างแดนที่ช่วยติดต่อและแนะนำบุคคลที่ให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ในการวิจัย ขอขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ ชาวสหวิทยาการทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจรวมไปถึงการให้ ข้อแนะนำดี ๆ และให้ความช่วยเหลือในการประสานงานในพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมไปถึง มิตรไมตรีที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของคณะสหวิทยาการในการประสานเรื่องข้อมูลและขั้นตอนต่าง ๆ ทั้ง พี่นุกและน้องโบว์ ขอขอบคุณพ่อ แม่ พี่ น้อง และครอบครัว คุณตาคุณยาย ที่คอยถามไถ่ด้วยความ เป็นห่วงเป็นใยว่า “จบหรือยัง” ซึ่งคำถามดังกล่าวเป็นแรงกระตุ้นอย่างดีที่ทำให้ผู้วิจัยต้องมีความ พยายามและอดทนมากขึ้น

วันนี้ “เรื่อน้อยลำเล็ก” พร้อมทั้งจะออกจากฝั่งอย่างมั่นใจเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้รับจาก ผู้ทรงความรู้หลาย ๆ ท่านออกไปเผยแพร่ ต่อยอดและสร้างประโยชน์ให้กับแวดวงการศึกษาเพื่อ ยกระดับมาตรฐานการศึกษาของไทยให้สูงขึ้นต่อไป

นายธนวรรณ นิธิปภานันท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.1.1 มิติและความสำคัญเรื่องพื้นที่	2
1.1.2 “หัวหิน” พื้นที่ทางด้านการท่องเที่ยว	4
1.1.3 การขยายตัวของพื้นที่แบบประดิษฐ์	6
1.1.4 เพลินวาน: การประกอบสร้าง วิถีชีวิต ชุมชน ผ่าน “ตลาด”	8
1.1.5 เพลินวาน การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมแบบประดิษฐ์	11
1.2 ปัญหานำวิจัย	14
1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	14
1.4 ขอบเขตการวิจัย	14
1.5 กรอบเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	16
1.7 ระเบียบวิธีวิจัย	17

บทที่ 2 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	22
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม	23
2.1.1 มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่	23
2.1.2 แนวคิดเรื่องประเพณีประติษฐ์	34
2.2 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว	51
บทที่ 3 การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม: จากหัวหินสู่เพลินวาน	64
3.1 ความสำคัญของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	64
3.2 การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ ของ หัวหิน	66
3.2.1 การสร้างพื้นที่ก่อนปี พ.ศ. 2475	66
3.2.2 การสร้างพื้นที่ในช่วง พ.ศ. 2475- พ.ศ. 2510	70
3.2.3 การสร้างพื้นที่ในช่วงปี พ.ศ. 2510 – พ.ศ. 2540	75
3.2.4 การสร้างพื้นที่หลังปี พ.ศ. 2540 ถึงปัจจุบัน	76
3.3 บริบทที่เปลี่ยนแปลง การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมก็เปลี่ยนไป	79
3.4 เพลินวาน ความต่างในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม	88
3.5 สรุปท้ายบท	94
บทที่ 4 เพลินวาน: พื้นที่แห่งการประดิษฐ์	96
4.1 ข้อมูลทั่วไป	99
4.2 ลักษณะทางกายภาพของเพลินวาน	103
4.3 ลักษณะสภาพแวดล้อม	105
4.3.1 สภาพแวดล้อมภายนอก	105
4.3.2 สภาพแวดล้อมภายใน	107
4.4 กำเนิดเพลินวาน	117
4.5 เพลินวาน: อัตลักษณ์และตัวตน	120
4.6 เพลินวาน: การสร้างพื้นที่แบบมีกลยุทธ์	124
4.7 สรุปท้ายบท	131

บทที่ 5 กระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวาน	133
5.1 กระบวนการสร้างพื้นที่เชิงกายภาพ (encode)	135
5.1.1 วัตถุดิบและต้นทุนการผลิต ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ	136
5.1.2 จากวัตถุดิบสู่ การออกแบบ และกระบวนการผลิต	140
5.2 การใช้พื้นที่และการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยว (decode)	152
5.2.1 กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี	153
5.2.2 กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี	159
5.2.3 กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี	164
5.2.4 กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี	171
5.2.5 กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 50 ปี	177
5.3 สรุปการใช้พื้นที่และการสร้างความหมาย	190
บทที่ 6 บทสังเคราะห์ทางทฤษฎีกับกรณีเพลินวาน	192
6.1 สังเคราะห์ทางความคิดจากมโนทัศน์ “พื้นที่” สู่ปรากฏการณ์	192
6.2 สังเคราะห์ผลการศึกษาคาสนาม	200
6.2.1 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี	200
6.2.2 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี	205
6.2.3 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี	210
6.3 สังเคราะห์การลงรหัสและการถอดรหัสผ่านพื้นที่ เพลินวาน	215
6.3.1 ผู้สร้างหรือผู้ผลิต	217
6.3.2 ผู้บริโภค	218
6.4 สรุปท้ายบท	232
บทที่ 7 บทส่งท้าย	235
7.1 สรุปผลการศึกษาคาสนาม	235
7.2 สรุปผลการศึกษาคาสนาม	238

รายการอ้างอิง

242

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก สรุปรายละเอียดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

251

ภาคผนวก ข ข้อมูลหัวหินในปัจจุบัน

270

ภาคผนวก ค รูปภาพ

274

ประวัติผู้เขียน

281

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงช่วงอายุ จำนวน และเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	19
1.2 แสดงรายละเอียดนักท่องเที่ยวยุที่สัมภาษณ์	19
1.3 แสดงลักษณะและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบบกลุ่ม	20
4.1 แสดงปริมาณผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน ในช่วงเวลาต่าง ๆ (หน่วยเป็นคน)	100
4.2 แสดงปริมาณผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน ในช่วงเวลาต่าง ๆ (หน่วยเป็นคน)	100
4.3 แสดงผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน โดยแยกเป็น เพศ	101
4.4 แสดงผู้ที่ใช้บริการเพลินวาน โดยแยกตามอายุ	102
4.5 แสดงผู้ที่ใช้บริการเพลินวาน โดยแยกตามภูมิลำเนา	102
4.6 แสดงการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี 2557 ของเพลินวาน	116
5.1 แสดงช่วงอายุ จำนวน และเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	153
6.1 แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี	201
6.2 แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี	205
6.3 แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี	211

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงร้านค้าในเพลินวานที่มีความย้อนแย้งระหว่างร้านที่ทันสมัยกับร้านสมัยเก่า	3
3.1 แสดงการแต่งตัวของผู้ที่ไปเที่ยวหัวหินหลังปี พ.ศ. 2475	72
3.2 แสดงให้เห็นบรรยากาศตลาดนัดไร่ไผ่ในอดีต	74
4.1 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวใน หัวหินและชะอำ	98
4.2 แสดงพื้นที่ของที่ดินก่อนจะก่อสร้างเพลินวานและอาคารพาณิชย์ด้านข้างในปัจจุบัน	104
4.3 ภาพถ่ายทางอากาศแสดงจุดดำแหน่งที่ตั้งของเพลินวาน	104
4.4 แสดงสภาพร้านค้า บริเวณหัวหินซอย 40 และ หัวหินซอย 38	106
4.5 สภาพแวดล้อมบริเวณที่จอดรถเอกชนด้านข้างในซอยหัวหิน 38 และ ซอยหัวหิน 40	107
4.6 แสดงแผนผังของเพลินวาน	108
4.7 ภาพจำลองแผนผัง เพลินวาน ชั้นล่าง	109
4.8 ภาพจำลองแผนผัง เพลินวาน ชั้นสอง	110
4.9 แสดงบรรยากาศและผู้คนที่แออัดแน่น บริเวณงานภูเขาทองและเพลินวาน	114
4.10 แสดงร้านขายสินค้าในอดีตของเพลินวาน	121
4.11 แสดงหมากฝรั่งตราแมวและภาชนะบรรจุสินค้าต่าง ๆ ในอดีต	121
4.12 แสดงร้านขายเนกิวไรต์โบราณและร้านน้ำตาลปั้น	124
4.13 แสดงรถที่ติดป้ายประชาสัมพันธ์เพลินวาน	130
5.1 แสดงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของวิธีการในการประกอบสร้างเพลินวาน	138
5.2 แสดงที่มาขององค์ประกอบของแต่ละบริบท	139
5.3 แสดงพื้นที่เดิมของที่ดินที่มีลักษณะเป็นแนวยาว	141
5.4 ภาพสเก็ตที่เกิดขึ้นในช่วงแรก ๆ ของการวางแผนพื้นที่การใช้งานของเพลินวาน	143
5.5 แสดงรูปจำลองของเพลินวานที่ถูกสร้างขึ้นโดยคุณหนูและทีมงาน	144
5.6 แสดงที่มาของแนวคิดเรื่องประตูที่ใช้เป็นเครื่องย้อนเวลาจากการ์ตูนเรื่องโดราเอมอน	146
5.7 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล	155
5.8 อีกหนึ่งอิริยาบถของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่ถ่ายแบบจัดทำทางกันเอง	155
5.9 ภาพของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-30 ปีขณะรอการสัมภาษณ์ และเดินอยู่ในเพลินวาน	162
5.10 แสดงอิริยาบถในการยิงปืนของจีบขณะเล่นเกมสกี	167
5.11 แสดงสถานที่รับแลกคูปองเพื่อเล่นเกมสกีที่ทำเป็น โรงรับจำนำ	168
5.12 ภาพของวิขณะเล่นเกมสกียิงปืนและภาพของครอบครัวถ่ายที่ตลาดปากน้ำปราณ	169

5.13	แสดงการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวก่อนวัย 41-50 ปีกับผู้ช่วยวิจัย	173
5.14	ภาพของพีเสริฐกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี	182
5.15	แสดงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย	186
5.16	แสดงกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่กำลังสนทนาและยื่นซื้อของ	187
5.17	แสดงกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังยื่นถ่ายรูป	188
5.18	แสดงนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่กำลังสนุกกับเกมส์ต่าง ๆ ในลานเพลิน	189
6.1	แสดงความเป็นอดีตที่ถูกสร้างความหมายที่หลากหลาย	199
6.2	แสดงนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีและผู้สูงอายุในรถเข็น	214
6.3	แสดงความสัมพันธ์ของ การลงรหัส (encode) และ ถอดรหัส (decode)	216

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

วิทยานิพนธ์เรื่อง “กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์” เป็นงานวิจัยที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้วิจัยได้ลงสำรวจพื้นที่ใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และพื้นที่ใกล้เคียงแล้วพบว่า มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวหลายประการ อาทิ การเกิดขึ้นของโรงแรม รีสอร์ท คอนโดมีเนียมริมชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นต้น ผู้วิจัยจึงเกิดความสงสัยว่า ในพื้นที่อำเภอหัวหินซึ่งในอดีตเคยเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญและเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงของทั้งพระบรมวงศานุวงศ์และประชาชนว่าเป็นพื้นที่ที่ใช้สำหรับการ “ตากอากาศ” แต่ ณ ปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) หัวหินได้กลายมาเป็น “เมืองท่องเที่ยว” มีบ้านพักตากอากาศและคอนโดริมชายหาดเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงมีความเปลี่ยนแปลงในเชิงกายภาพที่เกิดขึ้นหลายอย่าง ทั้งนี้หัวหินได้เปลี่ยนแปลงจากเมืองตากอากาศไปสู่เมืองท่องเที่ยวตั้งแต่เมื่อไรและเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร ที่สำคัญคือการเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะประติสัณฐานดังกล่าวได้เกิดขึ้นมากมายในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) นั้นได้สะท้อนให้เห็นบริบทความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และ การเมือง ของหัวหิน อย่างไร

งานชิ้นนี้เป็นงานศึกษาที่เน้นการศึกษาเรื่อง “พื้นที่” โดยเฉพาะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างสร้างขึ้นใหม่ ภายใต้มนทัศน์เกี่ยวกับเรื่องพื้นที่ที่มีการศึกษากันอย่างมากมายและหลากหลาย ล้วนเป็นสิ่งที่ขยายพรมแดนขององค์ความรู้ในแต่ละศาสตร์ให้กว้างไกลมากขึ้น ทั้งนี้ในโลกปัจจุบันและในโลกความเป็นจริง พื้นที่ บางพื้นที่ที่เคยเกิดขึ้นและได้รับการบันทึกไว้ในอดีตเริ่มมีการเลือนหายไป เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดสามชุก (ตลาดร้อยปี) ตลาดปากน้ำปราณบุรี และยังมีอีกมากมายหลายแห่งที่ไม่ได้กล่าวถึง พื้นที่ เหล่านี้ล้วนมีการแสดงให้เห็นถึง ขนบ ประเพณี และวิถีต่าง ๆ ของการใช้ชีวิตของผู้คนในสมัยนั้นได้เป็นอย่างดี ความจางหายของสิ่งเหล่านี้เริ่มผ่านพ้นไปเรื่อย ๆ ตามกาลเวลา แต่ทว่าในยุคปัจจุบันกลับมีความพยายามในการที่จะนำ ขนบ ประเพณี และวิถีต่าง ๆ เหล่านี้ให้กลับมาปรากฏขึ้นอีกครั้งด้วยการสร้างขึ้นใหม่ ดังเช่นตลาดน้ำที่ปรากฏอยู่หลายที่หลายจังหวัดในประเทศไทย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีการสร้างพื้นที่อีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจคือการสร้างพื้นที่ที่ไม่ได้จำกัดว่าตลาดน้ำต้องอยู่ริมน้ำเสมอไป ไม่ได้จำกัดว่าประเพณีงานวัดต้องจัดขึ้นที่วัดเท่านั้น แต่การสร้างพื้นที่รูปแบบใหม่นี้เป็นการสร้างพื้นที่แบบผสมผสานทั้งความเป็นโลก (global) และความเป็นท้องถิ่น (local) เข้าไว้ด้วยกัน พื้นที่ดังกล่าวนี้อาจเกิดขึ้นในภาคส่วนต่าง ๆ ของ

ประเทศไทย แต่ในงานศึกษาชิ้นนี้เลือกที่จะศึกษา เพลินวาน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ อาทิ เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหิน สามพันนาม ได้เกิดขึ้นพร้อมกับข้อสงสัยของผู้วิจัยว่า ทำไมสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้จึงเกิดขึ้นในพื้นที่ของหัวหินและสถานที่เหล่านี้มีบริบทความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ของหัวหินอย่างไร ทั้งนี้สถานที่ดังกล่าวแต่ละแห่งที่เกิดขึ้นก็ล้วนมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ความน่าสนใจของสถานที่ประดิษฐ์เหล่านี้ยังอยู่ตรงที่เป็นการพยายามนำอดีตที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ มาผลิตซ้ำและสร้างความหมายในรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้นโดยเฉพาะกรณีของเพลินวาน กล่าวคือ เพลินวานเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยชนชั้นกลาง เป็นเสมือนหมู่บ้านย้อนยุคในอดีตอันประกอบไปด้วยร้านค้าต่าง ๆ ร้านเหล้า รวมไปถึงบรรยากาศเทศกาลงานวัด จากข้อสงสัยที่เกิดขึ้นดังกล่าวนำไปสู่การตั้งคำถามที่ว่า การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้มีรูปแบบ วิธีการ รวมไปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมือนหรือแตกต่างจากการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในอดีตที่ผ่านมาอย่างไร และสิ่งที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับความเป็นประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของหัวหินหรือไม่ หากมีจะมีในรูปแบบใด

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการ รูปแบบ และองค์ประกอบในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวานโดยมีหัวหินเป็นบริบททางการศึกษา อย่างไรก็ตามในงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวทางศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ (historical approach) และแนวทางการสร้างความหมาย (meaning approach) เป็นแนวทางหลักในงานชิ้นนี้ การเลือกใช้แนวทางดังกล่าวด้วยเหตุผลที่ว่าในอดีตพื้นที่ของหัวหินนั้นมีมิติทางประวัติศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในช่วงเวลา ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 หัวหินมีความครึกครื้นและเต็มไปด้วยผู้คนเป็นจำนวนมาก อีกทั้งในช่วงเวลาดังกล่าว หัวหินมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการก่อสร้างที่สำคัญคือ มีการสร้างพระราชวังไกลกังวล โรงแรมหัวหิน สนามกอล์ฟ รวมไปถึงตลาดฉัตรไชย ดังนั้นการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์จึงเป็นสิ่งสำคัญในงานชิ้นนี้ในขณะที่แนวทางการสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของเพลินวาน ที่ผู้ศึกษาหยิบยกขึ้นมาเป็นกรณีศึกษานั้น เป็นแนวทางที่อธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ได้สะท้อนและแสดงให้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นในมิติด้านต่าง ๆ ได้อย่างไร

1.1.1 มิติและความสำคัญเรื่องพื้นที่

มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่ ถูกมองได้ในหลายมิติ คือ เป็นได้ทั้งพื้นที่ทางกายภาพ (physical space) พื้นที่ทางสังคม (social space) และพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก (mental space) (Dear, 1997) ในกรณีของเพลินวาน พื้นที่ดังกล่าวไม่ได้เป็นพื้นที่เป็นเพียงแค่มิติของความกว้าง ความยาว และความลึก แต่พื้นที่ของเพลินวานมีความหมายไปมากกว่านั้น กล่าวคือ เพลินวานเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่บนฐานคิดของการผลิตซ้ำและเป็นพื้นที่ ที่อุดมไปด้วยความหมายและความย้อนแย้ง ดังที่ Yoshimi (1992) ได้กล่าวไว้ว่า “พื้นที่ คือเวทีที่เกิดการปะทะ ประสาน และ

ต่อรอง โดยก่อให้เกิดการสร้างความหมายอยู่ตลอดเวลา” ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ความหมายจะถูกสร้างขึ้นได้ต้องมีการปะทะ ประสาน และต่อรองกัน โดยความหมายที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากการความไม่ลงรอยของวาทกรรมที่เป็นหนึ่งในลักษณะข้ามพรมแดนระหว่างพื้นที่ (Bhabha, 1994, p. 5) รวมไปถึงการเปิดรับและการเข้ามาทางวัฒนธรรมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แบบใหม่ขึ้น



ภาพที่ 1.1 แสดงร้านค้าในเพลินวานที่มีความย้อนแย้งระหว่างร้านที่ทันสมัยกับร้านสมัยเก่า

ในกรณีของเพลินวานมีประเด็นที่สอดคล้องกับมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ กล่าวคือ บริบทที่เกิดขึ้นเป็นการก้าวข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมโดยเป็นการผสมผสานทั้งของ ดิสนีย์แลนด์ ราเมงมิวเซียม หมู่บ้านจำลองโบราณ ในญี่ปุ่น ที่นำมาผสมกับบริบทความเป็นท้องถิ่นของไทยจนก่อให้เกิดการปะทะ ต่อรอง โต้แย้ง แข่งขันทางวาทกรรมที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ (newness) ขึ้น เป็นการผสมผสานกลายพันธุ์ (hybrid) ระหว่างอัตลักษณ์ที่แตกต่างภายในพื้นที่ทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ วัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นมีความหมายที่แตกต่างกันไปไม่ใช่แค่การพิจารณา วัฒนธรรม ในเชิงกระบวนการ หรือผลผลิตทางวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นเท่านั้น วัฒนธรรม ยังเป็นสิ่งที่ มีข้อขัดแย้ง มีผลประโยชน์ หรือมีอำนาจที่จะครอบงำของผู้มีอำนาจมากกว่า วัฒนธรรมถูกพิจารณาใหม่ว่าเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง (dynamic) มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

ทั้งนี้งานศึกษาวิจัยหลายชิ้นและหลายกลุ่มแสดงให้เห็นเป็นอย่างดีว่า พื้นที่มีความสำคัญและสัมพันธ์กับสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแนวทางของการศึกษาวัฒนธรรมในกลุ่มของ ค่านิยมโลกทัศน์ก็ดี การศึกษาภูมิปัญญาและคติชาวบ้านก็ดี รวมถึงการศึกษาวัฒนธรรมชุมชน การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ งานวิจัยเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น อาทิ งานของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536ข) เรื่อง ท่องเที่ยวบุญบังไฟ ในอีสาน: บุญบังไฟต้องรับใช้ชาวยโสธรไม่ใช่ชาวยโสธรรับใช้บุญบังไฟ งานของ ม.ร.ว.คณิน รพีพัฒน์

(2540) เรื่อง การท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม: ประเพณีบุญบั้งไฟในภาคอีสาน ซึ่งงานต่าง ๆ เหล่านี้ก็ล้วนแสดงให้เห็นถึงพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป ความน่าสนใจเกี่ยวกับการสะท้อนมุมมองของวัฒนธรรม ในลักษณะของการช่วงชิงความหมายหาได้จำกัดอยู่เฉพาะในด้านการครอบงำความรู้เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่จะครอบคลุมด้านของการช่วงชิงความหมายและการต่อรองความรู้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นพยายามหลีกเลี่ยงการมองความรู้แบบชั่วคราวซ้ำด้วยการแสวงหาพื้นที่ที่สาม ที่มีความซับซ้อน และมีความขัดแย้งกันเอง หากการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม เป็นการปะทะ ต่อรอง และสร้างความหมายแล้ว เพลินวานจัดว่าเป็นพื้นที่ที่มีการปะทะ ประสาน และต่อรองความหมายต่าง ๆ อย่างมากมายภายในพื้นที่ราว 2 ไร่เศษดังกล่าว

1.1.2 “หัวหิน” พื้นที่ทางด้านการท่องเที่ยว

จากบันทึกของราชการในสมัยรัชกาลที่ 7 พ.ศ. 2470 ที่บันทึกว่าชาวพระนครและชาวต่างชาตินิยมมาเที่ยวหัวหินมากถึง 10,000 คน และในปี พ.ศ. 2471 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 30,000 คน ซึ่งในสมัยนั้นประชากรในพระนครยังมีจำนวนไม่มาก จำนวนตัวเลขที่มากถึง 30,000 คน นั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงความเฟื่องฟูของหัวหิน (สุกัญญา ไชยภาสี, 2551, น. 98) ความนิยมดังกล่าวทำให้ หัวหิน ในยุคสมัยนั้นได้กลายมาเป็นเมืองตากอากาศที่สำคัญของประเทศไทย ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าวตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 มีการสร้างสถานที่ต่าง ๆ ขึ้นหลายแห่ง เช่น พระราชวังไกลกังวล การสร้างสนามกอล์ฟ การสร้างโรงแรมหัวหินรวมไปถึงตลาดอัครไชย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยในยุคสมัยดังกล่าวได้เปิดรับวัฒนธรรมบางอย่างของชาติตะวันตกเข้ามาสู่ประเทศไทย เช่น ที่โรงแรมหัวหิน มีบริการอาหารเช้า (breakfast) มีการทำห้องเก็บเหล้าไวน์ดีฟั้น (Wine cellar) และมีการจ้างผู้ชำนาญการชาวต่างประเทศเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนด้านการบริหาร การบริการ และการอาหารแก่เจ้าหน้าที่ของ กรมรถไฟหลวง (สรศัลย์ แพ่งสภา, 2545, น. 40)

ในขณะที่สถิติที่บันทึกไว้ของกรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ระบุจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย¹ พบว่า มีจำนวน 26,735,583 คน ซึ่งเมื่อเทียบกับสถิติในปี พ.ศ. 2556 ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยราว 22,353,903 คน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 19.6 โดยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางสู่ประเทศไทยแล้วเดินทางไปหัวหินนั้นแม้จะมีสัดส่วนที่ไม่มากแต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากที่มีจำนวน 1.97 ล้านคน ในปี 2553 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21.8 เป็น 2.40 ล้านคน ในปี 2554 และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5.6 เป็น 3.25 ล้านคน

¹ ที่มา: กรมการท่องเที่ยว รายงานเดือนมกราคม พ.ศ. 2557

ในปี 2555² ซึ่งในปีหนึ่ง ๆ จะก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดสู่ท้องถิ่นปีละกว่า 6,000 ล้านบาท³ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ทั้งนี้ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วได้ส่งผลให้ที่อยู่อาศัย โรงแรม ที่พักในพื้นที่ดังกล่าวมีจำนวนไม่เพียงพอจนทำให้เกิดการขยายตัวของโครงการต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก จากการสำรวจของสำนักงานที่ดินประจำจังหวัดประจวบฯ พบว่า ที่อำเภอหัวหิน มีอาคารรวมทั้งหมด 301 อาคาร และมีจำนวนห้องชุดทั้งหมด 13,574 ห้อง⁴ รวมไปถึงราคาที่ดินที่ประเมินใหม่ที่อำเภอหัวหินได้ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 63.11 และ ร้อยละ 49.80 ในรอบบัญชีปี 2551-2554 และ 2555-2558 ตามลำดับ⁵ อย่างไรก็ตามการขยายตัวของห้องชุดดังกล่าวยังได้สอดคล้องไปกับรายงานภาวะตลาดคอนโดมิเนียมในพื้นที่ ชะอำ หัวหิน ปราณบุรีที่สำรวจโดยบริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทยที่พบว่า⁶ ตั้งแต่ปลายเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมามีสัญญาณแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะผู้ซื้อชาวไทยที่เริ่มมีการเยี่ยมชมโครงการและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเมืองตากอากาศมากขึ้นโดยมียอดขายเฉลี่ยทั้งในพื้นที่ ชะอำ หัวหิน ปราณบุรี ครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2557 อยู่ประมาณร้อยละ 7.8 ทั้งนี้โครงการส่วนใหญ่มียอดขายอยู่ในระดับค่อนข้างดีเนื่องจากการเปิดตัวโครงการมานาน โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการและพนักงานระดับบริหารในพื้นที่กรุงเทพฯซึ่งมองหาบ้านหลังที่สองสำหรับการอยู่อาศัยเองและการลงทุน

จากปัจจัยในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นประกอบกับการขยายตัวของที่อยู่อาศัยดังกล่าว ได้ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นในพื้นที่ หัวหิน และบริเวณใกล้เคียงจึงเกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะประดิษฐ์เกิดขึ้น (man-made) เป็นจำนวนมาก ได้แก่ เฟลีนวาน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม สวิสชีฟฟาร์ม (Swiss Sheep Farm) ซานโตรินี่ (Santorini) และ เวนีเซีย (Venecia) เป็นต้น ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในอดีต กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ได้ถูกประดิษฐ์ขึ้นด้วยการนำเอาความโดดเด่นและเอกลักษณ์บางอย่างของแต่ละสถานที่ หรือแต่ละประเทศแล้วนำมาประกอบสร้าง

² ที่มา: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1381247865

³ อ้างใน <http://www.sadoodta.com/content/ความเป็นมาของเมืองหัวหิน>

⁴ อ้างอิงจาก บัญชีราคาประเมินทุนทรัพย์อาคารชุด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รอบบัญชีปี 2551-2557

⁵ อ้างอิงจาก รายงานสรุปการประเมินราคาที่ดินรายบล็อกเพื่อจัดทำบัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์รอบบัญชีปี พ.ศ. 2555-2558 ของ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง หน้า 4

⁶ หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ (30 สิงหาคม 2557), หน้า 10

ขึ้นเป็นรูปแบบใหม่โดยสถานที่แต่ละแห่งนั้นได้พยายามสร้างความเกี่ยวโยงและสัมพันธ์กับสถานที่ที่มีชื่อเสียงของแต่ละประเทศซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่า ทำไมแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ต่าง ๆ เหล่านี้จึงมักจะนำความมีชื่อเสียงหรือลักษณะที่โดดเด่นของแต่ละที่มาผูกโยงเข้ากับสถานที่ที่ประดิษฐ์ขึ้น

1.1.3 การขยายตัวของพื้นที่แบบ ประดิษฐ์

จากที่กล่าวมาข้างต้นการขยายตัวดังกล่าวจึงทำให้หัวหินและพื้นที่ใกล้เคียงเกิดแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์เป็นจำนวนมาก ซึ่งการเกิดของพื้นที่เหล่านี้ล้วนทำให้หัวหินเป็นที่นิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยว ความน่าสนใจของพื้นที่ประดิษฐ์เหล่านี้เริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นเมื่อเกิดเป็นกระแสความนิยม เช่น กระแสการโหยหาอดีต กระแสการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้กระแสของการโหยหาอดีตที่ได้รับความนิยมที่มาจาก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำอัมพวา นั้นเริ่มส่งผลต่อเนื่องไปสู่พื้นที่ของหัวหิน ดังนั้นจึงสามารถพบเห็นตลาดน้ำที่หัวหิน สองแห่งคือ ตลาดน้ำหัวหิน และตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ทั้งนี้ตลาดน้ำประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ เป็นการพยายามอ้างอิงอดีตของสังคมแล้วนำมาสร้างเป็น ประเพณีประดิษฐ์ จนเกิดการปฏิบัติซ้ำ (repetition) การปฏิบัติอย่างเป็นทางการ (formalization) และปฏิบัติอย่างมีพิธีการ (ritualization) ด้วยการอ้างอิงที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษจนเป็นที่ยอมรับโดยปริยาย (automatically implies) เพื่อรับใช้สถานการณ์ทาง เศรษฐกิจ การเมือง สังคม มักจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลง (Hobsbawm, 1983, p. 1) แม้ว่าการประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นจะเกิดอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการอ้างอิงอดีตแต่พื้นที่เหล่านี้ที่เกิดขึ้นก็ล้วนมีความแตกต่างกัน การประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นมักจะแทรกความเป็นประเพณี วิถี และวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าไปในพื้นที่ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามพื้นที่ประดิษฐ์เหล่านี้เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยวิธีการและขั้นตอนที่มีความแตกต่างกัน โดยพื้นที่แต่ละพื้นที่พยายามอ้างอิงความเป็นอดีตที่ไม่เหมือนกัน เช่น **ซานโตรินี่** (ชื่อหมู่เกาะหนึ่งในประเทศกรีซ) พยายามอ้างอิงบรรยากาศของหมู่เกาะที่มีบ้านสีขาว ทะเลสีฟ้า **เวนิเซีย** (ชื่อเมือง ๆ หนึ่งตั้งอยู่ในมิลานประเทศอิตาลีที่ใช้การสัญจรทางน้ำเป็นหลัก) ที่มีลำคลองและมีเรือใช้สัญจรแทนรถยนต์ **ตลาดน้ำหัวหิน** (บรรยากาศการค้าขายและสัญจรบริเวณริมน้ำของไทยในสมัยอดีต) ที่พยายามแสดงวิถีของชุมชน การค้าขาย ริมน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้การสอดแทรกความเป็นประเพณี วิถี และวัฒนธรรม ที่อยู่ในพื้นที่ก็มีความแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ประเพณี วิถี หรือ วัฒนธรรมต่าง ๆ เหล่านี้ถูกสร้างโดยการผลิตซ้ำอีกครั้ง ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม (Hobsbawm) เรียกว่า วัตถุดิบโบราณ (ancient materials) แนวคิดดังกล่าวของ ฮอบส์บอว์ม มีการถกเถียงกันเรื่อยมาอย่างต่อเนื่อง ข้อถกเถียงที่เกิดขึ้นของ Andrew Buckser (1998) Charles L. Briggs (1996) Selina Ching Chan (1998) นั้นทำให้แนวคิดเรื่องดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ความน่าสนใจในงานเหล่านี้ ล้วนแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการต่อสู้กับฝ่ายตรงข้าม เช่น ในงานของ Buckser นั้นแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้ของกับภัยคุกคามที่มาจากสังคมโลกสมัยใหม่ของชุมชนท้องถิ่นในหมู่เกาะ

แห่งหนึ่งที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศเดนมาร์ก ด้วยการนำเอาวัฒนธรรมและประเพณีที่ชาวลัทธิล่าอาณานิคมมองว่าเก่าและล้าสมัย มาประดิษฐ์เป็นอาวุธในการต่อสู้ กับศัตรูหรือผู้รุกราน หรือในกรณีของชาวยิวที่หนีสงครามจากนาซีที่ต้องสร้างอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อรักษาความอยู่รอดท่ามกลางการดำรงชีพในสังคมใหม่ในประเทศเดนมาร์ก โดยงานดังกล่าว Buckser ได้ชี้ให้เห็นถึงกลุ่มของผู้ที่อยู่ใต้อำนาจได้เสนอทางเลือกต่อสังคมตนเองที่กำลังจะถูกทำลายล้าง (subvert) ด้วยการนำอดีตมาประดิษฐ์เป็นกิจกรรมทางเลือกของกระบวนการทางการเมืองเพื่อต่อต้านลัทธิการล่าอาณานิคม (Buckser, 1998, p. 258)

ในขณะที่งานของ Briggs เองก็ศึกษาถึงการสร้างวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ Waro ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของเวเนซุเอลา ซึ่งตามแนวคิดของฮอบส์บอว์มนั้นมองว่าประเพณีประดิษฐ์มักถูกสร้างจากฝ่ายรัฐหรือไม่ก็ฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่า แต่ในงานของ Briggs กลับเสนอว่า แท้จริงแล้วคนท้องถิ่นหรือผู้ที่ตกอยู่ใต้อำนาจของรัฐก็มีสิทธิที่จะสร้าง ประเพณีประดิษฐ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองให้กลุ่มของตนด้วย ดังเช่นกรณีที่ชาวลัทธิล่าอาณานิคมนำแนวคิดแบ่งเขตแดนมาใช้กับชนพื้นเมืองเผ่าต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังให้เป็นพรมแดนประเทศที่ชัดเจนและแยกขาดจากกันนั้นไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างชนเผ่าหากยังบานปลายถึง คนขาว จนทำให้คนพื้นเมืองพยายามรื้อฟื้นอัตลักษณ์ของชนเผ่า (tribal identities) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปกป้องความเป็นกลุ่มตนเมื่อต้องการเผชิญกับการถูกกลืนหรือสิทธิทางอาณาเขตจากคนขาวและกลุ่มคนท้องถิ่นด้วยตนเอง (Ranger, 1983, p. 249) ซึ่ง Selina Chan ก็มีมุมมองที่คล้ายกันว่า ประเพณีประดิษฐ์ มักกลายเป็นอาวุธที่สะท้อนออกมาจากสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มคนท้องถิ่นซึ่งท้ายที่สุดทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม

ดังนั้นประเพณีประดิษฐ์จึงเป็นเรื่องราวของการที่สมาชิกในสังคมพยายามตีความประวัติศาสตร์ให้เกิดความต่อเนื่อง เพื่อที่คนท้องถิ่นจะได้นำไปใช้ต่อรองให้สังคมของตนสามารถดำรงอยู่ได้ในโลกสมัยใหม่ ครั้นเมื่อ ประเพณีประดิษฐ์ ได้แผ่ขยายตัวไปทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นด้วยกลไกของระบบอาณานิคมเองหรือด้วยความต้องการที่จะเลียนแบบศูนย์กลางอำนาจก็ตาม แต่ความเข้มข้นของประเพณีประดิษฐ์เองนั้นก็ยิ่งปรากฏให้เห็นในดินแดนที่ไม่ได้เป็นอาณานิคมด้วยเช่นกัน เช่น ที่ประเทศญี่ปุ่น ในเรื่องของการสร้างสถาบันกษัตริย์ให้ยิ่งใหญ่เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่น โดยหาหนทางให้ผู้คนเข้ามามีบทบาทในการสร้างประเทศร่วมกันผ่านพิธีกรรมใหม่ ๆ ทั้ง ๆ ที่ก่อนหน้านี้ผู้ปกครองญี่ปุ่นแยกกับประชาชนเดินดิน อย่างเด็ดขาด โดยที่ผู้ปกครองไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือข้องแวะกับคนธรรมดาสามัญ แต่การขยายตัวของอำนาจรัฐส่วนกลางก็จำเป็นต้องทำให้ส่วนต่าง ๆ ที่อยู่ใต้อาณาเขตอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันโดยการเชื่อมโยงและรวบอำนาจนั้นกระทำผ่านประเพณีประดิษฐ์ เช่น การเชื่อมโยงความคิดเรื่องดินแดนอาทิตย์อุทัย ดอกเบญจมาศ เข้ากับความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงกลางศตวรรษที่สิบเก้า (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2556, น. 279)

อย่างไรก็ตามภายใต้แนวคิดของประเพณีประติษฐ์ที่เกิดขึ้น แม้ว่าจะยังไม่สามารถสร้างคำอธิบายอย่างชัดเจนต่อกรณีการเกิดขึ้นของสถานที่ประติษฐ์ต่าง ๆ ในหัวหิน แต่ก็ยากที่จะปฏิเสธได้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานที่ดังกล่าวล้วนมีเรื่องราวของการประติษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วิถีชีวิต รวมไปถึงมีการแสดงความเป็นอยู่บางอย่างที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น ที่ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม และ เพลินวาน โดยสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้มีการสะท้อนวิถีและเรื่องราวที่แตกต่างกันออกไป เช่น เพลินวาน จะมีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุค คล้ายพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต และคล้ายกับบรรยากาศการซื้อขายของ ในสมัยอดีตรวมถึงเทศกาลงานวัด การกำเนิดขึ้นของเพลินวานไม่เพียงแต่สร้างความน่าสนใจว่า เพลินวาน กำลังบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับอะไรและทำไมเพลินวานจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ชวนค้นหาและน่าติดตามเป็นอย่างยิ่ง

1.1.4 เพลินวาน: การประกอบสร้าง วิถีชีวิต ชุมชน ผ่าน “ตลาด”

ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2556) การจัดพื้นที่ให้กลายเป็น ตลาด เป็นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจัดรูปแบบเป็น ตลาดน้ำ ดังจะเห็นได้จากตลาดน้ำที่ผุดขึ้นมากมายตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป อาทิเช่น ตลาดน้ำสี่ภาค ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำมหานคร ตลาดน้ำคลองแห เป็นต้น⁷ โดยตลาดน้ำที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่นั้น บ้างก็จำลองเหตุการณ์ บ้างก็เกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง บ้างก็เป็นการผสมผสาน ปรับปรุง ประยุกต์ เพื่อให้เข้ากับสภาพการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น ตลาด จึงมีความสำคัญในแง่ของการเป็นสถานที่ซึ่งชีวิตทั้งหลายมานัดพบกันเพื่อพบปะและเพื่อการยังชีพ ตลาด จึงเป็นดังภาพสะท้อนความเป็นอยู่ของชาวบ้านภายในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งนอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีความเป็นอยู่แล้ว สินค้าในตลาดยังสะท้อนให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของฤดูกาลและสภาพภูมิอากาศ

จากการบันทึกของ มาร์โคโปลโล เมื่อครั้งที่ได้มาเยือนจีน ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนว่ามีความลึกซึ้งมาก และที่สำคัญ การตลาดและการค้านี้เองเป็นปัจจัยให้เกิดภูมิปัญญาพื้นถิ่นของชาวจีนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นระบบเงินตรา ระบบการชั่ง ตวง วัด และระบบการผ่อนแรง โดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการขนถ่ายสินค้า ยิ่งไปกว่านั้น

⁷ นอกจากตัวอย่างตลาดน้ำที่หยิบยกมากล่าวอ้างข้างต้นดังกล่าวแล้ว ยังมีตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกเช่นกัน เช่น ตลาดน้ำบางกระแซง ตลาดน้ำบางขุนเทียน ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดมหาชัย (ท่าเรือเทศบาล) จ.สมุทรสาคร ตลาดน้ำวัดศาลเจ้า จ.ปทุมธานี ตลาดท่าเสด็จ จ.หนองคาย ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพฯ ตลาดน้ำคลองสระบัว พระนครศรีอยุธยา ตลาดน้ำดอนมะโนรา จ.สมุทรสงคราม ตลาดน้ำบางน้อย จ.สมุทรสงคราม ตลาดน้ำท่าคา จ.สมุทรสงคราม ตลาดน้ำบางนกแขวก จ.สมุทรสงคราม ตลาดกลางดง จ.นครราชสีมา ตลาดน้ำบางคูเวียง จ.นนทบุรี ตลาดน้ำบางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา ตลาดน้ำหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

ในสมัยต่อมา ตลาดยังนับว่าเป็นแหล่งที่ใช้เพื่อการสื่อสาร ประกาศ เผยแพร่ข่าวสารในชุมชนและระหว่างประชาชนกับรัฐ แหล่งแสดงมหรสพและวรรณกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการแสดงปาหี่ ด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น ตลาดยังเป็น แหล่งพบปะสังสรรค์ของคนหลายวัย ทำให้เกิดการไปมาหาสู่ และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ในงานของ อัลเฟรด เกลล์ ที่ศึกษาตลาด Dhorai อยู่ในเขต Bastar รัฐมัธยประเทศ (ตอนกลางของอินเดีย) ก็กล่าวถึงความมีชีวิตชีวา ในตลาดว่า วันที่ไม่มีตลาด พื้นที่นั้นแทบไม่มีอะไรเลย แต่ในวันศุกร์ที่มีตลาดจะต่างไปอย่างสิ้นเชิง มีรถบรรทุกมาจอดทำให้รถติด ชาวสิกข์มาจากทางเหนือ ชนเผ่าต่าง ๆ เดินทางมาจากทุกทิศทาง เอาของป่า ของที่ปลูกได้จากไร่และของที่ผลิตเองมาขาย มีคนขายผักชาวฮินดู ช่างฝีมือ ช่างปั้นหม้อ ช่างทอผ้า ช่างตีเหล็ก มีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โลกทั้งโลกและเทพเจ้ามารวมกันอยู่ในตลาด (Alfred Gell, 1982, pp. 470-491, อ้างถึงใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549) ขณะที่ คาร์ล โพลันยี (Karl Polanyi) เห็นว่า ในสังคมยุโรปภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม ระบบตลาดมีบทบาทมาแทนที่ระบบศีลธรรมเดิม โดยตลาดสมัยใหม่ปฏิเสธระบบศีลธรรมเดิมในเรื่องผลประโยชน์ของสังคม⁸ ซึ่ง โพลันยี ได้อธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในสังคมยุโรปว่า มีพื้นฐานมาจากการแทนที่ของระบบศีลธรรมในระบบตลาด เพราะกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเป็นพื้นฐานสำคัญของมนุษย์มาทุกยุคและทุกกลุ่มทั้งชนเผ่าและชาวนา ความเชื่อมโยงระหว่างตลาดและระบบศีลธรรมก็ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มทางสังคมต่าง ๆ ที่มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยน จึงทำให้ระบบความสัมพันธ์ในตลาดกลายมาเป็นสนามการแข่งขันของอำนาจ โดยผ่านทางค่านิยมทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ดังนั้น ตลาดจึงเป็นเครื่องหมายของระบบทุนนิยมที่สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันตั้งแต่ระดับการแลกเปลี่ยนระหว่าง

ในขณะที่ตลาดในประเทศไทยนั้นแม้จะไม่ได้มีการบันทึกเป็นหลักฐานที่ชัดเจน แต่จากข้อความที่จารึกไว้ว่า “เมื่อชั่วพ่อขุนรามคำแหง เมืองสุโขทัยนี้ดี ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่เอาจกอบในไพร่ลู่ทาง เพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้างค้า ใครจักใคร่ค้าม้าค้า ใครจักใคร่ค้าเงินค้า ทองค้า ไพรีฟ้าหน้าใส” (สันติ เสวตวิมล, 2544, น. 14-15) ข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามีการค้าขายแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น ซึ่งเชื่อได้ว่า ตลาด น่าจะเกิดขึ้นหรืออาจจะมามาก่อน

⁸ โพลันยีเสนอว่าในอดีตการค้าขายไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลมากนักแต่เป็นเรื่องของกิจกรรมกลุ่มตลาดเป็นศูนย์กลางในการพบปะกันของชุมชนหลาย ๆ แห่ง ซึ่งแม้จะมีจุดประสงค์เพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าก็ตาม แต่ก็ไม่เหมือนตลาดที่กำหนดราคา (price-making market) อีกทั้งไม่มีผู้ค้าที่เป็นปัจเจกหรือผลประโยชน์ของตัวบุคคลมาเป็นแรงผลักดันหลัก ดังเช่น ตลาดในปัจจุบัน ศึกษาเพิ่มเติมใน George Dalton (1968), *Primitive, Archaic, and Modern Economies: Essays of Karl Polanyi*, New York: Anchor Books, p. 159.

หน้านี้แต่ไม่เป็นที่ทราบแน่ชัดว่าเริ่มตั้งแต่เมื่อใด ถัดมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา นั้น มีบันทึกจากชาวฝรั่งเศสที่ชื่อว่า นิโกลาส แชรแวส ที่เข้ามาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ที่บันทึกไว้ว่า “ตามถนนสายใหญ่ ๆ มีร้านค้าเต็มไปทั้งสองข้างทางและมีสถานที่ใหญ่เปิดเป็นตลาดหลายแห่ง ตลาดเหล่านี้ติดทุกวันทั้งเย็นและเช้าวัดสมบูรณ์ไปด้วยปลา ไข่ ผลไม้ ผัก และสิ่งอื่น ๆ อีกเป็นอันมาก แต่ไม่เห็นมีเนื้อขายกันเลย มีผู้คนมาชุมนุมกันเป็นอันมาก ณ ที่นั้นหนาแน่นจนบางครั้งเดินแทรกผ่านไปได้” (สันติ เสวตวิมล, 2544, น. 16-17) อย่างไรก็ตาม ตลาดในสมัยกรุงศรีอยุธยานี้เริ่มแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตลาดที่อยู่บนบกเรียกว่า “ตลาดบก” ส่วนตลาดที่อยู่ในน้ำเรียกว่า “ตลาดเรือ” แต่ต่อมาตอนหลังได้เรียกขานกันว่า “ตลาดน้ำ” ความสำคัญของตลาดยังคงมีมาอย่างต่อเนื่องและในยุคสมัยนี้วิถีชีวิต ชุมชนเริ่มเข้าไปมีบทบาทและส่วนร่วมมากขึ้นโดยที่ยังคงใช้ทางสัญจรทางน้ำเป็นหลัก ดังนั้นความสำคัญของ ตลาดเรือ หรือที่เรียกต่อมาว่า ตลาดน้ำ นั้นเริ่มมีวิถีที่ผูกพันกับชาวไทยมากขึ้น

จากความสำคัญของ ตลาด ในอดีตที่ผ่านมาทำให้เราทราบว่าวิถีชีวิตของคนไทยนั้น มีความผูกพันกับตลาดเป็นอย่างมาก ในแง่มุมทางเศรษฐกิจแล้ว ตลาด คือแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยน เป็นสถานที่ซึ่งเกิดการพบปะแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ในแง่มุมของสังคมแล้ว ตลาด คือ แหล่งพบปะกันของผู้คนทั้งในชุมชนและต่างชุมชน ส่วนแง่มุมที่สำคัญของตลาด คือ ความจำเป็นในการดำรงชีพ ด้วยเหตุดังกล่าวนี้นี้จึงทำให้ตลาดเกิดการขยายตัวออกไปมากขึ้น นอกเหนือจากเหตุผลดังกล่าวนี้แล้ว ตลาด ยังเป็นที่หลอมรวมของคนอีกหลากหลายเชื้อชาติ เช่น ตลาดมอญ ตลาดไทย ซึ่งการหลอมรวมดังกล่าวได้แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมบางอย่างเช่น การกินรวมไปถึงวิถีชีวิตการดำรงอยู่ ซึ่งส่งผ่านไปยังสังคมโดยรอบ และที่สำคัญความเป็นประวัติบางอย่างได้เกิดขึ้น ณ ที่ตลาดแห่งนี้ ซึ่งความเป็นประวัติศาสตร์ดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะทดแทนความเป็นอัตลักษณ์ เฉพาะของแต่ละตลาดได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ตลาด เป็นศูนย์รวมอำนาจบางอย่างที่มีอิทธิต่อวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนที่มีมาตั้งแต่อดีตและส่งผลสืบเนื่องต่อมาจนถึงปัจจุบัน

ด้วยความสำคัญของ ตลาด ดังกล่าวจึงทำให้ไม่สามารถแยกวิถีชีวิตของคนไทยออกจากตลาดได้ ดังนั้นตลาดจึงมีความสำคัญทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิต ตลาดจึงเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงความเป็นไปบางอย่างที่เกิดขึ้นในอดีตได้เป็นอย่างดี จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการโยกย้ายอดีตจึงมักสะท้อนผ่านรูปแบบของตลาด ดังนั้นการสะท้อน วิถีชีวิต ความเป็นชุมชน ผ่าน “ตลาด” ของเพลินวาน นั้นเป็นสิ่งที่พยายามสร้างสิ่งที่มีเสมือนจริงขึ้นมา (Virtual) โดยเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันจริงแต่ให้บรรยากาศเสมือนว่าอยู่ในอดีตภายใต้สภาพบรรยากาศที่ถูกจัดสร้างขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าการสะท้อนวิถีชีวิตชุมชน นอกจากจะสามารถสะท้อนผ่านตลาดน้ำที่นิยมประดิษฐ์ขึ้นอย่างมากมายในสังคมไทยแล้ว ตลาดบกถือเป็นรูปแบบหนึ่งของตลาดที่ยังมีการประดิษฐ์อยู่ไม่มาก และเพลินวาน เองก็ได้สะท้อนภาพดังกล่าวผ่าน

ตลาดบก อันจะเป็นการสอดคล้องไปให้สัมพันธ์กับอดีตที่เคยเกิดขึ้น ทั้งนี้ ตลาด ที่เกิดขึ้นของเพลินวานเองแม้จะไม่สามารถถ่ายทอดความเป็นไปอย่างแท้จริงที่เคยเกิดขึ้น แต่ก็สามารถทำให้เห็นภาพบางอย่างว่าเคยมี เคยเกิดสิ่งนี้มาก่อน

1.1.5 เพลินวาน การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมแบบประดิษฐ์

กระแสความนิยมที่มีมาอย่างต่อเนื่องของ กระแสการโหยหาอดีต กระแสการท่องเที่ยว ที่เริ่มมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะที่ อำเภอหัวหิน ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) ได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมากมายที่หัวหินและชะอำ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่เป็นการ “ประดิษฐ์” อันได้แก่ เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม สวิสชีฟฟาร์ม (Swiss Sheep Farm) ซานโตรินี่ (Santorini) และ เวนีเซีย (Venecia) เป็นต้น สถานที่ดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะการประดิษฐ์โดยลำพัง แต่ทว่าประเพณีที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวก็ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาด้วยเช่นกัน เช่น เพลินวาน ก็มีเรื่องของเทศกาลงานวัด ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ก็แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของการค้าขายทางเรือ เป็นต้น แม้ว่าประเพณี เป็นสิ่งที่มีการสืบทอด แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าประเพณีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับ การประดิษฐ์ ประเพณีที่โหมบ้างที่ไม่ได้ประดิษฐ์ เพราะอย่างน้อยที่สุดประเพณีไม่ใช่ธรรมชาติ ประเพณีต้องการการประดิษฐ์จากมนุษย์ (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2556, น. 285)

การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น ได้แผ่ขยายเข้าสู่ภาคส่วนของการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะที่หัวหิน สิ่งที่สังเกตและพบเห็นในภาคส่วนของการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ได้แก่ การสร้างพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของประเพณี วิถีชีวิต รวมไปถึงความเป็นอยู่บางอย่างที่เคยเกิดขึ้น ในบรรดาพื้นที่ประดิษฐ์ดังกล่าวนอกจากจะมีการประดิษฐ์ขึ้นเพื่อทดแทนสิ่งต่าง ๆ ที่จางหายไปแล้ว การประดิษฐ์ดังกล่าวยังสามารถแสดงให้เห็นว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เคยมีหรือเคยเกิดสิ่งเหล่านี้ขึ้นในอดีตที่ผ่านมา (แม้จะไม่ใช่ของจริงที่เกิดขึ้น) ที่พอจะทำให้สังคมสมัยปัจจุบันพอรับรู้ได้ถึงเรื่องราวต่าง ๆ และความเป็นไปในประวัติศาสตร์ รวมไปถึงการเข้าใจสภาพสังคมในสมัยนั้นว่าเป็นเช่นไรและเกิดอะไรขึ้นในห้วงเวลาดังกล่าว และเพลินวานก็ถือ เป็นหนึ่งในการสร้างประเพณีประดิษฐ์ ดังกล่าวนี้นั่น

เพลินวาน⁹ จัดได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น โดยมีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่มีชีวิต (Eco Vintage Village) ที่มีทั้งร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเสื้อผ้า ร้านขายขนม ร้านเหล้าในสมัยก่อน รูปแบบของหมู่บ้านนี้จะเป็นร้านค้าที่ทำจากไม้ ซึ่งทำให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในอดีตอีกครั้ง เพลินวานจึงเป็นเสมือนแหล่งรวมความแปลกใหม่และหลอมรวมเอาความหลากหลายเข้าด้วยกัน โดยเป็นสถานที่ที่เน้นการขายอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์

⁹ อ้างใน http://mindninem.blogspot.com/2011/02/blog-post_1019.html

ไม่ว่าจะเป็นข้าวของที่ใช้ในการตกแต่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของพนักงาน ซึ่งจะจำลองและออกแบบให้คล้ายของที่ใช้จริงในสมัยนั้น แต่ที่สำคัญที่ไม่เหมือนที่อื่นก็คือข้าวของที่สามารถซื้อขายได้จริง ไม่ใช่แค่ตั้งโชว์เหมือนพิพิธภัณฑ์ ดังนั้นเพลิวานจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบค่อนข้างเฉพาะตัว ด้วยบรรยากาศที่คล้ายกับงานวัดที่มีชิงช้าสวรรค์และหนังกลางแปลงที่หลายเรื่องก็ล้วนแต่มีฉากหลังเป็นหัวหินทั้งนั้น จนทำให้เพลิวาน เองกลายมาเป็นสูตรผสมในยุคสมัยปัจจุบัน การได้กลับมาเห็นภาพชีวิตเอกชนในวันวานจึงอาจเป็นสิ่งที่หลายคนวิตกหาในวันนี้ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มคนที่หลงรักอดีตของหัวหินร่วมกันเนรมิต บ้านเรือน ร้านค้า ร้านกาแฟ ที่เคยอยู่ในภาพถ่ายให้มีชีวิตขึ้นมาอีกครั้ง และการเกิดขึ้นของเพลิวาน ดังกล่าวนี้นี้ดูเหมือนจะเป็นการจุดประกายให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกิดตามมาอีกหลายที่ อาทิ ตลาดจ๊กจั่น ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นต้น

มีตัวเลขทางสถิติ¹⁰ที่น่าสนใจของเพลิวานดังนี้ กล่าวคือมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพลิวาน เป็นจำนวนถึง 8,719 คนต่อสัปดาห์ โดยที่กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นกลุ่มที่มาใช้บริการมากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 3,273 คน ในขณะที่รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งมีจำนวน 2,880 คน โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มาใช้บริการ 1,634 คน และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40 ถึง 50 ปี มาใช้บริการ 473 คน ในขณะที่กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มาใช้บริการ 301 คน ซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด ตัวเลขที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเพลิวาน นอกจากนี้ยังมีตัวเลขที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นกว่าเท่าตัวในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาตินั้นมีสูงถึง 589 คน (อ้างอิงจากตารางในบทที่ 4) นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าความนิยมของเพลิวานไม่ได้เป็นที่นิยมเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ด้วยความแปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความโดดเด่น จึงเป็นที่พื้นที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ความนิยมที่ปรากฏขึ้นดังกล่าวของเพลิวาน นั้นได้สร้างรูปแบบและความหมายใหม่บางอย่างให้เกิดขึ้น เช่น เทศกาลงานวัด ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นที่วัดเสมอไปแต่สามารถประดิษฐ์บรรยากาศ ประเพณี หรือ เทศกาลให้เกิดขึ้นในพื้นที่อื่นได้เช่นกัน ซึ่งเรื่องดังกล่าวฮอบส์บอร์ม และ เรนเจอร์ (1983) ได้กล่าวไว้ว่า การเกิดขึ้นของประเพณีประเพณีนั้นเป็นการพยายามอ้างอิงอดีตในรูปของวัตถุโบราณ (ancient material) แล้วนำมาสร้างใหม่ด้วยการปฏิบัติซ้ำ (Repetition) และปฏิบัติอย่างมีรูปแบบ เพื่อรับใช้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม โดยเพลิวาน ได้สร้างรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ โดยหยิบยกเอาอดีตที่อยู่ในรูปของวัตถุโบราณ

¹⁰ อ้างอิงจากข้อมูลจากผู้วิจัยลงพื้นที่พร้อมผู้ช่วยวิจัยในการเก็บสถิติของนักท่องเที่ยวโดยแยกเป็น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภูมิลำเนาเมื่อวันที่ 20-26 ธันวาคม พ.ศ. 2556

โบราณดังกล่าวมาผลิตและปฏิบัติซ้ำพร้อมทั้งสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้น ทั้งนี้การสร้าง ความหมายดังกล่าว เป็นการสร้างความหมายใหม่ในสังคมปัจจุบัน ซึ่งแม้ว่าสิ่งนี้จะเป็นสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม บอกว่าเป็นความสิ้นเปลืองก็ตาม แต่ความสิ้นเปลืองที่ปรากฏให้เห็นใน ประเพณีประติษฐ์แห่ง นี้ได้ก่อให้เกิดรูปแบบและการประติษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมาน่าสนใจ ไม่เพียงแต่เพลิวาน เท่านั้น ในพื้นที่หัวหินยังมีการประติษฐ์ตลาดน้ำขึ้นมาใหม่โดยใช้ชื่อว่า ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ตลาดน้ำดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นตลาดน้ำประติษฐ์ที่พยายามสร้างความหมายใหม่ของตลาดน้ำที่เดิมต้อง อยู่ริมน้ำหรือริมคลอง ให้กลายมาเป็นตลาดน้ำที่อยู่บนบกได้ นอกจากนี้แล้วการเกิดแหล่งท่องเที่ยวมี ลักษณะประเพณีประติษฐ์เป็นจำนวนมาก (อย่างน้อย 4 แห่ง) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) นั้นแสดงให้เห็นได้ว่า ในพื้นที่ดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเกิดขึ้นจาก กลุ่มทุนต่าง ๆ ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มที่มาจากชนชั้นสูง¹¹ (Elite) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเกิดข้อสงสัยขึ้นมาว่ากลุ่มทุน ดังกล่าวเป็นกลุ่มทุนประเภทไหนและเป็นกลุ่มทุนแบบใด

จากสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้เองจึงเป็นที่มาที่ทำให้เกิดข้อสงสัยกับผู้วิจัยว่า การนำเอาวัตถุดิบโบราณและเทศกาลบางอย่างมาประติษฐ์ขึ้นในรูปแบบของตนเองและเพิ่มเติมความ มีชีวิตชีวาเข้าไปในพิพิธภัณฑ์ของเพลิวานนั้นเป็นสิ่งเคยปรากฏขึ้นมาก่อนหรือไม่ และการปรากฏขึ้น ของรูปแบบดังกล่าวของเพลิวานนั้นเป็นการเกิดขึ้นจากสิ่งที่เคยมีในอดีตหรือเกิดขึ้นจากสูญญากาศ (เกิดขึ้นจากจินตนาสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่โดยไม่มีการนำเอาอดีตมาอ้างอิง) แม้ว่า เพลิวาน เองจะมี ส่วนคล้ายตลาด แต่ก็ไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนได้ว่าคือ ตลาด ซึ่งตลาดในอดีต คือ แหล่งพบปะ กันของผู้คนทั้งในชุมชนและต่างชุมชน ดังนั้นเพลิวาน จึงมีบางส่วนที่คล้ายตลาดแต่ไม่ใช่ตลาด อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบางอย่างที่เกิดขึ้นของเพลิวาน เป็นสิ่งที่พยายามสร้างสิ่งที่เสมือนจริง ขึ้นมา (Virtual) โดยเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันจริงแต่เสมือนว่าอยู่ภายใต้สภาพบรรยากาศ ที่ถูกจัดสร้างขึ้น ดังนั้นการหลอมรวมสิ่งต่าง ๆ และตัดเอาบางแง่มุมของความเป็นอดีตมานำเสนอ และประกอบสร้างขึ้นมามีความเฉพาะตัว จึงทำให้เป็นที่มาของข้อสงสัยสำหรับผู้วิจัยและ ผู้คนทั่วไปที่ต้องการมาหาคำตอบว่า เพลิวานคืออะไร

ความคลุมเครือหลาย ๆ ประการที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อศึกษาว่า เพลิวาน มีรูปแบบ วิธีการ และการประกอบสร้างที่มีลักษณะเฉพาะอย่างไร และมี องค์ประกอบใดที่เป็นองค์ประกอบของการประกอบสร้างดังกล่าว นอกจากนี้แล้วการประกอบสร้าง รูปแบบดังกล่าวนั้นเป็นการประกอบสร้างผ่านอะไร ทั้งนี้สิ่งที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยชิ้นนี้ นอกจากจะศึกษาในแง่มุมของการประกอบสร้างกรณีของเพลิวานแล้ว เพลิวานเองก็ถูกตีความ หรือให้ความหมายโดยนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันซึ่งการตีความดังกล่าวนั้นเป็นการศึกษาในภาคสนาม

¹¹ กลุ่มดังกล่าวจะสร้างพื้นที่อย่างมีวัฒนธรรมและมีต้นทุนทางสังคม

ที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนามดังกล่าวจะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลและคำถามที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้นำไปสู่ปัญหาวิจัยดังนี้

1.2 ปัญหานำวิจัย

การปรากฏขึ้นของเพลินวาน ที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยกลุ่มทุนนั้น มีกระบวนการ วิธีการและองค์ประกอบในการประกอบสร้างพื้นที่ เป็นเช่นไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของเพลินวาน โดยศึกษาผ่านมโนทัศน์และแนวคิดที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ แนวคิดเรื่องประเพณี ประติสฐ์ และแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาการเข้ารหัสและการถอดรหัสทางความหมายของอดีตที่ถูกสร้างผ่านเพลินวาน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ สนใจที่จะศึกษาความเป็นไปที่เกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะประติสฐ์ขึ้น โดยเลือก เพลินวาน เป็นกรณีศึกษา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545-2556) ได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะการประติสฐ์ขึ้นมากมายที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมไปถึงรอยต่อที่ติดกับจังหวัดเพชรบุรีก่อนถึงอำเภอหัวหิน โดย เพลินวาน ถือเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว (เป็นแหล่งท่องเที่ยวแรก ๆ ที่เกิดขึ้น) ดังนั้นงานชิ้นนี้จึงสนใจที่จะศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวาน (ในปี พ.ศ. 2552) แต่เนื่องจากว่า เพลินวาน ได้ใช้ในเวลาการเตรียมตัว วางแผน และก่อสร้างต่าง ๆ เกือบ ๆ 2 ปี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาไปถึงช่วงเวลาที่ก่อน เพลินวาน จะเปิดดำเนินการ

อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นดังกล่าวมานั้น คือ เพลินวาน เป็นเสมือนสถานที่ที่รวบรวมเอาวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตที่หัวหิน ดังนั้นงานชิ้นนี้จึงจำเป็นต้องศึกษา ประวัติ ความเป็นมา ที่มาที่ไป ของหัวหิน ประกอบเพื่อที่จะให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นว่า เรื่องราว หรือ สิ่งที่เกิดขึ้นที่เพลินวานกำลังนำเสนอ นั้น เกิดขึ้นในช่วงยุคสมัยหรือช่วงเวลาใด โดยทำการศึกษาตั้งแต่

ช่วงที่ พระราชวังไกลกังวลเริ่มสร้างเสร็จใหม่ ๆ (ราว พ.ศ. 2470) เรื่อยมาจนหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ด้วยเหตุผลที่ว่า ช่วงระยะเวลาดังกล่าว (ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475, ช่วงประมาณ ปี พ.ศ. 2470-2475) นั้น หัวหินได้เจริญจนถึงขีดสุด ซึ่งมีทั้งพระราชวังไกลกังวล โยธเตล์ หัวหิน สนามกอล์ฟพรตไพ และ ตลาดฉัตรไชย โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้สะท้อนถึงความเป็นอยู่และความเป็นไปของหัวหินได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้งานชิ้นนี้ศึกษา “ประเพณีประติษฐ์” ที่เกิดขึ้นเฉพาะในภาคส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันได้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกประดิษฐ์หรือถูกสร้างขึ้น ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) ในขณะที่ยังด้านสนามวิจัย ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสนามในการทำวิจัยด้วยเหตุผลที่ว่า พื้นที่ดังกล่าวได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เรียกว่า “ประเพณีประติษฐ์” ขึ้นหลายแห่ง ซึ่งแต่ละแห่งก็มีความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ได้แก่ เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม และ ชานโตรินี ผู้วิจัยได้เลือก เพลินวาน เป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้เพราะว่า เพลินวาน เป็นสถานที่แห่งแรกที่ถือกำเนิดขึ้น และยังเป็นสถานที่ที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจและน่าติดตามในแง่ของการสร้างรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะบางอย่างได้อย่างน่าสนใจ

1.5 กรอบเวลาที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้งานศึกษาชิ้นนี้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังนี้คือ งานชิ้นนี้จะใช้เวลาศึกษาทั้งหมดประมาณ 2 ปี โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2556 จนถึง เมษายน พ.ศ. 2558 โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นของหัวหินตั้งแต่ช่วงเวลาก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 และหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงปัจจุบัน (2558) เพื่อศึกษาว่าการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของแต่ละช่วงเวลาดังกล่าวนั้น มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยศึกษาผ่านเอกสาร ข้อมูล งานวิจัย บทความ รวมไปถึงการสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ที่สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ของหัวหินในช่วงเวลาดังกล่าวได้ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะใช้เวลาประมาณ 1 ปี หลังจากนั้นจะเป็นส่วนของการศึกษาภาคสนาม โดยจะเป็นการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลที่เพลินวาน รวมไปถึงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับงานวิจัย เช่น ตลาดน้ำหัวหิน เวนิเซีย และพื้นที่งานวัดที่เกิดขึ้นจริง อย่างไรก็ตามในส่วนของการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเพลินวานนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็นสองส่วนคือ หนึ่ง เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบสร้าง (สถาปนิก) และผู้บริหารพื้นที่เพลินวาน สอง เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้พื้นที่ของเพลินวานในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาภาคสนามดังกล่าวจะใช้เวลาประมาณ 1 ปี หลังจากนั้นก็นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผล

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่ประเทศไทยมีความโดดเด่นและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมากที่สุดด้านหนึ่ง ดังนั้นการตื่นตัวในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของการผลิตชุดความรู้เกี่ยวกับเรื่อง ประเพณีประเพณี ซึ่งเรื่องดังกล่าวพบเห็นได้น้อยมากในแวดวงวิชาการศึกษาของไทย วิธีการ ประเพณีประเพณี ที่พบในปัจจุบันเป็นการนำมาประยุกต์ใช้เป็นส่วนใหญ่ โดยมีการประเพณีในรูปแบบที่แตกต่างกันไป การประเพณีดังกล่าวล้วนแต่เป็นการนำเอาสิ่งที่เคยมีมาก่อนแล้วนำมาประกอบสร้างขึ้นใหม่ อาทิ ตลาดน้ำ ซึ่งก็สามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจ (Exotic) ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในด้านการท่องเที่ยว กล่าวคือ สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจและมักจะถูกกล่าวถึงในบริบทโลก (ผ่านโซเชียลมีเดีย) ซึ่งหัวหน้าเองก็กำลังก้าวเข้าสู่บริบทดังกล่าวเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ อาทิ เพลินวาน ชานโตรี่ เวนิเซีย สวิสซีฟาร์ม ตลาดน้ำหัวหิน เป็นต้น หัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด (จากจำนวนนักท่องเที่ยว 1.97 ล้านคน ในปี 2553 สู่ 3.25 ล้านคน ในปี 2555) และมีความพร้อมในการรองรับทั้งทางด้านการท่องเที่ยวและที่พักอาศัย ซึ่งจากการลงพื้นที่แล้วผู้วิจัยค่อนข้างมั่นใจเป็นอย่างยิ่งว่าด้วยศักยภาพของเมืองหัวหินเอง ที่มีความหลากหลายและตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่ดีแล้วทำให้เมืองหัวหิน มีความพร้อมอย่างเต็มที่ในการเปิดรับนักท่องเที่ยวเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน แต่สิ่งที่ผู้วิจัยมีความกังวลและวิตกเป็นอย่างมากคือการเติบโตที่ไร้ทิศทางและเป้าหมายที่แน่นอนของเมืองหัวหิน สิ่งดังกล่าวเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยหน่วยงานจากหลาย ๆ ฝ่าย ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในการเข้ามาร่วมแก้ไขและวางแนวทางในการเติบโต หากไม่เช่นนั้นแล้วศักยภาพของเมืองหัวหินที่มีความโดดเด่นอาจด้อยค่าลงในทันที

นอกจากนี้แล้วงานชิ้นนี้มุ่งศึกษาถึงรูปแบบและกระบวนการของการสร้างพื้นที่ของเพลินวานซึ่งผู้วิจัยคาดว่า กระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาที่น่าจะมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าวนอกจากจะทำให้ทราบถึงรูปแบบและกระบวนการของการเกิดขึ้นแล้ว งานชิ้นนี้ยังขยายกรอบแนวคิดเรื่อง การสร้างพื้นที่ให้กว้างออกไป โดยในงานชิ้นนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาไปถึงวิธีการประกอบสร้างพื้นที่ของเพลินวานว่ามีปัจจัยและองค์ประกอบใดบ้าง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับเรื่องพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าจะทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

การหยิบยกตัวอย่างกรณีเพลินวานมาเป็นกรณีศึกษาเนื่องจากผู้วิจัยมองว่า การจัดแหล่งท่องเที่ยวแบบย้อนอดีตกรณี เพลินวาน นี้เป็นเพียงการพยายามที่จะนำสิ่งที่เคยมีมาในอดีต

แต่ปัจจุบันได้ขาดหายไป มานำเสนอในรูปแบบสมัยใหม่ในปัจจุบันให้ดูน่าสนใจ จนประสบความสำเร็จ และเป็นที่รู้จักของคนรุ่นใหม่ แต่หาใช่ว่า เพลินวานจะประสบความสำเร็จไปในทุกบริบท ในบางแง่มุม ซึ่งผู้ศึกษามองว่า สถานที่ที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้เกิดขึ้นเพราะเหตุแห่งการถวิลหาอดีตโดยแท้จริงหรือไม่ หรือเกิดขึ้นโดยเหตุแห่งการประกอบธุรกิจ หรือเป็นเพียงแค่ต้องการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มทุนให้มีความแตกต่างจากสถานที่ประดิษฐ์อื่น ๆ แต่ไม่ว่าจะเกิดขึ้นด้วยเหตุผลใดก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงที่มาที่ไปและกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นดังที่กล่าวไปแล้ว ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ ผู้วิจัยจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป

1.7 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษา เพลินวาน ในแง่มุมของ รูปแบบ วิธีการ และ องค์ประกอบในการประกอบสร้างพื้นที่ดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทั้งในเชิงเอกสารและลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูล โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้เลือก เพลินวาน เป็นสนาม (field) หรือพื้นที่ในการศึกษาและศึกษาพื้นที่หัวหิน เป็นเพียงบริบทแวดล้อม (context) โดยผู้วิจัยกำหนดกรอบการศึกษาวิจัยของงานชิ้นนี้ไว้ดังนี้

1. ศึกษาผ่านเอกสาร (Document Research) โดยเป็นการศึกษาและตรวจสอบจากเอกสารชั้นต้นที่มีการอ้างอิง รวมไปถึงงานนิพนธ์ วรรณกรรม นวนิยาย ที่สะท้อนให้เห็นภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ในห้วงเวลาของแต่ละยุคแต่ละสมัยของหัวหิน ซึ่งในขั้นนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความเป็นมาของ หัวหิน ก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ว่าประเทศไทย ก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาสู่การปกครองแบบประชาธิปไตยนั้น ใครเป็นผู้มีบทบาทและความสำคัญ ใครเป็นผู้มีอำนาจ และใครเป็นผู้สร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ผู้วิจัยจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของชนชั้นที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา โดยความสำคัญดังกล่าวจะสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไปจากช่วงเวลาที่ผ่านมาอย่างไร

2. ศึกษาพื้นที่ เพลินวาน (Field Research) โดยสนามที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและเก็บข้อมูลคือ เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งการลงพื้นที่ดังกล่าวผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลผู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าว อาทิ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในเพลินวาน ผู้ประกอบการโดยรอบเพลินวาน ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ เช่น การสัมภาษณ์ สังเกต และจดบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อนำมาสรุปและวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบที่ผู้วิจัยสงสัยในระดับต่อไป ในการลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลภาคสนามนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาความเปลี่ยนแปลงที่

เกิดขึ้นในพื้นที่จริงว่าเกิดความเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมากนักน้อยเพียงใด อันจะทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์หาตัวแปรต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับประชากรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาคือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวน โดยนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้นมีทั้งกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยนั้นเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของ เพศ อายุ อาชีพ สำหรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาตินั้นจะเป็นการสังเกตพฤติกรรม ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ที่ผู้วิจัยเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานั้นด้วยเหตุผลที่ว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของการสร้างความหมายและในการประกอบสร้างพื้นที่ของเพลินวาน อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวดังกล่าวผู้วิจัยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งในช่วงกลางสัปดาห์และปลายสัปดาห์เพื่อให้ข้อมูลที่กระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ต่อไป

ทั้งนี้การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เดี่ยว (personal interview) ทั้งนี้เทคนิคการสัมภาษณ์เดี่ยวที่ผู้วิจัยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) เนื่องจากว่าการสัมภาษณ์พูดคุยในลักษณะดังกล่าวจะเป็นการสัมภาษณ์ที่จะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้สึกเป็นกังวล ไม่อึดอัด และไม่เป็นการรบกวนเวลาในการเดินทางของนักท่องเที่ยวนัก ซึ่งก็จะใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที ในขณะที่เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น จะเป็นการสัมภาษณ์ที่ลงรายละเอียดในการพูดคุยมากกว่าคำถามทั่ว ๆ ไป เช่น ทำงานเกี่ยวกับอะไร ทำงานที่ไหน เคยไปเที่ยวที่ต่างประเทศไหม ถ้าเคยเคยไปที่ไหน ไปเมื่อไหร่ ไปอย่างไร ไปกับใคร และมีประสบการณ์ดังกล่าวอย่างไร รับรู้เรื่องราวดังกล่าวจากไหน อย่างไร แล้วแตกต่างอย่างไรกับเพลินวาน ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวต้องใช้เวลาค่อนข้างมากและนาน โดยต้องสร้างความคุ้นเคยและเคยชินกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะนักท่องเที่ยวไม่รู้สึกอึดอัดและพร้อมที่จะให้ข้อมูล ทั้งนี้การสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวจะเป็นประโยชน์กับงานวิจัยชิ้นนี้เป็นอย่างมากเนื่องจากข้อมูลที่ได้นั้นจะเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความคิดเห็นที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรและแตกต่างกันมากน้อยขนาดไหน นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยยังใช้เทคนิคการสัมภาษณ์กลุ่ม (group discussion) รวมไปถึง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ในการเก็บข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้อ้างอิงจากตารางแสดงผู้มาใช้บริการที่จำแนกตามอายุที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไว้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเกณฑ์เรื่องอายุในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นกลุ่มและจำนวนที่จะศึกษาไว้ดังนี้คือ

ตารางที่ 1.1

แสดงช่วงอายุ จำนวน และเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ช่วงอายุ (ปี)	เพศ		จำนวน	เทคนิคที่ใช้
	ช	ญ		
น้อยกว่า 20	5	8	13	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์กลุ่ม
20-30	2	14	16	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์กลุ่ม
31-40	7	3	10	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
41-50	4	3	7	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
มากกว่า 50	4	4	8	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
รวม	22	32	54	สัมภาษณ์เดี่ยว สัมภาษณ์กลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 1.2

แสดงรายละเอียดนักท่องเที่ยวยุคที่สัมภาษณ์

ช่วงอายุ (ปี)	รายชื่อ	จำนวน (คน)
น้อยกว่า 20	มินต์ (15), พลอย/มิว (15), กระต่าย/ฟิล์ม (16), เป๊ะ/แป้ง/เปี้ยก (17), ชุป/นุก (18/15), อิ๊กคิว (17), ใหม่ (18), ดรีม (18), เฟรนด์ (18), พลอย (18), ปกป้อง (19), เต้ (19), ปลาย (19)	13
20-30	มุก/กระต่าย (21/21), ทอม (21), น้ำตาล (22), นา (22), อิศราภรณ์/ศรียรัตน์ (23), แพร (24), โบว์/มะเหมี่ยว (24/25), ย้อย (27), ขวัญ (27), ปีม (27), เปียร์ (28), สุริย์พร (28), บอล (30), ตี๋/เปียร์ (30/28), แอน (30), แอน (30)	16
31-40	สุ (31), น้อง/น้ำ (32/34), วิ (32), จิ๊ก (33), หลิง (35), กิตติวัฒน์ (36), รัชกฤต (37), น้อง (37), จี๊บ (38), หอย (40)	10
41-50	นภ (41), หน้อย (42), นก (43), ตี๋ (44)/หน้อย (45), สมจิต (45), เอก (42)/หนุ่ม (45), นา (49)	7
มากกว่า 50	โต้ง (51), เสริฐ (53), ภาณทิพย์ (53), อนุรักษ (57), นัยนา (57), ปรีชา (60), สมศรี (61), รัตน์ (65),	8
รวม		54

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มนั้นผู้วิจัย ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) โดยการเฝ้าสังเกต ติดตาม กลุ่มที่ต้องการศึกษาขณะเพื่อเฝ้าดูพฤติกรรมท่าทางการพูดคุยขณะอยู่ในเปลินวาน ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี และนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สำหรับวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) และใช้วิธีการสังเกตและติดตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความหลากหลายทางด้าน เพศ อายุ ภูมิฐานะ สัญชาติ

ตารางที่ 1.3

แสดงลักษณะและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบบกลุ่ม

ลำดับ	กลุ่มนักท่องเที่ยว	วิธีการเก็บข้อมูล
1	ชาวไทย	สังเกตแบบมีส่วนร่วม
2	ชาวจีน	สังเกตแบบมีส่วนร่วม
3	ชาวเกาหลี	สังเกตแบบมีส่วนร่วม
4	ชาวยุโรป	สังเกตแบบมีส่วนร่วม

ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นติดต่อประสานงาน เนื่องจากพื้นที่ อ.หัวหิน เป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อนตากอากาศกันมาก จึงทำให้กลุ่มคนที่ไปหัวหิน เป็นกลุ่มคนที่กระจัดกระจายกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจึงต้องอาศัยผู้ที่มีความคุ้นเคยในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิค สโนว์บอล (snow ball) โดยอาศัยการแนะนำจากเพื่อนของเพื่อนที่ผู้วิจัยรู้จักเป็นการส่วนตัว และในการลงพื้นที่ดังกล่าวผู้วิจัยได้อาศัยบุคคลดังกล่าวในการติดต่อประสานงาน ทั้งในเรื่องที่พัก สถานที่ และผู้ช่วยวิจัย ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว หลังจากผู้วิจัยได้ผู้ช่วยวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงวางแผนงานในการดำเนินการต่อไปโดยการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลที่เปลินวาน และบริเวณรอบ ๆ เปลินวาน โดยให้ผู้ช่วยวิจัยเก็บข้อมูลบางส่วนเกี่ยวกับจำนวนคนที่มาเที่ยวในหนึ่งสัปดาห์ว่ามีปริมาณเท่าใด โดยแยกตาม อายุ เพศ และภาคต่าง ๆ โดยในขั้นตอนดังกล่าวนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะใช้เวลาประมาณ สองสัปดาห์

ขั้นตอนที่สอง ขั้นตอนเตรียมงานและออกแบบเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ออกแบบและนำวิธีการที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูลแต่ละภาคส่วนมาใช้ พร้อมทั้งได้กำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล ซึ่งก็คือช่วงเดือนธันวาคม อันเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง

ท่องเที่ยวมากที่สุด ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ให้ผู้ช่วยวิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ 20-26 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะออกเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในช่วงปลายปี โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลเป็นเวลาหนึ่งสัปดาห์เพื่อให้ทราบถึงปริมาณคนที่มาท่องเที่ยวและกลุ่มต่าง ๆ ว่าเป็นกลุ่มใด โดยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาอ้างอิงและนำมาประกอบการวิเคราะห์ต่อไป

ขั้นตอนที่สาม ขั้นตอนการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้วางแผนไว้ว่าจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 58 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการในเพลินวานและกลุ่มผู้ประกอบการรอบ ๆ เพลินวาน และกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (ภาครัฐและภาคเอกชน) ซึ่งการสัมภาษณ์ดังกล่าวจะเป็นช่วงเวลาหลังจากเก็บข้อมูลจากผู้ช่วยวิจัยแล้ว โดยคาดว่าจะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลดังกล่าวในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2556 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

วิธีการเก็บข้อมูล

การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในภาคสนามนั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือและเตรียมคำถามที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลไว้ดังนี้คือสำหรับ กลุ่มของนักท่องเที่ยว กลุ่มของผู้ประกอบการ กลุ่มของผู้เกี่ยวข้อง (จากภาครัฐและเอกชน) โดยเนื้อหาหรือคำถามที่ใช้ของแต่ละกลุ่มนั้นมีความแตกต่างกันไปกล่าวคือ

กลุ่มของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามในลักษณะปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น และสะท้อนมุมมองที่เกิดขึ้นต่อคำถามดังกล่าว เช่น ในความเข้าใจของนักท่องเที่ยวแล้วเพลินวานคืออะไร รู้สึกและเข้าใจถึงอดีตที่เกิดขึ้นอย่างไรและมากน้อยขนาดไหน มีความคิดเห็นอย่างไรต่อเทศกาลงานวัดที่สามารถไปได้ทุกวัน ไม่ต้องรอปีละครั้ง และไม่ต้องไปที่วัด ซึ่งคำถามลักษณะดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแง่ของการแสดงความคิดเห็น และสะท้อนออกมาจากความคิดที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวแต่ละคน อันจะทำให้ข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น

แนวทางคำถามที่ผู้วิจัยตั้งไว้เพื่อใช้ในการถามเพื่อเก็บข้อมูล

1. รู้จักเพลินวานได้อย่างไร รู้จากที่ไหน รู้ได้อย่างไร
2. ให้นิยามความหมายของเพลินวานว่าอย่างไร
3. เคยไปสถานที่แห่งนี้ที่อื่นหรือไม่ ถ้าเคย ๆ ไปที่ไหน และสถานที่ดังกล่าวเหมือนหรือแตกต่างจากเพลินวาน
4. ทำไมจึงมาเที่ยวที่เพลินวาน
5. มาบ่อยแค่ไหน
6. มากับใคร มาอย่างไร มากี่คน
7. มาหัวหินต้องแวะทุกครั้งหรือไม่ เพราะอะไร
8. ชอบท่องเที่ยวแนวไหน
9. แล้วเพลินวานเป็นแนวดังกล่าวหรือไม่ เพราะอะไร
10. มีที่ไหนมาดูอะไรเป็นพิเศษหรือไม่ ทำไม เพราะอะไร
11. หากมีโอกาสมองอะไรอีกหรือไม่ ทำไม เพราะอะไร
12. วันหนึ่ง เพลินวาน หายไปจะรู้สึกอย่างไร อดิจะหายไปด้วยหรือไม่
13. ชื่นชอบจุดไหนเป็นพิเศษ ทำไม เพราะอะไร
14. มีประสบการณ์ในเหตุการณ์นั้นหรือไม่
15. ถ่ายรูปบ้างไหม ถ่ายจุดไหนเป็นพิเศษ เน้นการถ่ายคน หรือ วิว ฉากหลัง

บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาถึงกระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งพื้นที่ทางวัฒนธรรมเป็นพื้นที่ที่มีบริบทความสัมพันธ์ในเชิงสังคม มีการเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลง (เป็นพลวัต) ให้เห็นอยู่ตลอดเวลา แนวคิดที่ถูกหยิบยืมมาเพื่อใช้ในการสร้างคำอธิบายต่อพื้นที่ดังกล่าวจึงต้องเป็นแนวคิดที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นพลวัตและต่อเนื่อง ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวค่อนข้างมีอยู่หลากหลายดังนั้นผู้วิจัยจึงคัดเลือกแนวคิดบางแนวคิดที่สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งแนวคิดที่ผู้วิจัยกล่าวถึงนั้นเป็นแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องพื้นที่ โดยแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่มีการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการในการสร้างพื้นที่ที่และผลิตชุดความหมายของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในแง่ของผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความหมายนั้นไม่ได้ถูกจำกัดเพียงแค่ชุดความรู้เพียงชุดเดียวเท่านั้น เนื่องจากการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมนั้นมีความหลากหลายดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่อง ประเพณีประติษฐ์และแนวคิดทางด้านท่องเที่ยว มาอธิบายเพิ่มเติมเป็นบริบทเสริมถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

การนำแนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้มาเพื่อใช้ในการสร้างคำอธิบายก็ด้วยเหตุผลที่ว่า พื้นที่ของเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยชุดความหมายของคำอธิบายที่แตกต่างจากชุดความหมายเดิมที่เคยเกิดขึ้น ทั้งนี้ชุดความหมายของคำอธิบายเรื่อง “พื้นที่” ดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ที่เกิดขึ้นเพียงแค่มิติทางกายภาพเท่านั้น แต่ต้องอธิบายถึงชุดความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในบริบทของความเป็นพื้นที่ทางสังคมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้แล้วงานชิ้นนี้ยังได้หยิบยืม แนวคิดเรื่องประเพณีประติษฐ์ของ ฮอบส์บอว์ม มาช่วยเสริมเพิ่มเติมในการสร้างคำอธิบาย ที่จะทำให้ความหมายดังกล่าวเกิดความสั่นไหวและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งชุดความรู้ของประเพณีประติษฐ์ยังมีแง่มุมที่สอดคล้องไปกับการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นที่หัวหินในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง (พ.ศ. 2475) หลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง จนมาถึงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมแบบประติษฐ์ในช่วงทศวรรษที่ผ่าน (พ.ศ. 2547-2557)

สำหรับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการสร้างคำอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านงานชิ้นนี้นั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและศึกษาแนวคิดต่าง ๆ จากสำนักต่าง ๆ ที่มีสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยแนวคิดที่ผู้วิจัยเลือกมาใช้ในการสร้างคำอธิบายในงานชิ้นนี้ประกอบไปด้วยมโนทัศน์และแนวคิดที่สำคัญดังนี้คือ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม

2.1.1 มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่ (space)

มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่ จะเป็นมโนทัศน์ที่ได้รับความสนใจในแวดวงวิชาการด้านสังคมศาสตร์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักสังคมวิทยาเมืองกับนักภูมิศาสตร์เมืองที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับมโนทัศน์ด้านนี้เป็นพิเศษเนื่องจากว่า พื้นที่ คือหน่วยที่ใช้ศึกษาและใช้เป็นสนามสำหรับศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ความหมายของพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตรงกับที่สังคมยังคงมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ก่อนที่มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่ จะถูกนำมาศึกษาในหลากหลายแขนงของศาสตร์ด้านต่าง ๆ นั้น พื้นที่ในเชิงทฤษฎีของยูคลิด (นักทฤษฎีทางเรขาคณิต) จะมองว่า พื้นที่ ประกอบขึ้นและวัดได้ด้วยมิติความกว้าง ความยาวและความลึก สามารถศึกษาได้ในเชิงกายภาพในฐานะเป็นความจริงเชิงประจักษ์ และภาษาที่ใช้เกี่ยวกับพื้นที่จึงเป็นภาษาเชิงปริมาตร (volumetric language) ทั้งนี้ความเป็นจริงดังกล่าวเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดมาให้อยู่ในฐานะของการมีอยู่ของสิ่งต่าง ๆ ในโลก โดยसारทุกชนิดดำรงอยู่ในพื้นที่ ดังนั้นในแง่มุมดังกล่าว พื้นที่จึงเป็นความจริงและถูกกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของความ “ว่างเปล่า” กล่าวคือ เป็นการปลดพ้นจากการให้คุณค่า ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับอำนาจในด้านต่าง ๆ ทำให้คำว่า พื้นที่ ภูมิความเป็นกลางโดยธรรมชาติ

การศึกษาเรื่องพื้นที่ดังกล่าวในเชิงกายภาพสามารถสร้างชุดความรู้ได้ชุดหนึ่ง แต่ทว่าเมื่อพื้นที่ถูกนำมาศึกษาในอีกศาสตร์ชุดความหมายของคำว่าพื้นที่ก็ถูกอธิบายด้วยความรู้อีกชุดหนึ่งเช่นกัน มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นเมื่อสำนักสายสกุลหลังสมัยใหม่ (postmodernism) ได้หยิบยกประเด็นดังกล่าวมาศึกษาและสร้างมุมมองเรื่องพื้นที่ขึ้นมาใหม่ โดยสำนักสายสกุลดังกล่าวมองว่า พื้นที่ เป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่ประจุไว้ด้วยความหมาย (coded space) พื้นที่ทางกายภาพต่าง ๆ เช่น เกาะ ป่าสวนสาธารณะ หรือพื้นที่ในบ้านเรือนมิได้เป็นเพียงวัตถุหรือที่ว่างหรือสภาพแวดล้อมข้างนอกตัวเราที่มีไว้เพื่อให้คนใช้ประโยชน์เท่านั้น แต่ด้วยวิธีการจัดการพื้นที่เหล่านั้นสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิดที่มีต่อพื้นที่ดังกล่าว เช่น การบวชป่า ทำให้เราทราบว่าชาวบ้านมีภาพของป่าเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ มีความรักและหวงแหน ผืนป่า มีจารีตข้อห้ามและพิธีกรรมซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ และความสัมพันธ์ของคนในหมู่บ้านที่ใช้พื้นที่ป่าทั้งหมด เป็นต้น ดังนั้นความหมายของพื้นที่จึงไม่สามารถแยกปัจเจกออกจากความหมายและสิ่งต่าง ๆ ได้ (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543, น. 66)

การศึกษาเรื่องพื้นที่ถูกแบ่งแยกออกเป็นการศึกษาในหลายมิติ คือ พื้นที่ทางกายภาพ (physical space) พื้นที่ทางสังคม (social space) และพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก

(mental space) (Dear, 1997) ในขณะที่ Shunya Yoshimi (1992) ได้ศึกษามโนทัศน์เรื่องพื้นที่ในการศึกษาที่ผ่านมาและพบว่า พื้นที่ที่ถูกมองโดยนักสังคมวิทยาสำนักต่าง ๆ ใน 4 แบบด้วยกัน คือ

1. พื้นที่ในฐานะที่เป็นธรรมชาติ (เป็นอาณาเขตที่เกิดขึ้นตามกฎธรรมชาติ) ซึ่งเป็นมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ตามมุมมองแบบนิเวศวิทยามนุษย์
2. พื้นที่ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการมองพื้นที่ในเชิงวิวัฒนาการและจิตวิทยาสิ่งแวดล้อม
3. พื้นที่ในฐานะที่เป็นโครงสร้าง ซึ่งเป็นการมองพื้นที่ตามมุมมองแบบสังคมศาสตร์เมือง
4. พื้นที่ในฐานะที่เป็นความสัมพันธ์ อันเป็นมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ตามมุมมองแบบสังคมวิทยาเมืองแนวใหม่

พื้นที่ทั้ง 4 แบบเป็นมโนทัศน์ที่เกิดขึ้นจากมุมมองและวิธีการศึกษาที่แตกต่างกันของแต่ละสำนัก ดังนั้นมุมมองที่เกิดขึ้นในเรื่องของ พื้นที่ จึงเกิดความแตกต่างตามไปด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ในมุมมองของ Yoshimi แล้ว มองเรื่องพื้นที่ว่า พื้นที่เป็นเสมือนตัวกลางของปฏิบัติการทางสังคมที่มีลักษณะอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความหมายแฝงอยู่ในตัว (Yoshimi, 1992, p. 137) ซึ่งมุมมองดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พื้นที่ คือเวทีที่เกิดการกระทำระหว่างกันทางสังคม เป็นการปะทะ ประสานกัน และก่อให้เกิด การสร้างความหมายอยู่ตลอดเวลา พื้นที่ใดที่มีการปะทะประสานกันมากก็ย่อมมีการไหลเวียนแลกเปลี่ยน (สนับสุน) และผลิตซ้ำทางความหมายมากกว่าพื้นที่ที่ไม่ได้มีการปะทะ ประสานกัน

นอกจากนี้ Manuel Castells กล่าวถึงพื้นที่ว่า “พื้นที่เป็นผลผลิตทางวัตถุในลักษณะความสัมพันธ์กับผลผลิตทางวัตถุอื่น ๆ รวมทั้งผู้คน ผู้ซึ่งเกี่ยวข้องอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมที่ถูกกำหนดไว้ (ในเชิงประวัติศาสตร์) ซึ่งได้นำรูปร่าง หน้าที่ และความหมายทางสังคมมาสู่ตัวพื้นที่ (Castells, 1999, p. 411) ทั้งนี้ Castells พยายามที่จะชี้ให้เห็นว่า พื้นที่คือสิ่งที่เกิดขึ้นจากพลวัตของวัตถุซึ่งเกิดขึ้นโดยผ่านการกระทำหรือปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ ของผู้คน กล่าวคือ พื้นที่ในความหมายที่ใช้กันในทฤษฎีทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีวัตถุและวัตถุเหล่านั้นถูกจัดระเบียบให้เป็นระบบความสัมพันธ์ โดยการกระทำทางสังคมของมนุษย์ ซึ่งการจัดระเบียบดังกล่าวจะก่อให้เกิดพลวัตและความหมายทางสังคมของพื้นที่แห่งนั้น หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “พื้นที่คือเวทีหรืออาณาบริเวณแห่งหนึ่งที่ยินยอมให้มีปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ นานาเกิดขึ้นมาได้อย่างพร้อม ๆ กัน ซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อเป็นการประสานรวมหรือแลกเปลี่ยนกันทางวัตถุในสังคม การกระทำดังกล่าวย่อมก่อให้เกิดเป็นระบบความสัมพันธ์ในลักษณะสังคมขึ้นมาบนพื้นที่แห่งนั้น”

ขณะที่ ในมุมมองของนักมานุษยวิทยาแล้ว อาคิห์ล กุปตา และ เจมส์ เฟอร์กูสัน (Akhil Gupta and James Ferguson, 1997) ได้เสนอให้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม พื้นที่ และอำนาจ ซึ่งการมองเรื่องวัฒนธรรม พื้นที่ สถานที่ เป็นสิ่งเดียวกันนั้น ในทัศนะของ กุปตา และ

เฟอร์กูสัน แล้ววิธีคิดดังกล่าวมีความน่าสนใจและมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเรื่องดังกล่าวมีบริบทที่แตกต่างกันซึ่งหากพิจารณาว่าเป็นสิ่งเดียวกันแล้วจะสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นหลายประการด้วยกันคือ

ประการแรก สำหรับคนที่อาศัยอยู่บนพรมแดน และที่ข้ามพรมแดนไปมาทั้งชั่วคราวและถาวร หรือที่เรียกขานกันทั่วไปว่า คนสองหรือสามวัฒนธรรมนั้น มโนทัศน์วัฒนธรรมที่เกาะติดกับพื้นที่ย่อมใช้อธิบายกับคนประเภทเหล่านี้ไม่ได้ ประการที่สอง แม้ว่าความพยายามในการพัฒนามโนทัศน์ใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อหลีกเลี่ยงจากกับดักของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ผูกติดกับพื้นที่ เช่น ความเป็นพหุวัฒนธรรม (multiculturalism) วัฒนธรรมย่อย (subculture) หรือกระทั่งความเป็นชาติพันธุ์ (ethnicity) แต่มโนทัศน์เหล่านี้หากใช้อย่างไม่ระมัดระวังแล้วก็ยังสามารถทำให้เกิดทลุมพรางของการผูกโยงวัฒนธรรมเข้ากับความเป็นท้องถิ่น ที่ยังคงก้าวไม่พ้นการเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์และพื้นที่ได้ และ ประการที่สาม ความซับซ้อนของการผลิตวัฒนธรรมอันเป็นผลมาจากการปะทะสัมพันธ์กันระหว่างเจ้าอาณานิคมและผู้ถูกปกครอง วัฒนธรรมภายใต้ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเกิดการปะทะ ต่อด้าน หยิบยืม ปรับใช้มากกว่าก่อรูปจากความเป็นท้องถิ่นบริสุทธิ์ กล่าวคือ ในวัฒนธรรมท้องถิ่นย่อมสามารถมีองค์ประกอบของวัฒนธรรมผู้ปกครองได้

ประการที่สี่ พื้นที่ที่ถูกนำมาผูกโยงกับวัฒนธรรมมักถูกจัดวางเป็นลำดับขั้นที่ไม่เท่าเทียมกัน โดย กุปตา และ เฟอร์กูสัน ได้ยกตัวอย่างเรื่อง มโนทัศน์ในสังคมศาสตร์ที่ว่าด้วยการปะทะประสาน (articulation) ของมาร์กซิสต์ ที่มักใช้ในการสร้างคำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสังคมก่อนทุนนิยมและระบบทุนนิยมโลก นัยที่แฝงเร้นอยู่ภายใต้มโนทัศน์ดังกล่าวที่มักไม่ค่อยถูกตั้งคำถามคือ “ตำแหน่งแห่งที่ของสังคมดั้งเดิมก่อนทุนนิยมที่มักถูกจัดวางไว้ในพื้นที่เอกเทศที่แยกออกจากพื้นที่ทุนนิยมที่เหนือกว่า รวบรวมว่าพื้นที่ของสังคมดั้งเดิมดังกล่าวไม่เคยเชื่อมโยงกับพลังภายนอกใด ๆ มาก่อนหน้านั้น” ความคุ้นชินดังกล่าวได้ถูกสั่นคลอนด้วยข้อวิจารณ์ที่ว่า “พื้นที่จำนวนไม่น้อยมีลักษณะที่ข้ามชาติมาแต่ไหนแต่ไร ความเป็นท้องถิ่น โลกก่อนทุนนิยมหรือกระทั่งโลกในประเทศที่สามก็ไม่เคยอยู่กับที่ หากแต่เต็มไปด้วยการเดินทางตลอดเวลา” (ปีนแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2552, น. 336-337)

นอกจากนี้แล้วสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็มีการศึกษาถึงเรื่องของ “พื้นที่” ด้วยเช่นกันซึ่งงานศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ของสำนักวัฒนธรรมศึกษาส่วนใหญ่จะเน้นไปที่กระบวนการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น ดังนั้น พื้นที่จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาสนใจศึกษาถึงเรื่องราวและความเป็นไปต่าง ๆ มโนทัศน์เรื่อง พื้นที่ นอกจากจะมีประโยชน์ในการช่วยทำให้เกิดความเข้าใจต่อการผลิตชุดความหมายแล้ว พื้นที่เอง ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความหมายด้วย เช่นกัน ดังเช่น สจ๊วต ฮอลล์ กล่าวไว้ว่า ไม่มีวัฒนธรรมมวลชนใด ๆ (popular culture) ที่เป็นอิสระอย่างสิ้นเชิงจากการครอบงำของอำนาจในระบบที่ใหญ่กว่า (Hall, 1981, อ้างถึงใน D. Moore, 1997, p. 92) นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า เกิดขั้วอำนาจขึ้นในระบบ ที่อาจจะมามากกว่าขั้วตรงข้าม (Binary opposition)

ดังนั้นเมื่อเกิดมีชั่วตรงข้ามขึ้นฝ่ายที่มีอำนาจด้อยกว่าก็พยายามที่จะดันร่นแสวงหาพื้นที่ใหม่ ๆ ที่อยู่นอกขอบเขตอำนาจดังกล่าว มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ที่สาม (third space) จึงเกิดขึ้น และพื้นที่ที่สามดังกล่าวก็จะไม่หยุดนิ่งกับการสร้างอัตลักษณ์ใด ๆ อย่างตายตัวเช่นกัน เพราะไม่มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจใดที่จะสมบูรณ์ เมื่อพื้นที่ของอำนาจเองสามารถเลื่อนไหลได้จึงทำให้เกิดช่องว่างที่ปัจเจกสามารถเคลื่อนไหว ในระหว่างพื้นที่ของอำนาจนั้น ทั้งนี้การต่อต้านจึงอาจหมายถึงการไม่ยอมให้ถูกจัดอยู่ในพื้นที่ที่กำหนดให้ (dislocation) ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้ทำให้เส้นบาง ๆ ที่กั้นระหว่างพื้นที่เกิดความคลุมเครือ สับสน หรือสลับไปสลับมาระหว่างมิติเชิงพื้นที่ในระดับต่าง ๆ จนเกิดการสร้างอัตลักษณ์แบบผสมผสานขึ้น (hybrid identity)

มโนทัศน์เรื่องพื้นที่เป็นมโนทัศน์ที่ผู้วิจัยหยิบยกขึ้นมาเพื่อสร้างคำอธิบายในเรื่องพื้นที่ที่เกิดขึ้นของเพลินวาน ว่า พื้นที่ที่เกิดขึ้นดังกล่าวไม่ใช่เป็นเพียงพื้นที่ที่เกิดขึ้นในบริบททางกายภาพเท่านั้น ยังมีบริบทในด้านอื่น ๆ ที่สร้างคำอธิบายในเรื่องพื้นที่ได้เช่นกัน เช่น บริบททางสังคม บริบทของการเป็นพื้นที่ที่สาม เป็นต้น ดังนั้นมโนทัศน์ดังกล่าวจึงมีความสำคัญที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อคำอธิบายที่จะเกิดขึ้นในงานวิจัยชิ้นนี้ นอกจากนี้แล้ว มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงไปกับการเลือกพื้นที่เพื่อศึกษาวิจัยของกรณีศึกษาต่างในแขนงต่าง ๆ ซึ่งกรณีศึกษาต่าง ๆ เหล่านี้ก็คือพื้นที่หรือสนามที่นักวิจัยใช้เป็นสถานที่เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูล ดังนั้น พื้นที่ จึงมีความสำคัญในการเชื่อมโยงให้เห็นมิติความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทั้งในบริบทของ ประวัติศาสตร์ ชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม รวมไปถึงด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอันจะทำให้งานวิจัยที่เกิดขึ้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งรวมไปถึงงานชิ้นนี้ด้วยเช่นกัน ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบททางประวัติศาสตร์ของพื้นที่หัวหินก่อนที่จะเพลินวานจะถือกำเนิดขึ้น รวมไปถึงบริบทที่เปลี่ยนแปลงของหัวหินว่า เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบไหน และใครเป็นผู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยนำมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ประกอบกับแนวคิดด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาสร้างคำอธิบายเพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความคมชัดมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่องพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าวได้รับการพัฒนาและต่อยอดออกไปอีกอย่างซับซ้อน อาทิในงานของ Henri Lefebvre (1991) เรื่อง “The Production of Space” และเมื่อนำมาปรับใช้ควบคู่ไปกับแนวคิดวัฒนธรรมปฏิบัติการในสายของนักมานุษยวิทยา เรื่อง “Outline of a Theory of Practice” ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu, 1997) และ หนังสือเรื่อง “The practice of Everyday life” ของ มิเชล เดอ เซร์โต (Michel de Certeau, 1984) แล้วจะทำให้เกิดพลังในการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้น “พื้นที่ความรู้” จึงเป็นพื้นที่ที่ใช้ต่อรองทางความหมายและอำนาจที่อยู่ระหว่างคู่ตรงข้าม หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นพื้นที่ที่สาม เพราะสามารถผสมผสานความรู้ต่าง ๆ อย่างหลากหลายที่อาจจะเกิดการปะทะ หรือขัดแย้งกันเอง (อ้างอิงใน อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2552, น. 95)

Henri Lefebvre นักวิชาการด้านสังคมชาวฝรั่งเศสที่มีผลงานเป็นจำนวนมาก Lefebvre เป็นนักวิชาการสายมาร์กซิสต์ ที่ใช้แนวคิดของ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) เป็นฐานคิดหลัก โดยเป็นนักวิชาการสาย มานุษยนิยม Marxist-Humanist Existentialism¹ ที่ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขของความเป็นมนุษย์ที่มีอิสระในการคิดและการกระทำ โดยในช่วงระหว่างปี 1968-1974 Lefebvre ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการกลายเป็นเมือง (urbanization) และ แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างพื้นที่ (production of space) โดยให้ความสำคัญต่อเงื่อนไขของเมืองที่มีผลต่อชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งในงานของ Lefebvre นั้นได้รับอิทธิพลโดยตรงนอกจากมาร์กซ์แล้ว ยังผสานแนวคิดของ เฮเกล (Hegel) เฟเดอริท นิทเช่ (Friederich Nietzsche) และ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ในด้านต่าง ๆ ไปด้วยกัน

โดย Lefebvre ได้นำนิยามเรื่อง การผลิต ของ เฮเกล มาอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมใหม่ว่าเป็น “ความคิดสร้างโลก” (ideas produce the world) ซึ่งเฮเกล กล่าวว่าแม้ว่าธรรมชาติจะเป็นผู้สร้างมนุษย์ แต่ธรรมชาติไม่ได้เป็นผู้กำหนดความเป็นไปทางสังคมเสียทั้งหมด มนุษย์ต่างหากที่เป็นผู้สร้างประวัติศาสตร์ สร้างความรู้ สร้างสำนึกความเป็นตัวตนผ่านการต่อสู้และการใช้แรงงาน สำหรับมาร์กซ์และเฮเกล มองเรื่องการผลิตว่า ไม่ได้ความหมายแค่ผลผลิตที่เป็นสิ่งของที่จับต้องได้แบบที่นักเศรษฐศาสตร์ที่มองเรื่องของการผลิตว่า เป็นเรื่องของผลผลิตและแรงงาน ซึ่งมองเพียงกรอบแค่ว่า ใครผลิต ผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และผลิตเพื่อใคร โดยผลผลิตมีบริบทและความหมายรวมไปถึงความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยซึ่งครอบคลุมไปถึงการสืบทอดทางสังคม เช่น อุดมการณ์ เป็นต้น ด้วยกรอบคิดดังกล่าวของมาร์กซ์และเฮเกลทำให้ Lefebvre ขยายมณฑลความหมายของคำว่า การผลิต ออกไปได้ไกลถึง ความรู้ ภาษา และ สัญลักษณ์ เช่นเดียวกันกับการผลิตทางอุตสาหกรรม Lefebvre เสนอว่าการผลิตทางสังคมมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ดังนี้ (Lefebvre, 1991, p. 77)

¹ Ted Benton (1988) อธิบายไว้ว่า โดยพื้นฐานแล้ว คำว่า มานุษยนิยม จำแนกได้เป็น 3 ทักษะคือ 1) มานุษยนิยมเชิงศาสนา (moral humanism) โดยเชื่อว่ามนุษย์ถูกกำหนดชะตากรรมมาแล้วจากพระเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 2) มานุษยนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (historical humanism) ที่เชื่อว่า ประวัติศาสตร์เป็นผลผลิตของมนุษยชาติ หรืออีกนัยหนึ่งคือ มนุษย์สามารถสร้างประวัติศาสตร์ได้ด้วยตนเอง 3) มานุษยนิยมแนวสมัครใจ (voluntarist humanism) โดยทักษะนี้ขยายความคิดต่อไปจาก ฌอง ปอล ซาทร์ ที่เห็นว่ามนุษย์มีทางเลือกมากมาย (choice) และมีอิสระเสรีภาพ (free floating) ที่จะใช้ทางเลือกเหล่านั้นได้ตามอำเภอใจหรือสมัครใจ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 212)

หนึ่ง พลังทางการผลิต (force of production) ซึ่งหมายถึง พลังที่นำมาใช้ในการผลิต พลังนี้เป็นผลของความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเพียงธรรมชาติ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แต่เป็นผลของความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเพียงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับความรู้-เทคโนโลยี อุดมการณ์ และข้อมูลข่าวสาร **สอง** ความสัมพันธ์ทางการผลิต (relation of production) ซึ่งเป็นตัวกำหนดกระบวนการผลิตตลอดจนกระบวนการบริโภค การแบ่งแรงงาน (division of labor) ว่าใครจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่ อย่างไร ทั้งสองส่วนนี้รวมเรียกว่าวิธีการผลิต (mode of production) ซึ่งมีทั้งระบบทุนนิยมที่ควบคุมโดยรัฐ (state capitalism) สังคมนิยม (state socialism) และอาจเป็นวิธีการผลิตแบบที่เรียกว่าการจัดพื้นที่แบบรวมหมู่ (collective management of space) Lefebvre กล่าวว่า พื้นที่ทางสังคมที่เรียกว่า เมือง นั้นมีความซับซ้อนในแง่ที่ว่า เมืองเป็นสิ่งสร้างทางสังคมที่มีการถือครองของปัจเจก (private property) อยู่ในนั้นด้วย ผู้ที่มีส่วนกำหนดความหมายของพื้นที่เมืองจึงมีทั้งรัฐ สังคม (สถาบันทางสังคม และและประชาคม) กลุ่มคน และเจ้าของทรัพย์สินที่เป็นปัจเจก (ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ, 2545, น. 31) นอกจากนี้ Lefebvre ยังเสนอว่า พื้นที่ทางสังคมเป็นอาณาบริเวณที่รวบรวมเอาสิ่งที่ถูกสร้างและความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ มาไว้ด้วยกัน ดังนั้นพื้นที่ทางสังคมจึงเป็นที่ที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการผลิตทางสังคม (social production) และการสืบทอดทางสังคม (social reproduction) ทั้งนี้โน้ตส์เรื่องการสร้างพื้นที่ของ Lefebvre นั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ (Lefebvre, 1991, pp. 36-46)

1) ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) เป็นปฏิบัติการที่สร้าง (produce) และสืบทอด (reproduce) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความหมาย/รหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) ความหมายหรือรหัสหมายนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อกำหนดรูปแบบการใช้พื้นที่ (ใช้พื้นที่ทำอะไรบ้าง) กฎระเบียบในพื้นที่ (ใครจะสามารถใช้พื้นที่นี้ได้ ใช้เมื่อไหร่ และใช้อย่างไร) โดยเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแบบมีลักษณะปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีเหตุผล โดยความหมาย/รหัสหมาย (code) ที่ผู้คนให้กับพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเนื่องจากผู้ที่มีอำนาจในการสถาปนาความหมายมีหลายกลุ่ม และหลายสถานการณ์ ดังนั้นความหมายที่เกิดขึ้นจึงมีทั้งที่เสริมซึ่งกันและกันและความหมายที่ขัดแย้งกัน ทั้งนี้ความหมายที่ปรากฏนั้นจะมีทั้งความหมายที่ถูกเข้ารหัส (encode) และความหมายที่ถูกถอดรหัส (decode) ที่เกิดจากความหลากหลายของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและไหลเวียนอยู่ในปฏิบัติการเชิงพื้นที่ดังกล่าว

2) ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representations of space) โดยองค์ประกอบดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่กล่าวถึงพื้นที่ว่า มีลักษณะเป็นพื้นที่เชิงกายภาพ (physical space) กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่มีการออกแบบ มีการวางแผน มีโครงสร้าง เป็นวิทยาศาสตร์ที่มีความเป็นเหตุและผล โดยพื้นที่ดังกล่าวจะเป็นเสมือนภาพตัวแทนสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกรวบรวมแล้วถูกนำมาผลิตและสร้างขึ้นใหม่ให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่น โดยวิธีคิดของการสร้างพื้นที่ลักษณะทางกายภาพเช่นนี้ เป็นพื้นที่ ๆ ถูกสร้าง

ขึ้นและมีการใช้สัญลักษณ์ (sign) เพื่อสื่อถึงความหมายของพื้นที่ดังกล่าวที่เกิดขึ้น พื้นที่ลักษณะดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่รวบรวมเรื่องราว ลักษณะความสำคัญ ความโดดเด่น และถูกนำมาผลิตซ้ำ (reproduce) ด้วยชุดความหมายใหม่ที่ถูกตีความจากผู้ผลิตหรือผู้สร้าง ดังตัวอย่าง ๆ ที่ Lefebvre กล่าวไว้ในงานศึกษา เช่น พระราชวัง อนุสาวรีย์ เป็นต้น ซึ่งภาพตัวแทนของพื้นที่ดังกล่าวจะมีมิติและเรื่องราวของความเป็นประวัติศาสตร์ เรื่องราวของวัฒนธรรม เรื่องราวของวิถีชีวิต เข้ามาเกี่ยวข้องรวมไปถึงสัญลักษณ์ (symbol) ต่าง ๆ ที่ปรากฏขึ้นด้วยเช่นกัน

3) พื้นที่ภาพแทน (representational space) เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคม (social space) ที่มีการใช้พื้นที่และมีการสร้างความหมายของผู้คนที่แตกต่างกันและหลากหลาย ทำให้พื้นที่ไม่หยุดนิ่ง มีความเคลื่อนไหวและมีชีวิต (live) ทั้งนี้พื้นที่ภาพแทนจะเป็นพื้นที่ที่มีการปะทะ ประสาน และต่อรองความหมายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายต่าง ๆ และเป็นพื้นที่ที่รหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) มีการถูกถอดรหัส (decode) แต่เป็นการถอดรหัสพื้นที่ที่ไม่ใช่เรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (sign) ทั้งนี้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของผู้คนในพื้นที่เกิดขึ้นจากการใช้พื้นที่ดังกล่าวแล้วมีการตีความหรือมีการให้ความหมายที่ไม่เหมือนกัน ความไม่เหมือนกันดังกล่าวจึงเป็นร่องรอยของความแตกต่างที่เกิดขึ้น ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นลักษณะดังกล่าวนี้จะเกิดเป็นลักษณะของความสัมพันธ์ที่มีการโต้แย้งอย่างมีเหตุผล (dialectical relationship) โดยการโต้แย้งดังกล่าวนี้จะมีลักษณะที่ประกอบไปด้วย perceived conceived lived โดยรวมเรียกทั้งสามสิ่งนี้ว่า triad

คำอธิบายที่เกิดขึ้นของ triad (perceived-conceived-lived) ที่ถูกอธิบายไว้ในหนังสือ production of space ของ Lefebvre นั้นขยายความได้ว่า perceived คือ the physical basis of the outside world (Lefebvre, 1991, p. 40) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า perceived เป็นการรับรู้ที่เกิดมาจากโลกภายนอก การรับรู้ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่เรามีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่พบ ประสบ ซึ่งไม่ได้เกิดจากสิ่งที่อยู่ข้างใน เช่น ความคิด ความรู้สึก ดังนั้นการรับรู้จึงเป็นลักษณะพบเห็นพบเจอ เรียนรู้ ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวของแต่ละคนนั้นก็อยู่อย่างไม่เท่าเทียมกัน ทั้งนี้การรับรู้ดังกล่าวอาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาเช่นกัน ดังเช่น การรับรู้ที่เกิดขึ้นในงานวิจัยชิ้นนี้ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความแตกต่างไปจากการรับรู้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี และ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงในรายละเอียดดังกล่าวในบทถัดไปว่าแต่ละกลุ่มนั้นมีการรับรู้ที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ในขณะที่ conceived เป็นองค์ความรู้ที่ได้รับมาจากความเข้าใจ ที่มีลักษณะของการเป็นวิทยาศาสตร์ (ความเป็นเหตุเป็นผล) ใช้อรรถความรู้ (knowledge) ผนวกรวมเข้ากับอุดมการณ์ทางความคิด ก่อร่างสร้างขึ้นมาเป็นความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ในส่วนของความเข้าใจดังกล่าวจะมาจากการผสมผสานทั้งการรับรู้และผ่านประสบการณ์ที่ประสบและพบเจอมา ซึ่งก็มีความไม่เท่าเทียมกันของแต่ละปัจเจก ดังสิ่งที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยชิ้นนี้ที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี มีความเข้าใจที่

มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่จะมีน้อยกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยและองค์ประกอบใดบ้างนั้นผู้วิจัยจะวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยละเอียดในบทถัดไป ทั้งนี้การผสมผสานกันระหว่าง perceived และ conceived ของปัจเจกนั้นจะก่อให้เกิด lived โดยมีประสบการณ์เป็นตัวประสานโดยเกิดเป็นลักษณะเฉพาะ (peculiar) ขึ้นมา ซึ่งคำอธิบายดังกล่าวของ Lefebvre จะเป็นคำอธิบายที่สอดคล้องไปกับการศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างพื้นที่ของผู้วิจัยได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามลักษณะทั้งสามประการของ triad (perceived-conceived-lived) นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีความสัมพันธ์กันและสอดคล้องกับรหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) ที่จะมีการถูกถอดรหัส (decode) ที่แตกต่างกัน ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวของ triad (perceived-conceived-lived) จึงก่อให้เกิด social interaction และสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นในกระบวนการสร้างพื้นที่ซึ่งหมายรวมไปถึงการสร้างคำอธิบายที่เกิดขึ้นในกรณีของเพลินวานด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวในเรื่องของ ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) ที่มีการกล่าวถึงเรื่องรหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) ซึ่งเป็นรหัสหมายที่มีการลงรหัส (encode) และมีการถอดรหัส (decode) รวมไปถึงกรอบคิดเรื่อง triad (perceived-conceived-lived) นั้นเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการใช้พื้นที่และการสร้างความหมายของกลุ่มผู้ผลิต (ผู้สร้าง) และกลุ่มผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) ในพื้นที่ของเพลินวานว่ามีความเหมือนหรือมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยจะกล่าวถึงโดยละเอียดในบทที่ 6 ซึ่งเป็นบทที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ผ่านข้อมูลที่ได้จากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ประกอบกันเพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

สำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานของ พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของการแสดงพื้นบ้านอีสาน: กรณีศึกษาวงโปงลางสะออน” มีข้อค้นพบดังนี้คือ สิ่งสำคัญที่ทำให้วงโปงลางสะออนสามารถแย่งชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมหรือมีส่วนแบ่งทางการตลาดกับการแสดงและวัฒนธรรมอื่น ๆ เป็นผลจากการที่วงโปงลางสะออนมีรูปแบบการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งการแสดงโปงลางพื้นบ้าน ผสมผสานกับการแสดงและวัฒนธรรมร่วมสมัยอื่น ๆ นอกจากนี้ การเข้าสู่รูปแบบการบริหารที่ดี ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อวงโปงลางสะออนได้มาก ทั้งรูปแบบการทำงานที่เป็นขั้นตอนและสามารถเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อที่ค่ายเพลงมีอยู่ ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมยังเป็นผลมาจากการปะทะ ต่อด้าน ต่อรองกับการแสดงสมัยใหม่ที่ทำให้วงโปงลางสะออนต้องหาเทคนิคและนำเสนอการผสมผสานการแสดงใหม่ ๆ เข้ากับการแสดงโปงลางพื้นบ้าน เพื่อขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นพื้นที่ที่ต่อรองของศิลปินหน้าใหม่กับค่ายเพลง ซึ่งวงโปงลางสะออนต่อรองได้มากกว่าและยังคงนำเสนอการแสดงในรูปแบบของตน แต่สิ่งที่ศิลปินต่อรอง

ได้น้อยกว่าคือการขาดความชำนาญหรือความรู้ด้านการบริหารจัดการ ทั้งการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

งานของ ยงยุทธ บุณเจริณกิจ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้าง ต่อรองความหมายของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางสังคม: กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม” มีผลการศึกษาดังนี้ การใช้พื้นที่วัดในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นการสร้างและต่อรองความหมายของวัดระหว่างเจ้าอาวาส พระสงฆ์และคนในย่านวัด พบว่า ความหมายที่กลุ่มคนเหล่านี้สร้างขึ้นมีส่วนที่หนุนเสริมกันคือ การจัดหารายได้เพื่อนำเงินมาบำรุงวัด โดยสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ “สาธารณ” ได้แก่ ลานวัด ส่วนที่ขัดแย้งกันคือ การพยายามสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ที่มีนัยของ “ความศักดิ์สิทธิ์” จนทำให้พื้นที่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นไม่ได้ ได้แก่ ที่พักสงฆ์และฌาปนสถานของวัดปทุมคงคา ทั้งนี้การใช้พื้นที่วัดทางการศึกษานั้นได้อิทธิพลมาจากคณะสงฆ์ที่มุ่งเน้นการศึกษาปริยัติธรรมสำหรับพระสงฆ์ สามเณร ในขณะที่พระสงฆ์ในวัดให้ความสำคัญกับการศึกษาในด้านอื่น ๆ จึงเกิดกระบวนการต่อรองความหมายของวัดในฐานะพื้นที่ทางการศึกษาระหว่างคณะสงฆ์ เจ้าอาวาส และพระสงฆ์สามเณรในวัด จนคลี่คลายมาสู่การประนีประนอมให้มีการศึกษาในรูปแบบอื่น ๆ ได้และใช้เกณฑ์การศึกษาด้านปริยัติธรรมมาเป็นเงื่อนไขบังคับ

นอกจากนี้การใช้พื้นที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา ในปัจจุบันมีนัยสำคัญต่อผู้คนในย่านวัดลดลง พระสงฆ์และฆราวาสที่ให้ความสำคัญกลุ่มหนึ่งได้ต่อรองความหมายของวันสำคัญทางศาสนากับผู้คนในย่านวัดที่เข้าร่วมงานกลับให้ความสำคัญเฉพาะ “พิธีกรรม” โดยไม่สนใจนัยเชิงศาสนา ส่วนวันสำคัญที่วัดสร้างขึ้นเป็นการสร้างความหมายของวัดร่วมกับคนนอกย่านวัด โดยพยายามสร้างความหมายเฉพาะด้านให้กับวัด อาทิ งานฉลองสมณศักดิ์เป็นการใช้พื้นที่วัดเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของคณะสงฆ์ งานพุทธาภิเษกเป็นการใช้พื้นที่วัดที่มีนัยของธุรกิจ อาทิ โครงการปวยเสวนาการได้ใช้พื้นที่วัดจัดกิจกรรมการเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ให้กับผู้คนทั่วไปที่สนใจ ได้สร้างความหมายใหม่ของวัดขึ้นมาใหม่ ให้เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้ในหลากหลายรูปแบบซึ่งเป็นกิจกรรมแบบใหม่ในพื้นที่วัด การต่อรองความหมายของวัดระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับพระสงฆ์ในวัดนำมาสู่การจัดการเรียนการสอนได้หลายรูปแบบแต่ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบของวัดและไม่กระทบต่อคณะสงฆ์ ดังนั้น พื้นที่วัดจึงมีความหลากหลายผ่านการสร้างความหมายและต่อรองของกลุ่มคนต่าง ๆ ที่เข้ามาใช้พื้นที่วัด ความหมายบางด้านอาจถูกเน้นย้ำให้เด่นชัดขึ้นผ่านภาคปฏิบัติที่เป็นการสืบทอดความหมาย แต่ไม่มีความหมายใดที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จเหนือความหมายอื่น ๆ การต่อรองจะยังคงดำเนินต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

งานทั้งสองชิ้นนี้เป็นงานศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องของพื้นที่ที่มีกระบวนการในการสร้าง ต่อรอง และสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของแต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้อง โดยในกรณีของ พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของการแสดงพื้นบ้าน

อีสาน: กรณีศึกษาวงโปงลางสะออน” นั้นเป็นการชี้ให้เห็นถึงกรณีของวงดนตรีที่ชื่อ โปงลางสะออน สามารถช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม (ดนตรี) มาได้ส่วนหนึ่งซึ่งวงโปงลางสะออน จะต้องมีการปรับกลยุทธ์และสร้างรูปแบบการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งการแสดงโปงลางพื้นบ้าน ผสมผสานกับการแสดงและวัฒนธรรมร่วมสมัยอื่น ๆ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดูน่าสนใจ ทั้งนี้ในกรณีดังกล่าว พื้นที่ทางดนตรีเป็นพื้นที่ที่มีการต่อรองอันประกอบไปด้วยผลประโยชน์เป็นจำนวนมากซึ่ง นักดนตรีและศิลปินเองมีความสามารถในการต่อรองได้น้อยกว่า ทั้งนี้เนื่องจากการขาดความชำนาญหรือความรู้ด้านการบริหารจัดการทั้งการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

กรณีของ พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ มีทั้งความเหมือนและความต่างกับกรณีของ ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ กล่าวคือ ความเหมือนที่ว่าคือ เป็นเรื่องของ การสร้างพื้นที่และมีประเด็นเรื่องการต่อรอง และการสร้างความหมายของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างพื้นที่ ที่สำคัญคือมีการต่อรองกันในเรื่องของผลประโยชน์ อำนาจ (political interest) ที่เกิดขึ้นทั้งสองกรณี ในขณะที่ความต่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ พื้นที่หนึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้านดนตรีขณะที่อีกพื้นที่หนึ่งเป็นพื้นที่ของวัด ทั้งนี้การเกิดขึ้นของทั้งสองกรณีที่น่าไปสู่การต่อรองและการสร้างความหมายดังกล่าว นั้น ผลประโยชน์ อำนาจ (political interest) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหรือแฝงตัวอยู่ในกระบวนการสร้างพื้นที่ ความน่าสนใจของงานศึกษาดังกล่าวได้นำไปสู่ข้อสงสัยในประเด็นการศึกษาที่เกิดขึ้นในงานชิ้นนี้ของผู้วิจัยที่ว่า นอกจากพื้นที่ทางวัฒนธรรม (ดนตรี) พื้นที่วัดแล้ว ยังมีพื้นที่อื่นอีกหรือไม่ที่มีกระบวนการสร้างพื้นที่คล้ายกับลักษณะของพื้นที่ดังกล่าวนี้ นอกจากนี้ทั้งสองกรณียังแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องของ วัฒนธรรม (ดนตรี) พื้นที่ทางศาสนา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นและมีของจริงที่ปรากฏอยู่ หากเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่มีความเป็นจริงหรือมิติทางประวัติศาสตร์ให้ปรากฏแล้ว พื้นที่ดังกล่าวนี้จะมีกระบวนการในการสร้างพื้นที่ การต่อรอง และการสร้างความหมายที่เหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไรกับกรณีที่เกิดขึ้นดังกล่าว

นอกจากงานทั้งสองชิ้นดังกล่าวแล้ว งานของ งานของ โสจิตลักษณ์ กมลศักดิ์กาวิกุล (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “ตลาดสามชุก: การเมืองเรื่องพื้นที่และธุรกิจแห่งการถวิลหาอดีต” ซึ่งงานดังกล่าว มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้ คือ กลวิธีสำคัญที่ชาวตลาดสามชุกนำมาใช้เพื่อการต่อสู้ ต่อรอง และปกป้องรักษาพื้นที่ตลาดสามชุกที่เป็นทั้งที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหากินตั้งแต่บรรพบุรุษไม่ให้ถูกไล่รื้อถอนจากกรมธนารักษ์ โดยการผลิตสร้างความหมายใหม่ให้ตลาดสามชุกกลายเป็น “สามชุกตลาดร้อยปี” หรือ “ตลาดย้อนยุคสามชุก” แหล่งท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต ทั้งนี้การผลิตสร้างความหมายดังกล่าว นอกจากจะเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้ตลาดสามชุกแล้ว ยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ ต่อรองของชาวตลาดสามชุกกับอำนาจรัฐโดยกรมธนารักษ์ ด้วยการสร้างความหมายใหม่ลงบนพื้นที่ พร้อมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกลับพื้นที่ขึ้นมาอีกครั้ง นอกจากชาวตลาดสามชุกได้ผลิตชุดความหมายชุดใหม่ให้กับพื้นที่แล้ว ยังมีการรื้อฟื้นอัตลักษณ์ในอดีตของชาวสามชุก ไม่ว่าจะเป็นโคลงนิราศสุพรรณ

และสุนทรภู์ ขุนจางจันนารักษ์ วัตถุข้าวของ เรืองราวความทรงจำ และอาหารในชีวิตประจำวันของ ผู้คนในตลาดสามชุกมาให้เป็นสินค้าที่สามารถซื้อขายได้ในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มพลวัตทางเศรษฐกิจให้กับ พื้นที่ พร้อมทั้งสถาปนาให้มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นสามชุกกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของ ชาติและนานาชาติเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับกรรมนารักษ์

งานชิ้นดังกล่าวเป็นงานที่ศึกษาในเชิงพื้นที่เช่นกันแต่เป็นพื้นที่ที่มีการอ้างอิงเชิง ประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ของอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ชุมชนชาวตลาดได้ร่วมมือกันต่อสู้ ต่อรอง เพื่อทำให้พื้นที่ที่มีความหมายมายิ่งขึ้นโดยการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ งานศึกษาที่ผู้วิจัยได้ หยิบยกขึ้นมาทั้งหมดนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ ที่ถูกสร้างขึ้นจะมีร่องรอยของการต่อสู้ ความขัดแย้ง และการสร้างความหมายให้ปรากฏอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องจากว่าความต้องการที่จะเข้ามาต่อรอง แ่งชิงพื้นที่เพื่อผลประโยชน์ (political interest) ไม่ว่าพื้นที่นั้นจะถูกสร้างขึ้นใหม่ หรือเป็นพื้นที่ทาง วัฒนธรรม (ดนตรี) พื้นที่วัด ก็ล้วนแล้วแต่ต้องมีกลุ่ม หรือฝ่ายต่าง ๆ ที่ต้องการเข้ามาช่วงชิงพื้นที่เพื่อ สร้างผลประโยชน์ให้กับตนเอง ซึ่งก็จะสอดคล้องไปกับงานของ ธนภณ วัฒนกุล (2550, น. 120-135) ที่ศึกษาเรื่อง “การเมืองเรื่องพื้นที่ พลวัตทางสังคมของชุมชน (กรณีศึกษา: ชุมชนป้อมมหากาฬ)” ใน งานดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ของชุมชนเป็นพื้นที่ของการต่อรอง และการต่อสู้เพื่อปกป้อง และรักษา สิทธิอันชอบธรรมที่พึงมีต่อพื้นที่ ทั้งนี้เรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างชาวชุมชน ป้อมมหากาฬกับรัฐบาลที่เกิดขึ้นเมื่อรัฐบาลมีนโยบายที่จะอนุรักษ์และรักษาบรรยากาศของ กรุงเทพมหานครให้เหมือนเมื่อครั้งปลายสมัยรัชกาลที่ 5 เนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ ครบรอบ 200 ปี โดยจะนำพื้นที่ดังกล่าวไปทำสวนสาธารณะ เมื่อประชาชนปฏิเสธอำนาจของรัฐ รัฐได้ใช้อำนาจทางกฎหมายขับไล่ราษฎรออกไปจากพื้นที่ เนื่องจากเป็นผู้บุกรุกพื้นที่โบราณสถานของ ชาติ ชุมชนป้อมพระกาฬในบริบทดังกล่าวจึงเป็นพื้นที่ทางการเมือง (the space of Politics) และไม่ เพียงแต่ชุมชนป้อมพระกาฬจะมีบริบทของพื้นที่ทางการเมืองเท่านั้น ชุมชนป้อมพระกาฬยังเป็นการเมืองของพื้นที่ด้วย (the politics of space) ด้วยเช่นกัน

โดยรัฐให้เหตุผลในการไล่รื้อถอนบ้านเรือนของราษฎรว่า พื้นที่ดังกล่าวมีสภาพ เป็นสลัม ขัดต่อบรรยากาศในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยทางชุมชนเองก็ไม่ยอมและ ได้ต่อสู้และขัดขึ้น อำนาจของรัฐ ด้วยการผลิตสร้างความหมายใหม่ให้กับพื้นที่ให้กลายเป็น “พื้นที่ทางการเมืองใน ระบอบประชาธิปไตย” ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 และ 2550 ที่ได้บัญญัติ ให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ ทางการเมือง ตลอดจนต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง โดยชาวชุมชนป้อมพระกาฬได้ผนวกเอาอำนาจของกฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศและอำนาจ ของประชาชนตามระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญทั้ง 2 ฉบับมาไว้ใน พื้นที่แห่งนี้ ผ่านการเคลื่อนไหวทางการเมืองภาคประชาชนหลากหลายรูปแบบเพื่อปกป้องพื้นที่แห่งนี้

อย่างไรก็ตามงานทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมานั้นเพื่อต้องการชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ที่เกิดขึ้นล้วนมีกระบวนการของการต่อรอง ต่อสู้ และการสร้างความหมายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่เกิดขึ้นของแต่ละพื้นที่ ความน่าสนใจในประเด็นของการต่อสู้และการสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของแต่ละพื้นที่นั้นเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสอดคล้องไปกับพื้นที่ของเพลินวาน ที่ผู้วิจัยได้เลือกมาเป็นกรณีศึกษาในงานชิ้นนี้ ความสอดคล้องดังกล่าวที่ว่าคือ การเกิดการต่อรองของกลุ่มต่าง ๆ ในการสร้างความหมายของพื้นที่ที่สร้างใหม่ ในกรณีของเพลินวาน พื้นที่ที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างเป็นอย่างมากกับพื้นที่ทั้ง 4 กรณีที่ผู้วิจัยได้หยิบยกขึ้นมาศึกษา เนื่องจากว่า พื้นที่ของเพลินวานเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เป็นพื้นที่ที่ไม่ได้มีการอ้างอิงและเกี่ยวโยงในมิติทางประวัติศาสตร์เลยแม้แต่น้อย แม้กระทั่ง เทศกาล ประเพณี หรือ กิจกรรมต่าง ๆ ก็ล้วนแล้วแต่ถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ทั้งหมด ดังนั้นพื้นที่ดังกล่าวจึงค่อนข้างมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากว่า บริบททางความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละกลุ่มนั้นมีการต่อสู้ ต่อรอง สร้างความหมาย รวมไปถึง การสร้างอำนาจหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

2.1.2 แนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์

ปัจจุบัน คำว่า ประเพณีประดิษฐ์เริ่มปรากฏให้เห็นมากขึ้นในสังคมไทย โดยคำดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ในแง่มุมมองและความหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งหากเป็นการให้ความหมายที่ตรงตัวแล้วย่อมสื่อถึง การสร้าง การทำ หรือ ก่อให้เกิด ประเพณีขึ้นแต่แท้จริงแล้ว ประเพณีประดิษฐ์เป็นคำที่มีความหมายที่ลึกซึ้งและสลับซับซ้อนมากกว่าความหมายที่ถูกให้ไว้อย่างผิวเผิน คำดังกล่าวนี้เริ่มปรากฏขึ้นในงานศึกษาของ Eric Hobsbawm และ Terrance Ranger ที่ชื่อว่า The Invention of Tradition โดย ฮอบส์บอว์ม (Hobsbawm) มองประเพณีประดิษฐ์ว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นอันเกี่ยวกับการจัดระเบียบสังคมที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของกฎระเบียบและข้อปฏิบัติ (set of practices) เช่น ศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม เรื่องเล่า ตำนาน คติชน ประวัติศาสตร์ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ หรือที่รวมเรียกว่า วัตถุดิบโบราณ (ancient material) โดยมีความเด่นชัดในแง่ของการพยายามอ้างอิงอดีตของสังคมแล้วนำมาสร้างเป็น ประเพณีประดิษฐ์จนเกิดการปฏิบัติซ้ำ (repetition) การปฏิบัติอย่างเป็นทางการ (formalization) และปฏิบัติอย่างมีพิธีการ (ritualization) ด้วยการอ้างอิงที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษจนเป็นที่ยอมรับโดยปริยาย (automatically implies) เพื่อรับใช้สถานการณ์ทาง เศรษฐกิจ การเมือง สังคม ในช่วงเวลาที่กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลง (Hobsbawm, 1983, p. 1)

ประเพณีประดิษฐ์ ถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นเด่นชัดในปลายศตวรรษที่ 19 ในยุโรปและประเทศอาณานิคมของยุโรปเพื่อตอบรับการจัดระเบียบโลกใหม่ ฮอบส์บอว์ม ได้นำคำดังกล่าวมานิยามและให้ความหมายใหม่พร้อมทั้งเสนอว่าประเพณีเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติการศึกษาประเพณีที่เกิดขึ้นใหม่หรือประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ จะเป็น

เครื่องมือสำคัญในการทำความเข้าใจสังคมโดยเฉพาะสังคมที่มีการโยกย้ายถิ่น โดยปรากฏการณ์การโยกย้ายถิ่นมักจะมีปรากฏเด่นชัดในสังคมที่เผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมครั้งใหญ่แบบถอนรากถอนโคนหรือก้าวเข้าสู่ยุคหลังสมัยใหม่

ทั้งนี้ประเพณีประเพณีประเพณี ยังได้นำไปสู่การสร้างทำความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางสังคมที่มีกระบวนการรื้อฟื้นทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมีการอ้างอิงความสัมพันธ์ในอดีตขณะเดียวกันก็เป็นการผลิตวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่เพื่อรับใช้สถานการณ์ทางสังคม นอกจากนี้ประเพณีประเพณียังได้นำไปสู่การแปรรูปทางวัฒนธรรมทั้งที่ปรากฏในรูปแบบสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น อนุสาวรีย์ การแสดงละคร เป็นต้น ซึ่งฮอบส์บอว์ม ได้กล่าวว่า รูปแบบหนึ่งของประเพณีประเพณีที่สังคมทำการเลือกสรร วัฒนธรรม ประเพณี วัตถุ หรือพิธีกรรมบางอย่างจากสังคมอดีตมาสื่อสารและตีความใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของร่วมกัน เพื่อสร้างความชอบธรรมในอำนาจของชนชั้นปกครอง (รัฐบาล) และเพื่อถ่ายทอดอุดมการณ์ทางสังคมร่วมกัน ตัวอย่างเช่นการสร้างอนุสาวรีย์ขนาดใหญ่ซึ่งมีอีกฐานะหนึ่ง คือเป็นสื่อวัตถุที่รัฐได้สอดแทรกความหมายและอุดมการณ์บางอย่างร่วมกันในสังคม และขณะเดียวกันรัฐก็ยังใช้กระบวนการสื่อสารผ่านอนุสรณ์เพื่อเชื่อมโยงตำนานต่าง ๆ ที่เล่าสืบทอดมาจากอดีต และทำให้เกิดความเห็นพ้องต้องกันว่าชาติ เป็นสิ่งที่เกิดมาอย่างยาวนานแล้วตั้งแต่ครั้งบรรพชน (ยุทธาน ดิศกุล, 2553, น. 10)

นอกจากประเพณีประเพณีดังกล่าวนี้อาจมีหน้าที่ที่สำคัญทางด้านการเมืองและสังคมแล้ว ประเพณีประเพณีดังกล่าวนี้อาจยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อรับใช้กลุ่มทุนต่าง ๆ ในสังคมทุนนิยม ฮอบส์บอว์ม ได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับ ประเพณีประเพณีเพื่อเป้าหมายทางการเมืองในการควบคุม บงการ และสร้างอำนาจเหนือการปกครอง เช่น ลัทธิชาตินิยม หรือการสร้างประเพณีประเพณีเพื่อสนองตอบต่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจ เช่น ธุรกิจการโยกย้ายถิ่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือผลิตสินค้า แฟชั่น ที่สร้างจุดต่างทางการตลาดในการบริโภค (ชนิดา ชิตบัณฑิตย์, 2543, น. 78-79) นอกจากนี้ ประเพณีประเพณียังเป็นประเพณีที่เปี่ยมไปด้วยความหวังและทำหน้าที่ในการสร้างสถานภาพใหม่ด้วยการปรับตัวทางสัญลักษณ์เพื่อการแสดงต่อสาธารณะ เช่นเกี่ยวกับการแสดงละคร ขบวนพาเหรดในงานเฉลิมฉลองกีฬา เป็นต้น

ความน่าสนใจประการหนึ่งที่ ฮอบส์บอว์ม ได้กล่าวไว้คือ ประเพณีประเพณีได้กลายเป็นเครื่องมือหรือทรัพยากรแห่งอำนาจที่สำคัญยิ่งในโลกสมัยใหม่ที่กลุ่มต่าง ๆ ผลิตขึ้นมา เพื่อประลองกำลังสนามของอำนาจผ่านเทคนิคทางอำนาจกลไก สถาบันต่าง ๆ และปรากฏการณ์ไหลเวียนปฏิสัมพันธ์อยู่ในชีวิตประจำวันของเรา (Hobsbawm, 1983, pp. 4-5) ขณะเดียวกันต่างสะท้อนให้เห็นการต่อรองของกลุ่มต่าง ๆ (นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐและชาวบ้าน) ที่เข้ามานิยามหรือสร้างประเพณีประเพณีเพื่อตอบสนองกลุ่มตนประกอบกับการสร้างสถานภาพของกลุ่มเพื่อแย่งชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม จนนำไปสู่เวทีประเพณีสาธารณะ จากการศึกษาเกี่ยวกับการสร้าง

ประเพณีประดิษฐ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผ่านมานั้น (ชนิดา ชิตบัณฑิตย์, 2543, นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2536) พบว่า ประเพณีวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการรื้อฟื้นหรือการผลิตขึ้นมาใหม่ของท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็น บั้งไฟพญานาค ผีตาโชน แข่งเรือ แข่งวัวลาน ฯ ต่างถูกทำให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองการบริโภคนิยมของนักท่องเที่ยว แต่ในอีกแง่หนึ่งการท่องเที่ยวกลับสร้างกลไกอำนาจ เพื่อกำหนดตอบสนองกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ฮอบส์บอว์ม ได้ชี้ให้เห็นว่า ประเพณีประดิษฐ์ ที่นอกจากจะเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมรูปแบบหนึ่งแล้วยังสามารถใช้เป็นอาวุธในการตอบโต้ผู้รุกรานได้ด้วยเช่นกัน และนอกจากนี้แล้วประเพณีประดิษฐ์ยังสะท้อนให้เห็นการเผชิญหน้าของประเพณีเก่า (old tradition) กับ ประเพณีใหม่ (new tradition) ซึ่ง ฮอบส์บอว์ม มองว่า ประเพณีประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลายวิถึแห่งประเพณีเก่าอันเนื่องมาจากประเพณีเก่านั้น ไร้ประสิทธิภาพหรือขาดคุณสมบัติที่จะปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ทางสังคม ณ เวลานั้น จนทำให้เกิดการสร้าง ประเพณีประดิษฐ์ขึ้นมา ดังนั้น คำถามที่ถูกถามตามมาก็คือ ในสังคมต่าง ๆ ประเพณีเก่าจะถูกกลืนกลายจากประเพณีใหม่ด้วยกันทั้งหมดหรือไม่ คำตอบที่ ฮอบส์บอว์ม เสนอคือ หากสังคมมีประเพณีเก่าที่จริงแท้ (genuine tradition) สังคมนั้นก็ไม่จำเป็นต้อง ประดิษฐ์ประเพณีใหม่ขึ้นทดแทน (Hobsbawm, 1983, p. 4)

ทั้งนี้เพราะประเพณีเก่ายังคงมีบทบาทและหน้าที่ในสังคมหรือยังมีศักยภาพที่จะรับใช้สถานการณ์ปัจจุบันได้จริง แต่เมื่อกาลเวลาผ่านไป ประเพณีเก่าที่จริงแท้กลับไม่รับใช้สังคมนั้นได้แน่นอนว่าย่อมมีการเผชิญหน้าต่อกันจนเกิดปรากฏการณ์การสร้าง ประเพณีประดิษฐ์ ขึ้นมาอีกครั้ง ดังนั้นโดยนัยแห่งประเพณีเก่าที่จริงแท้ตามที่ ฮอบส์บอว์ม อ้างมาจึงไม่น่าจะหมายถึงความจริงแท้ที่มีอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเปรียบเทียบเพื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่คงที่ และสิ้นไหลซึ่งถือเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของประเพณีประดิษฐ์ ที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของสภาวะการณ์สังคมที่เปลี่ยนไปมากกว่า หากย้อนกลับมาพิจารณาถึงการพยายามอ้างอิง“อดีต” ตามที่ ฮอบส์บอว์ม กล่าวมาจึงมีความหมายเช่นเดียวกับการสร้าง อดีต คือเป็น อดีต ที่ได้รับการปรุงแต่งต่อเติม และตีความใหม่ เพื่อรับใช้สังคมในสถานการณ์ปัจจุบันนั่นเอง

ดังนั้นจึงกล่าวได้อย่างกว้าง ๆ ว่าประเพณีประดิษฐ์ เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ที่ก่อตัวขึ้นจากการหยิบยกวัตถุติบโบราณ (ancient materials) ทางวัฒนธรรม อาทิ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม งานเฉลิมฉลอง และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ทางสังคมที่อ้างอิงอดีตที่สัมพันธ์กับสังคมของตนเองแล้วนำมาตีความใหม่แล้วสร้างขึ้นเพื่อรับใช้ในสังคมในขณะนั้น ขณะเดียวกันก็มีการแสวงหาความหมายวัตถุติบทางวัฒนธรรมใหม่หรือการอ้างอิงใหม่ นำมาปฏิบัติให้เป็นรูปแบบใหม่เพื่อจุดมุ่งหมายร่วมบางอย่างในช่วงเวลาที่สังคมกำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ในขณะที่การอ้างอิงวัตถุติบโบราณทางวัฒนธรรมและวัตถุติบ

ทางวัฒนธรรมดังกล่าว เป็นสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม กลับไม่ได้ค่อยให้ความสำคัญมากนักว่า มีจุดเริ่มต้นเมื่อใด นอกจากนี้ ฮอบส์บอว์ม ยังมองว่า ประเพณีประดิษฐ์ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เข้าใจภาพประวัติศาสตร์สังคมได้กระจ่างขึ้นเพราะ ประเพณีประดิษฐ์ เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์สังคมที่แสดงให้เห็นถึงการนำประวัติศาสตร์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความชอบธรรม หรือเป็นตัวสมานความสัมพันธ์ (action and cement of group) (Hobsbawm, 1983, p. 12) ให้กับกลุ่มหรือสังคมใดในขณะเดียวกันก็หลายกรณีที่สร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังนั้น ประเพณีประดิษฐ์ จึงเป็นภาพสะท้อนของสังคมในช่วงเวลานั้นได้ระดับหนึ่ง (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2545, น. 16)

การที่ ฮอบส์บอว์ม ไม่ได้ค่อยให้ความสำคัญมากนักกับเรื่องการอ้างอิงวัตถุดิบโบราณทางวัฒนธรรมว่า มีจุดเริ่มต้นเมื่อใดทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่า การอ้างอิง อดีต ด้วยวัตถุดิบดังกล่าวที่เรียกว่า วัตถุดิบโบราณ (ancient materials) นั้นเป็นสิ่งที่ไม่ได้ต้องการที่จะบอกหรือสื่อให้เห็นถึงว่าเกิดขึ้นเมื่อไหร่และเกิดขึ้นอย่างไร (แต่สนใจในกระบวนการเกิดขึ้นมากกว่า) และนั่นย่อมชี้ให้เห็นว่า ปรากฏการณ์ทางสังคม ที่เรียกว่าประเพณีประดิษฐ์ นั้นไม่ได้สนใจหรือให้ความสำคัญกับการพิสูจน์ว่าสิ่งดังกล่าวว่ามีอยู่จริงหรือไม่ หรือ ความจริงแท้ (genuine authentic) อย่างไร แต่ให้ความสนใจว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นจะสะท้อนภาพความเป็นไปของสังคมในห้วงเวลานั้นอย่างไร และจะสามารถเผยให้เห็นความหมายบางอย่างที่สื่อออกมาจากสิ่งที่เกิดขึ้นจากการ “ประดิษฐ์” ประเพณีดังกล่าวได้อย่างไร นอกจากนี้แนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์ดังกล่าวจะสามารถนำมาสร้างคำอธิบายต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษาในงานชิ้นนี้ได้อย่างไร และจะสามารถแสดงภาพสะท้อนของสังคมที่เกิดขึ้นที่หวั่นไหวดังที่ ฮอบส์บอว์ม กล่าวไว้หรือไม่ โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อสร้างชุดความรู้ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น

รอยต่อทางความคิดก่อนเข้าสู่ยุคหลังสมัยใหม่ (postmodern)

ฮอบส์บอว์ม เป็นหนึ่งในนักวิชาการที่มีความโดดเด่นและถูกจัดอยู่ในยุคสมัยใหม่ (modern) โดย ฮอบส์บอว์ม เป็นนักวิชาการที่ใช้มุมมองแบบมาร์กซิสต์ ทั้งนี้ ฮอบส์บอว์ม มุ่งสนใจศึกษากระบวนการสร้างผลประโยชน์ให้กับกลุ่มชนชั้นนำทางวัฒนธรรม (the cultural elite) โดยมองว่าประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มชนชั้นนำในสังคม (elite) ที่ทำการคัดสรร (selection) วัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมของสังคมในอดีตมาตีความหมายใหม่ (redefined) เพื่อเป้าหมายในการสร้างความรู้สึกร่วมกันในการเป็นเจ้าของร่วมกัน (sense of belonging) โดยสิ่งที่เลือกสรรขึ้นมานั้นต้องเป็นภาพตัวแทนที่นำไปสู่การตอกย้ำความชอบธรรมทางการเมืองของกลุ่มที่ได้ผลประโยชน์ด้วย ดังนั้นแม้ว่าประวัติศาสตร์จะมีหลายเหตุการณ์ หลายเรื่องราว แต่มีเฉพาะบางเหตุการณ์ บางบุคคล บางวัฒนธรรม เท่านั้นที่ถูกคัดเลือกขึ้นมาเล่า พร้อมกับมีการปรับแต่งให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจในการปกครอง

ข้อจำกัดของ ฮอบส์บอร์ม คือการมองว่าการสร้างประเพณีประดิษฐ์เป็น ประดิษฐ์กรรมของสังคมสมัยใหม่ ในขณะที่ความเป็นจริงแล้วการประดิษฐ์ประเพณีนั้นได้เกิดขึ้นมา อย่างต่อเนื่องยาวนานและอีกประการคือการให้ความสำคัญผู้คุมการประดิษฐ์ที่เป็นชนชั้นนำมาก เกินไปในการคัดเลือกวัฒนธรรมของชาติ แต่ละเลยบริบทส่วนอื่นที่สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายที่ ชนชั้นนำกำหนดมาให้ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ข้อจำกัดดังกล่าวของฮอบส์บอร์ม ได้สอดคล้องไปกับนักคิด ของกลุ่มนี้คือการมีมุมมองต่อเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นพัฒนาการแบบเส้นตรงและเป็นเนื้อ เดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วสังคมหนึ่ง ๆ นั้นมีความแตกต่างและมีความหลากหลายทาง วัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละชาตินั้นก็ไม่ได้มีลักษณะที่หยุดนิ่ง แต่มีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ตลอดเวลาโดยเฉพาะในหลังยุคสมัยใหม่ (postmodern) เราจะพบการก้าวข้ามระหว่างชาติมากมาย จนมีลักษณะเป็นแบบพันธุ์ผสม (hybridity) จนยากที่จะบอกได้ถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์กันได้ อย่างชัดเจน

ทั้งนี้อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวไปตามพลังการต่อสู้ของกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามา ประทะกันตามเส้นแบ่งที่มีอยู่ในกระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งแต่จะมี สภาพที่แปรเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ จากกระบวนการเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (negation) ระหว่าง วัฒนธรรมทั้งในระดับโลก ระดับชาติ และระดับท้องถิ่น หรือที่ โรแลนด์ โรเบิร์ตสัน (Robertson, 1995) เรียกว่า “การผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น” (glocalization) ซึ่งการมองโลก ด้วยวิธีดังกล่าวได้สอดคล้องไปกับทฤษฎีการผสม (hybridity) โดยทัศนะนี้ได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม นักคิดหลังสมัยใหม่ (postmodern) ซึ่งมองว่าไม่มีอำนาจจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ครอบงำได้อย่าง สมบูรณ์แบบ แต่จะมีการผสมผสานเชื่อมโยงแบบต่าง ๆ ระหว่างกันขึ้น นักวิชาการที่มีอิทธิพลต่อ แนวคิดเรื่องการผสมผสาน (hybridity) ก็คือนักทฤษฎีสกุลหลังอาณานิคม (post-colonialism) ที่ชื่อ โฮมี บาบ่า ทั้งนี้ บาบ่าได้เป็นผู้ตั้งคำถามต่อโน้ตทัศน์เรื่อง ความสัมพันธ์แบบขั้วตรงข้าม (binary oppositions) ที่แยกความแตกต่างระหว่างศูนย์กลางกับคนชายขอบ ตะวันตกกับตะวันออก อารยะ กับอนารยะ และอื่น ๆ โดยเขาเห็นว่า ไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียวและเป็นขั้วตรงข้ามแบบ เบ็ดเสร็จ แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะเป็นแบบ พันทางหรือลูกผสม (hybrid) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่มี วัฒนธรรมใด ๆ ที่สมบูรณ์ในตัวเองแต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่น ตลอดเวลา (Bhabha, 1990) กระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) จึงเป็นพื้นที่ใหม่ทางการต่อรองและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นตลอดเวลา

باب่า ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความขัดแย้งระหว่างเจ้าอาณานิคม และผู้ที่ตกอยู่ในอาณานิคมในพื้นที่ทางวัฒนธรรม ว่าไม่ได้เป็นไปแบบขั้วตรงข้ามที่แยกขาดจากกัน แต่อยู่ภายใต้การปะทะทางวัฒนธรรมที่ต่างฝ่ายต่างสะท้อนซึ่งกันและกัน โดยสามารถมองเห็นได้ ชัดเจน “ในระหว่างพื้นที่” (in-between space) ทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาสมัยใหม่ ซึ่งความไม่ลง

รอยของวาทกรรมที่เป็นหนึ่งเดียวได้ถูกเผยขึ้นในลักษณะข้ามพรมแดนระหว่างพื้นที่ (Bhabha, 1994, p. 5) ดังเช่นการขยายตัวของกระแสความทันสมัยที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการเปิดรับและการเข้ามาทางวัฒนธรรมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แบบใหม่ขึ้น ในท่วงทำนองเดียวกับการก่อรูปของอัตลักษณ์ภายใต้สภาวะสมัยใหม่ในบริบทสังคมแบบหลังอาณานิคมตามแนวคิดของบาบาสที่มองว่าเป็นสภาวะที่เปิดโอกาสให้เกิดการปะทะ ต่อรอง โต้แย้ง แข่งขันทางวาทกรรมที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ (newness) ขึ้นจากรอยแตกของความพยายามสร้างความเชื่อมต่อระหว่างอดีตกับปัจจุบันและอนาคตให้เป็นเส้นเดียวกัน ความคลุมเครือที่ถูกกดทับและโผล่ปรากฏออกมาให้เห็นแสดงถึงความลักลั่นและการประสานที่ไม่สนิทของอุดมการณ์ความเป็นสมัยใหม่ที่พยายามสร้างความเหมือนกันให้เกิดขึ้นโดยการขจัดสิ่งต่างออกไปซึ่งสะท้อนผ่านตัวตนของผู้คนที่มีชีวิต ดังนั้นความเคลื่อนไหวโลดแล่นระหว่างพรมแดนทางวัฒนธรรมจึงทำให้การหลอมรวมตัวตนไม่ต่อเนื่องหรือไม่มีความเป็นเอกภาพ แต่เกิดจากการปะทะ ต่อรอง ผสมผสาน (hybrid) ระหว่างอัตลักษณ์ที่แตกต่างภายในพื้นที่ทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะประสบการณ์การเดินทางออกไปในพื้นที่อื่น ทำให้เกิดการปะทะ ทำลายทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง

ตัวอย่างเช่น การตื่นสมัยใหม่ที่เป็นวัตถุดิบทางวัฒนธรรมที่ส่งออกจากโลกตะวันตก แต่เมื่อมาถึงสังคมไทย รูปแบบของการตื่นยังคงรักษาคูณค่าในแบบสื่อของตะวันตกเอาไว้แต่ทว่าเนื้อหาและกลวิธีการนำเสนอกลับมีการผนวกผสมผสานเอกลักษณ์ความเป็นไทยบางอย่างลงไปในการตื่นสมัยใหม่ได้ ดังปรากฏในการตื่นแบบไทยเรื่อง สุดสาคร สังข์ทอง แก้วหน้าม้า หนุมาน² ไปจนถึงเนื้อเรื่องการ์ตูนที่หยิบยืมมาจากวัฒนธรรมชั้นสูง อาทิ พระมหาชนก และวัฒนธรรมเรื่องเล่าแบบท้องถิ่น อาทิ ผู้ใหญ่มาอยู่กับทุ่งหมาเมิน หรือในกรณีของวัฒนธรรมญี่ปุ่นอย่างเช่น วัฒนธรรมชาเขียว ในสังคมญี่ปุ่น ชาเขียวอาจจะเคยดำรงอยู่ในพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์และถูกใช้เพื่อประเพณีการต้อนรับแขกผู้มาเยือน แต่พอมาถึงสังคมไทย ความหมายแบบพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ของชาเขียวก็ถูกรื้อถอนออกไปและใส่ความหมายใหม่ให้เป็นวัฒนธรรมลูกผสมแบบไอศกรีมชาเขียว เค้กชาเขียว ชาเขียวบรรจุขวดพร้อมดื่ม ยาสีฟันชาเขียว ลูกกวาดชาเขียว คุกกี้ชาเขียว ขนมกรอบชาเขียว ไปจนถึงผ้าอนามัยชาเขียว

² งานวิจัยชิ้นดังกล่าวของ วรัชญ์ วานิชวัฒนกุล (2548) ที่ศึกษากรณีการนำเนื้อหาวรรณคดีไทย (ความเป็นท้องถิ่น) มาผลิตเป็นการ์ตูนเล่มที่ใช้ลายเส้นแบบญี่ปุ่น (ความเป็นโลก) อันเป็นลักษณะของการผสมผสานทางวัฒนธรรมในการสร้างความหมายชุดใหม่ที่ผู้วิจัยเรียกว่า การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่ขึ้นมาจากเรื่อง หนุมาน กลายมาเป็น หนุแมน อั้งใน สมสุข หินวิมาน, *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี*, 2553, หน้า 690

สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าบนโลกความเป็นจริงมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมกันอยู่ตลอดเวลา อันทำให้เห็นถึงความเป็นพลวัตร (dynamic) ที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับกรณีของเพลินวานที่มีการผสมผสานระหว่างบริบทโลก (global) และบริบทท้องถิ่น (local) การผสมผสานที่เกิดขึ้นแม้จะไม่ได้เป็นการผสมที่เป็นไปในลักษณะของชาติพันธุ์แต่การผสมดังกล่าวเป็นการผสมที่ข้ามวัฒนธรรมดังสิ่งที่ บาบ่า ได้เสนอไว้ ทั้งนี้การผสมดังกล่าวที่จะเป็นการสลายเส้นแบ่งต่าง ๆ ที่เคยมีไว้ในอดีตและหลอมรวมให้เกิดความหมายขึ้นใหม่ เช่น เทศกาลงานวัดที่ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นที่บริเวณวัดเสมอไปสามารถจัดที่ไหนก็ได้ (เช่น ที่เพลินวาน ในห้างสรรพสินค้า) ตลาดน้ำไม่จำเป็นต้องปรากฏที่ริมน้ำเสมอไปสามารถปรากฏบนบกได้ เป็นต้น แนวคิดดังกล่าวของباب่าที่จะเป็นการยืดหยุ่นปรับตัว และไม่ได้ชี้ชัดไปว่าบริบทใดเหนือกว่าหรือบริบทใดด้อยกว่า ทั้งนี้การหลอมรวมดังกล่าวย่อมแสดงให้เห็นถึงการพยายามลดข้อจำกัดบางอย่างที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความโดดเด่นในบางเรื่อง ดังเช่นการที่เพลินวาน ถูกสร้างให้เป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต

อย่างไรก็ตามนักคิดสายสกุลหลังสมัยใหม่ (postmodern) มีการพูดถึงประเด็นต่าง ๆ ในหลาย ๆ ด้านอาทิ การผสมผสาน (hybridity) อัตลักษณ์ (identity) ชาติ (nation) คนข้ามถิ่น (diaspora) เป็นต้น ซึ่งแต่ละประเด็นนั้นล้วนมีความเกี่ยวโยงสัมพันธ์กัน ในบรรดานักคิดดังกล่าวในสายสกุลนี้ผู้วิจัยได้หยิบยกเอาแนวคิดของ บาบ่า มาใช้ในการอธิบายถึงรูปแบบและกระบวนการในการผสมผสานที่เกิดขึ้นในกรณีของเพลินวาน ทั้งนี้เนื่องจากว่า ภายใต้วิธีคิดของการผสมผสานนั้นกรอบคิดของباب่าดูจะเหมาะสมและสอดคล้องไปกับงานวิจัยชิ้นนี้มากที่สุด นอกจากนี้เหตุผลที่สำคัญอีกประการที่ต้องหยิบยกแนวคิดของ บาบ่า ขึ้นเพื่อใช้ในการสร้างคำอธิบายในงานชิ้นนี้เนื่องจากว่า ภายใต้กรอบคิดประเพณีประติษฐ์ของ ฮอบส์บอว์ม นั้นมุ่งศึกษาเพื่อสร้างคำอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทางสังคมแต่ ฮอบส์บอว์มไม่ได้กล่าวถึงรูปแบบและกระบวนการของการประกอบสร้างประเพณีประติษฐ์นั้นว่ามีวิธีการอย่างไร วัตถุดิบโบราณ (ancient material) ที่กล่าวถึงนั้นมีต้นทุนที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมจากที่ไหนและมีความแตกต่างในกันอย่างไร

สำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตามงานศึกษาของ Terence Ranger ที่ศึกษาเกี่ยวกับ The Invention of Tradition in Colonial Africa ได้มีส่วนขยายต่อทางความคิดเรื่อง ประเพณีประติษฐ์ ออกไปให้กว้างขึ้น โดย เรนเจอร์ (Ranger) ได้ชี้ให้เห็นถึงการแผ่ขยายตัวของลัทธิจักรวรรดินิยมมาสู่ดินแดนแอฟริกาช่วง ค.ศ. 1870-1890 โดยเรนเจอร์ มองว่าเป็นยุคของการนำแนวคิดเรื่องประเพณีประติษฐ์ของชาวยุโรปมาสู่ดินแดนแอฟริกาโดยผ่านสถาบันหลักทางสังคม เช่น ศาสนา การศึกษา และการปกครอง เรนเจอร์ กล่าวว่าประเพณีประติษฐ์ในแอฟริกา นั้น เป็นการนำเข้าทางความคิดอันเนื่องมาจากการล่าอาณานิคมจากดินแดนยุโรปสู่แอฟริกา เพื่อแบ่งแยกความเป็น “คนขาว” ออกจาก “คนดำ” หรือ ตนเองออกจากคนอื่น (other) ด้วย “ประเพณีประติษฐ์” ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การนำแนวคิด

เรื่องการจัดตั้งโรงเรียนรัฐ (public school) ของ สหราชอาณาจักรไปสร้างในแอฟริกาใต้ที่สื่อถึงผลผลิตทางวัฒนธรรมของความเป็นพวกผู้ดีซึ่งส่วนใหญ่ “คนขาว” เท่านั้นที่มีโอกาสได้เข้าเรียนหรือหากเป็นคนท้องถิ่นก็เฉพาะกลุ่มคนชั้นนำของสังคมซึ่งมี “คนดำ” น้อยคนนักที่มีโอกาสเข้าศึกษาในโรงเรียนดังกล่าว

ทั้งนี้งานชิ้นดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นภาพความหลากหลายในสังคมแอฟริกาถึงความทันสมัยที่ถูกสร้างจากแนวคิดของคนยุโรปและคนพื้นเมืองในแอฟริกาเอง เช่น ชาวยุโรปมองชาวแอฟริกาว่าเป็นหนึ่งในสมาชิกที่อยู่ภายใต้การปกครองของตน โดยรัฐสามารถเข้าไปจัดการสังคมเพื่อนำไปสู่การปกครองรูปแบบใหม่ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และสถาบันการทหาร เป็นต้น แต่ขณะเดียวกันสถาบันที่เกิดขึ้นนี้กลับถูกมองว่า เป็นการจัดการโดยรัฐ หรือ คนขาว ที่ต้องการแสวงหาประโยชน์ให้กับกลุ่มของตนเองมากกว่าสร้างขึ้นจากความต้องการที่แท้จริงจากประชาชนซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ เรนเจอร์ มองประเพณีประเพณีเช่นนี้ว่าเป็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงทางสังคมที่ก่อตัวขึ้นจากความไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนพื้นเมือง หากทว่าประเพณีประเพณีดังกล่าวกลับกลายมาเป็นความจริงที่ถูกนำมาปฏิบัติในสังคม เพราะการ ประเพณีตกอยู่ในกลุ่มผู้มีอำนาจทางสังคมซึ่งก็คือ กลุ่ม คนขาว นั่นเอง

ประเพณีประเพณีเหล่านี้มีความลึกซึ้งและมีเสน่ห์มากยิ่งขึ้น พิธีกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ได้มีสายสัมพันธ์แบบเดิมอีกต่อไป เช่นพิธีกรรมของราชสำนักโมกุลที่เคยเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างคนใกล้ชิดเพื่อนพ้องข้าราชการบริพารกับกษัตริย์เท่านั้น (เพราะไม่มีความจำเป็นใด ๆ ที่คนระดับสูงจะมาเกลือกกลั้วกับคนชั้นต่ำ) ได้เปลี่ยนมาเป็นสายสัมพันธ์ระหว่างกษัตริย์กับพวกที่มีสถานะที่ต่ำกว่าพิธีกรรม จึงมีความหมายเพียงแค่ว่า กับคนที่อยู่สูงกว่า พิธีกรรมขยายสำนึกของความไม่เท่าเทียมกันให้เป็นรูปธรรมมากขึ้นพร้อม ๆ กับการขยายตัวของรัฐในการรวบรวมเอาประชาชนเข้ามาไว้ในอาณัติเพียงแต่ว่าความไม่เท่าเทียมกันที่บ่งบอกถึงระยะห่างกันทางชนชั้นนี้กลับแสดงออกด้วยความใกล้ชิด

ดังนั้นงานของ เรนเจอร์ จึงเป็นการตีแผ่ให้เห็นถึง กระบวนการสร้าง ประเพณีประเพณี ในสังคมประเทศแอฟริกาใต้ในช่วงเวลาดังกล่าวว่าการนำเข้าสู่ทางความคิดของลัทธิล่าอาณานิคมตะวันตกที่ถูกถ่ายทอดผ่านสถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และสถาบันการปกครอง เป็นต้น เพื่อมุ่งหวังกอบโกยผลประโยชน์สู่กลุ่มตนเป็นหลัก ขณะเดียวกันบางกรณีของประเพณีประเพณีจะประสบความสำเร็จไม่ได้ หากปราศจากความร่วมมือของคนพื้นเมืองบางกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากการ ประเพณี ดังกล่าว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ประเพณีประเพณี ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งต่อการแสวงหาประโยชน์ในช่วงที่ลัทธิการล่าอาณานิคมกำลังแบ่งบาน และมักก่อตัวขึ้นจากกลุ่มผู้มีอำนาจที่เหนือกว่า ซึ่งก็คือ “คนขาว” และ “คนดำ” บางคนที่มีสถานภาพสูงในสังคม แต่ขณะเดียวกันเมื่อชนพื้นเมืองประสบปัญหาหรือถูกแย่งชิงทรัพยากรจนถึงที่สุดเขาก็อาจนำ

“อดีต” ของกลุ่มตนมาสร้าง “ประเพณีประดิษฐ์” เพื่อใช้ในการตอบโต้ข้อสังคมตรงข้ามที่ไม่จำกัด เฉพาะ “คนขาว” หากยังรวมถึงคนท้องถิ่นเผ่าต่าง ๆ ด้วยกันเอง ดังเห็นได้จากกรณี การแบ่งเขตแดน ให้ชนเผ่าต่าง ๆ โดยชาวตะวันตกในครั้งนั้นถือเป็นผลพวงก่อให้เกิดสงครามระหว่างชนเผ่าในสังคม แอฟริกาจนกระทั่งปัจจุบัน (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2545, น. 18-19)

นอกจากนี้งานของ Andrew Buckser ที่ศึกษาเกี่ยวกับประเพณีประดิษฐ์ไว้อย่างน่าสนใจเช่นกัน โดย Andrew Buckser เป็นหนึ่งในผู้นำแนวคิดเรื่อง ประเพณีประดิษฐ์ มาศึกษาวัฒนธรรมของกลุ่มชนต่าง ๆ ในประเทศเดนมาร์ก และได้สร้างสรรค์งานเขียนมากมาย อาทิ Group Identities and The Construction of the 1943 Rescue of The Danish Jews (1998) และ Tradition, Power, and Allegory: Constructions of the Past in Two Danish Religious Movement (1995) เป็นต้น สารสำคัญของงานชิ้นแรกเป็นการกล่าวถึงการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มคนยิวที่หนีสงครามนาซีจากเยอรมันเพื่อรักษา ความเป็นกลุ่มตนและความอยู่รอดของยิวท่ามกลาง การดำรงชีพในสังคมใหม่ในประเทศเดนมาร์ก ส่วนงานวิจัยชิ้นหลังเป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมของหมู่เกาะแห่งหนึ่งทางตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศเดนมาร์กช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ท่ามกลางกระแสความเคลื่อนไหวของความเชื่อท้องถิ่น (local) ของกลุ่มชนในหมู่เกาะดังกล่าวที่กำลัง ถูกคุกคามจากสังคมโลกอุตสาหกรรมสมัยใหม่

Buckser แสดงให้เห็นว่า ประเพณีประดิษฐ์ได้เปิดเผยให้เห็นถึง อดีต เช่นเดียวกับ ความหมายตามที่ ฮอบส์บอว์ม (Hobsbawm) กล่าวถึง ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์หรือความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับสังคมนั้นถือเป็นแหล่งข้อมูลเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถนำมาพลิกแพลงได้อย่างมหัศจรรย์ (surprisingly malleable symbolic resource) โดยสังคมนั้น สามารถที่จะหยิบยก ตัวบท (text) บางส่วนขึ้นมาตีความใหม่มากกว่าที่จะนำเสนอภาพในลักษณะของการบรรยายเรื่องราวอดีต เพื่อนำมาสร้าง “ประเพณีประดิษฐ์” ให้เกิดการปฏิบัติและรับใช้สถานการณ์ปัจจุบันซึ่งถือเป็นหัวใจ หรือสาระสำคัญสุดของการศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าว ไม่เพียงเท่านั้น Buckser ยังชี้ให้เห็นว่า หัวใจ ดังกล่าวยังโยงไปสู่ประเด็นทางการเมือง ที่ไม่จำกัดเพียงแค่สถาบันทางการเมือง หากรวมถึงการเมือง ในความสัมพันธ์กลุ่มคนในสังคมนั้น ๆ ที่ส่งผลให้ได้มาซึ่งอำนาจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังตัวอย่างที่ Buckser ยกมาคือ ในสายตาของลัทธิจักรวรรดินิยมมักมองสังคมพื้นเมืองมีวัฒนธรรมและประเพณีที่ แลดูเก่าและล้าสมัย ดังนั้นจึงเป็นการสมควรที่ต้องปรับปรุง เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและประเพณี บางอย่างให้ดูทันสมัยขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านศาสนา ความเชื่อ การกินอยู่ การแต่งตัว หรือแม้กระทั่งการ ปกครอง เป็นต้น ด้วยการใช้อำนาจทางการเมืองตามแนวคิดของพวกตนเข้าไปคุกคามวิถีชีวิตชน พื้นเมืองในเดนมาร์ก

ขณะเดียวกัน คนพื้นเมืองก็อาจนำวัฒนธรรมและประเพณีที่ชาวลัทธิล่าอาณานิคมมองว่าเก่า คร่ำครึมาสร้างเป็นอาวุธอันแหลมคมซึ่ง Buckser มองว่า เป็นแนวคิดของกลุ่มผู้อยู่

ใต้อำนาจที่จะเสนอทางเลือกต่อสังคมที่ตนกำลังจะถูกทำลายล้าง (subverted) ด้วยการนำ “อดีต” ดังกล่าวมา “ประดิษฐ์” เป็นกิจกรรมทางเลือกของกระบวนการทางการเมืองเพื่อต่อต้านลัทธิล่าอาณานิคม เหมือนเช่นชาวหมู่เกาะซุมชนหนึ่งในประเทศเดนมาร์กที่ได้นำความเชื่อของตนมาเป็นพลังในการรวมกลุ่มเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการต่อรอง หรือตัวอย่างที่อยู่นอกเหนือสิ่งที่ Buckser กล่าวมาก็เห็นได้จากกรณีประเทศกรีซยุคประกาศตัวเป็นอิสระจากประเทศตุรกีที่นักคติชนวิทยามีบทบาทสำคัญในการนำเรื่อง “คติชน” (folklore) ของกรีกมาสร้างให้ประชาชนในประเทศเกิดจิตสำนึกต่อความรุ่งเรืองในอดีตชาติ จนทำให้กรีกก้าวสู่ความเป็นชาตินิยมเพื่อเรียกร้องเสรีภาพกลับคืน

ภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ Buckser เปรียบเป็นกระบวนการแข่งขันทางสังคม ด้วยการนำผลผลิตจากการสร้าง “ประเพณีประดิษฐ์” ออกมาแสดงต่อสาธารณชนจนเกิดการปะทะกันทางความคิดระหว่างกลุ่มผู้แข่งขันซึ่งสมาชิกแต่ละคนของกลุ่มจะให้การสนับสนุนหรือเลือกที่จะแสดงออกต่อผลผลิตดังกล่าวในนัยอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับความนึกคิดของปัจเจกที่คิดว่าผลผลิตนั้นเหมาะสมหรือสร้างประโยชน์ให้กับตนสูงสุด หากทว่า มีหลายกรณีเช่นกันที่ปัจเจกจะแสดงออกหรือให้การสนับสนุนโดยไม่รู้ตัว ซึ่ง Buckser มองประเพณีประดิษฐ์เช่นนี้ว่า เป็นชุดความคิดหนึ่งของสังคมที่มีส่วนจูงใจในการสร้างสรรค์ให้คนในสังคมได้เกิดแนวคิดร่วมกัน ขณะเดียวกันหากไม่เห็นด้วยปัจเจกก็พยายามค้นหาเหตุผลมาลบล้างความน่าเชื่อถือ (discredited) ของฝ่ายตรงข้ามโดยนัยดังกล่าว ผลผลิตของ ประเพณีประดิษฐ์ ในประเด็นนี้จึงเป็นเรื่องของการ “ต่อรอง” (subject of negotiation) ในความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของคนในกลุ่มซึ่งพิจารณาจากบทบาท (role) ของประเพณีประดิษฐ์ นั่นเอง

แม้กระทั่งการศึกษาของ Charles L. Briggs เรื่อง The Politics of Discursive Authority in Research on the Invention Tradition (1996) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นอย่างหนึ่งของกลุ่มชาติพันธุ์ Warao ทางตอนเหนือของประเทศเวเนซุเอลานั้นพบว่า แนวคิด “ประเพณีประดิษฐ์” ของ Briggs นั้นมีความต่างจาก Hobsbawm กล่าวคือ แนวคิดของ Hobsbawm มักจะมองว่า “ประเพณีประดิษฐ์” นั้นถูกสร้างโดยฝ่ายรัฐ หรือฝ่ายผู้มีอำนาจที่เหนือกว่า แล้วนำกลับมาเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความจริง ความชอบธรรม หรือผลประโยชน์ให้กับฝ่ายตน ขณะที่ Briggs กลับเสนอว่า แท้จริงคนท้องถิ่นหรือผู้ที่ตกอยู่ใต้อำนาจของรัฐก็มีสิทธิที่จะสร้าง “ประเพณีประดิษฐ์” เพื่อเป็นเครื่องมือในการต่อรองให้กลุ่มตนด้วยเช่นกัน นอกจากนี้แม้การศึกษาของ Briggs จะไม่ได้สรุปว่า ทุก ๆ กรณีที่เกี่ยวข้องกับ “ประเพณีประดิษฐ์” นั้นทำให้เกิดคู่ตรงข้ามเท่านั้น หากแต่ Briggs ยังกล่าวถึง “ประเพณีประดิษฐ์” ว่าทำให้เกิดวาทกรรมและการรื้อโครงสร้างภายในตัวเองอยู่ตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามมีงานศึกษาเกี่ยวกับการสร้าง ประเพณีประดิษฐ์ ผ่าน สื่อสารมวลชน (mass media) ปรากฏให้เห็นจากกรณีศึกษาของ Ann Fienup-Riordan เรื่อง Robert Redford,

Apanuugpak, and the invention of tradition และ Millie Creighton เรื่อง Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in The Japanese Travel Industry (1997) ในงานของ Fienup-Riordan นั้นเป็นการศึกษาผ่าน “สื่อ” ภาพยนตร์ โดยวิเคราะห์เรื่องราวลึกลงไป ถึงแก่นในการสร้างภาพยนตร์แนวสารคดีถึงประวัติศาสตร์จากเรื่องจริงของหมู่บ้านแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ ทางทิศตะวันตกของมลรัฐอลาสกา ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเด็นสำคัญอยู่ที่เรื่องการสร้างประเพณีที่ เรียกกันว่า Apanuugpak ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของ Yupik ชาวเอสกิโมชนเผ่าหนึ่ง โดยผู้สร้างภาพยนตร์ ต้องการให้เนื้อหาที่สื่อออกมาบิดเบือนข้อมูลจากความจริงน้อยที่สุด โดยผู้สร้างได้ทำการ ศึกษา เรื่องราวต่าง ๆ อย่างละเอียดในหลายแง่มุม พร้อมทั้งได้ระดมทีมงานและผู้ชำนาญการสาขาต่าง ๆ อาทิ นักมานุษยวิทยา ปราชญ์ท้องถิ่น รวมไปถึงนักเขียนบทภาพยนตร์ชั้นนำมาสร้างภาพยนตร์เรื่อง ดังกล่าว (เอกรินทร์ พิงประชา, 2545, น. 30)

ดังนั้นบทภาพยนตร์จึงเต็มไปด้วยรายละเอียดที่ถูกสร้างผ่านแนวคิดของกลุ่มคน เหล่านี้มาประติต ประต่อเป็นเรื่องราวผ่านการควบคุมของผู้สร้างภาพยนตร์ หากแต่ว่าภาพยนตร์เรื่อง ดังกล่าวได้ติดอยู่กับเงื่อนไขทางการตลาดที่จะต้องทำให้หนัง หรือภาพยนตร์ ได้รับความนิยม อันหมายถึงการทำรายได้เพื่อให้ได้กำไรจากการผลิต ผู้สร้างจึงเจตนาที่จะเลือกและแต่งเติมสีสัน เรื่องราวให้สนุกสนาน โดยเฉพาะตอนสรุปที่ผู้สร้างต้องการให้ฉากดังกล่าวตรึงตาตรึงใจผู้ชมจนเกิด การบิดเบือนจากความเป็นจริง ดังนั้นจึงเกิดคำถามและข้อสงสัยตามมาว่า ประเพณีประติษฐ์ ที่ถูก ถ่ายทอดผ่านภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวนี้ ความจริงแท้ (authenticity) ในวัฒนธรรม Apanuugpak ของชนเผ่า Yupik นั้นอยู่ตรงไหน หรือภาพยนตร์ดังกล่าวจะเป็นเพียงที่ผู้สร้างเลือกที่จะสื่อถึงชุด คำอธิบายเพียงบางส่วนแล้วสร้างเป็นภาพยนตร์ออกมาเพื่อผลประโยชน์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพียงเท่านั้น

ส่วนผลงานของ Creighton เป็นการศึกษ ประเพณีประติษฐ์ ผ่านสื่อ ภาพยนตร์ โฆษณาท่องเที่ยวที่ออกอากาศตามโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น ด้วยการนำเสนอแนวคิดในเชิงจิตวิทยามาบอกเล่าให้คนเมืองที่อยู่ในสภาพสังคมอุตสาหกรรมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ วิถี ชีวิตของผู้คนจึงเร่งรีบและการทำงานที่ต้องแข่งขันกับเวลา จนทำให้คนเมืองเกิดสภาวะสับสนภายใน จิตใจ บางคนถึงกับเกิดความรู้สึกถวิลหา (nostalgia) บ้านเก่า ๆ หรือภาพชีวิตของสังคมชนบทญี่ปุ่น ที่ไกลโพ้นเพื่อจินตนาการภาพชีวิตดังกล่าวมาชดเชยกับสิ่งที่ไม่อาจหาได้ในวัฒนธรรมเมืองอุตสาหกรรม โดยเนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวผู้สร้างจงใจตัดต่อภาพชีวิตในสังคมเมืองที่เต็มไปด้วยความ เจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความวุ่นวายทั้งธรรมาและผู้คนมากมาย สลับกับภาพสีเขียวชอุ่มของ แมกไม้และภาพชีวิตสังคมชนบทที่เต็มไปด้วยบรรยากาศของความเยือกเย็น เงียบสงบ และเรียบง่ายของ สังคมชนบท สลับไปมาอย่างต่อเนื่อง Creighton ชี้ให้เห็นว่าเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาชุดดังกล่าวที่สื่อ ถึงอารมณ์ความรู้สึกแบบถวิลหาอดีตในสังคมชนบทของญี่ปุ่น นับว่าเป็นการสร้างงานโฆษณา

ภาพยนตร์ที่นำหลักจิตวิทยามาวิเคราะห์ชีวิตคนเมือง จนทำให้งานโฆษณาชิ้นนี้กินใจต่อผู้รับสารหรือผู้ชม โดยเฉพาะคนที่ใช้ชีวิตอยู่ตามเมืองอุตสาหกรรมใหญ่เป็นอย่างมาก (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2545, น. 31)

อย่างไรก็ตามงานศึกษาที่ผู้วิจัยหยิบยกขึ้นมานั้นล้วนมีประเด็นศึกษาที่เป็นประโยชน์ในแง่ของการขยายขอบเขตมณฑลความรู้เกี่ยวกับเรื่องประเพณีประเพณีประเพณีให้กว้างออกไป ขณะเดียวกันงานศึกษาเหล่านี้ก็มีข้อจำกัดอยู่หลายประการเช่นกัน โดยผู้วิจัยมองว่างานศึกษาของ ฮอส์บอร์ม นั้นมีข้อจำกัดตรงที่เป็นงานศึกษาที่มุ่งอธิบายถึงกลุ่มของผู้สร้างประเพณีประเพณี ที่มาจากชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำ ขณะที่ เรนเจอร์ เองก็มุ่งศึกษาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวในกรณีของชาวแอฟริกาที่ถูกชาวยุโรปปกครองในยุคสมัยของการล่าอาณานิคม และงานศึกษาอีกหลาย ๆ ชิ้นที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึง เช่น Buckser, Charles Briggs นั้นแสดงให้เห็นว่า ประเพณีประเพณีไม่ได้สร้างจากชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำเพียงฝ่ายเดียว แต่สามารถสร้างได้จากชนชั้นที่อยู่ต่ำกว่าได้เช่นกัน ดังนั้นการสร้างคำอธิบายในเรื่องของ ประเพณีประเพณีจึงเป็นการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นได้ว่า ประเพณีประเพณี สามารถสร้างได้ทั้งกลุ่มคนที่มีอำนาจเหนือกว่าและกลุ่มคนที่มีอำนาจต่ำกว่าได้ แต่งานที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมานั้นกลับไม่พบการสร้างประเพณีประเพณีที่มาจากชนชั้นกลางโดยเฉพาะในกรณีศึกษาทางด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นในงานชิ้นนี้จึงสนใจทั้งการสร้างประเพณีประเพณีที่มาจากชนชั้นกลาง และการสร้างพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวควบคู่กันไป

นอกจากงานศึกษาดังกล่าวแล้วผู้วิจัยยังมีความเห็นต่อ งานศึกษาของ เรนเจอร์ ในบางประเด็นที่ว่า ประเพณีประเพณีที่ถูกนำมาใช้ในสังคมแอฟริกัน นั้นได้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลอำนาจ ของชาวยุโรปที่อยู่เหนือชาวแอฟริกา เช่น ชาวยุโรปมองชาวแอฟริกาว่าเป็นหนึ่งในสมาชิกที่อยู่ภายใต้การปกครองของตน โดยรัฐสามารถเข้าไปจัดการสังคมเพื่อนำไปสู่การปกครองรูปแบบใหม่ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และสถาบันการทหาร เป็นต้น แต่ขณะเดียวกันสถาบันที่เกิดขึ้นนี้กลับถูกมองว่า เป็นการจัดการโดยรัฐ หรือ คนขาว ที่ต้องการแสวงหาประโยชน์ให้กับกลุ่มของตนเองมากกว่าสร้างขึ้นจากความต้องการที่แท้จริงจากประชาชนซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่ง เรนเจอร์ มองประเพณีประเพณีเช่นนี้ว่าเป็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงทางสังคมที่ก่อตัวขึ้นจากความไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนพื้นเมือง หากทว่าประเพณีประเพณีดังกล่าวกลับกลายมาเป็นความจริงที่ถูกนำมาปฏิบัติในสังคมเพราะการ ประเพณี ตกออยู่ในกลุ่มผู้มีอำนาจทางสังคมซึ่งก็คือกลุ่มคนขาว นั่นเองทั้งนี้ การนำเข้าทางความคิดของลัทธิล่าอาณานิคมตะวันตกที่ถูกถ่ายทอดผ่านสถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และสถาบันการปกครอง เป็นต้น เพื่อมุ่งหวังกอบโกยผลประโยชน์สู่กลุ่มตนเป็นหลัก

งานวิจัยของไทยเกี่ยวกับประเพณีประติษฐ์

งานศึกษาของ เอกรินทร์ พึ่งประชา ที่ศึกษาเรื่อง “พระราหู: ประเพณีประติษฐ์แห่งวัดศิระทอง” ที่ศึกษาเกี่ยวกับคติความเชื่อเรื่องพระราหูแห่งวัดศิระทองได้ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องในชุมชนศิระทองมาเป็นเวลาเกือบสองศตวรรษ รวมทั้งยังมีคุณสมบัติที่ง่ายต่อการปรับตัว จึงทำให้เอื้ออำนวยต่อการสร้าง “ประเพณีประติษฐ์” ของวัดและชุมชน ขณะเดียวกัน พระราหูก็มีสาระสำคัญบางประการที่รักษาไว้ได้ซึ่งนั่นก็คือ “ความศักดิ์สิทธิ์” ที่สืบเนื่องจากการที่พระราหูถูกโยงเข้าปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีผลทางจิตวิทยาต่อผู้คนมาโดยตลอด เพียงแต่ผลทางจิตวิทยานี้ จะมีความแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขทางสังคมของแต่ละช่วงเวลาจึงทำให้ความหมายของพระราหูเลื่อนไหลตาม เพื่อถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงบทบาทต่าง ๆ กัน ดังปรากฏเด่นชัดในประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านศิระทอง 3 ยุคสมัย คือ

ยุคปฐมบทของการก่อตั้งชุมชน ความเชื่อพระราหูถูกอ้างอิงเป็นเครื่องรางในฐานะรูปบูชาเคารพของชุมชนลาวเวียงศิระทอง โดยแสดงบทบาททำให้เกิดการรวมกลุ่มและช่วยบรรเทา “วิกฤตชีวิต” อันเนื่องจากแรงกดดันทางสังคม เช่น ศักสงครามระหว่างไทย-ลาว สมัยกรุงธนบุรีต่อต้านรัตนโกสินทร์ กฎข้อบังคับของรัฐไทยที่มีลักษณะกดดัน สภาพของชุมชนที่แยกตัวโดดเดี่ยวและสภาพทางกายภาพที่แห้งแล้ง เป็นต้น

ยุครื้อฟื้นการสร้างเครื่องราง พระราหูถูกใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อมุ่งหวังให้เศรษฐกิจจิตเจริญ รุ่งเรืองเพราะวัดตกอยู่ในสภาพทรุดโทรมมาหลายสิบปี อีกทั้งยังได้รับแรงกดดันจากนโยบายการศึกษาที่ให้วัดสร้างโรงเรียนโดยเริ่มวางแผนใช้ในรัชกาลที่ 5 และถูกปฏิบัติเรื่อยมาจนมีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักรในรัชกาลที่ 7 ขณะเดียวกันถือเป็นการสร้างเพื่อตอบสนองต่อผู้คนบางกลุ่ม เช่น ข้าราชการ พ่อค้า และชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบจากสภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่ผันแปรในสมัยรัชกาลที่ 6-8 อาทิ การปฏิวัติ ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 การปลดข้าราชการ และการทำนาไม่ได้ผล เป็นต้น

ยุคโลกาภิวัตน์ “ประเพณีประติษฐ์” ได้ก่อให้เกิด “วาทกรรม” ในสังคมขึ้นว่าเป็นการสร้างเพื่ออนุรักษ์ความเชื่อแบบดั้งเดิมหรือเป็นพุทธพาณิชย์ ดังเห็นจากตำนานพระราหูที่ถูกนำมาอ้างอิงให้สัมพันธ์กับความเชื่อของบรรพบุรุษลาวเวียงศิระทอง และพิธีกรรมไหว้บูชาพระราหูด้วยเครื่องเซ่นของดำ 8 อย่าง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม “ประเพณีประติษฐ์” ยุคนี้มีผลทำให้ความเชื่อพระราหูแห่งวัดศิระทองมีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร ทำให้ผู้ศรัทธาต่อพระราหูบางกลุ่มยอมรับว่าวัดศิระทองเป็นต้นตำรับพระราหูในบริบทสังคมไทย ยิ่งกว่านั้น ยังถือเป็นภาพสะท้อนอีกตัวอย่างหนึ่งของวิกฤตการณ์ความทันสมัยของสังคมไทยที่เกิดขึ้นจากกระแสบริโภคนิยมและข้อมูลข่าวสารที่ได้เข้าไปมีบทบาทอย่างมากในวิถีชีวิตของผู้คน

ท้ายสุด จากผลการศึกษาดังกล่าวที่อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด “ประเพณีประดิษฐ์” ทำให้ประจักษ์ชัดว่า “ประเพณีประดิษฐ์” ความเชื่อพระราหูวัดศีระทองนั้นก่อตัวขึ้นจากทั้งกระบวนการสร้าง “อดีต” และการอ้างอิงใหม่ ขณะเดียวกันการศึกษาบทบาทของ “ประเพณีประดิษฐ์” นั้นไม่เพียงแต่สะท้อนหน้าที่ที่สำคัญของปรากฏการณ์ดังกล่าวของชุมชนนั้น หากยังเผยให้เห็นถึงเงื่อนไขทางสังคมบางประการที่สัมพันธ์กับชุมชนนี้

นอกจากนี้งานศึกษาเรื่อง ประเพณีประดิษฐ์และอัตลักษณ์ของชุมชนคลองแห ของ ยุทธกาน ดิศกุล (2553) นั้น ได้ข้อค้นพบว่า ภายใต้กระบวนการประเพณีประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นที่ตลาดน้ำคลองแห ได้สะท้อนให้เห็นถึง การเป็นพื้นที่ของการต่อรองทางความหมายของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ รวมไปถึงยังกลายเป็นพื้นที่ของการแย่งมวลชนจากชาวบ้านในท้องถิ่นและกลุ่มนักท่องเที่ยว ระหว่างกลุ่มคณะกรรมการวัดคลองแหและกลุ่มเทศบาลเมือง เพื่อให้กลุ่มของตนสามารถสร้างฐานอำนาจและได้รับผลประโยชน์มากที่สุด ภายใต้กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการอนุรักษ์ ละครเวที อาหาร และงานหัตถกรรม มีกลุ่มต่าง ๆ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มคณะกรรมการวัด กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มครู และกลุ่มเทศบาลเมือง ซึ่งการเข้ามาของกลุ่มต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้สะท้อนได้ถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ทับซ้อนอยู่ในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่น จากกรณีดังกล่าวนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ระหว่างกลุ่มเทศบาลเมืองคลองแหและกลุ่มคณะกรรมการวัด โดยที่กลุ่มคณะกรรมการวัดนั้นได้นำเสนอรูปแบบของตลาดน้ำแบบการอนุรักษ์ท้องถิ่น เน้นที่กิจกรรมในชุมชน เป็นหลัก เช่น การรวมกลุ่มทำความสะอาดคลองแห การสักการบูชาพระบรมธาตุ การแสดงมโนราห์ ในขณะที่กลุ่มเทศบาลเมืองคลองแหได้เน้นการจัดตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญกับการรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่นหลัก ๆ 3 ประการ ได้แก่ 1. ตลาดย้อนยุค 2. การแต่งกายชุดไทยโบราณ 3. สินค้าและอาหารพื้นบ้าน

งานศึกษาของ เอกรินทร์ พึ่งประชา ที่ศึกษาเรื่อง “พระราหู: ประเพณีประดิษฐ์แห่งวัดศีระทอง” และ ยุทธกาน ดิศกุล (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “ประเพณีประดิษฐ์และอัตลักษณ์ของชุมชนคลองแห” สามารถสะท้อนให้เห็นถึง “ประเพณีประดิษฐ์” ที่ถูกนำไปใช้ในความหมายที่แตกต่างกันกล่าวคือ งานของ เอกรินทร์ ที่ศึกษาเรื่อง พระราหู นั้น เป็นเรื่องของค่านิยม และความเชื่อที่มีต่อพระราหูในแง่เครื่องรางของขลัง ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ที่มีความขลัง ต้องมาจากวัดศีระทอง ที่ถือเป็นต้นตำรับพระราหูในบริบทของสังคมไทย ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกสนใจและมาเช่า บูชา พระราหูที่วัดแห่งนี้เป็นจำนวนมาก ในขณะที่ งานของ ยุทธกาน ดิศกุล ศึกษาเรื่อง ประเพณีประดิษฐ์และอัตลักษณ์ของชุมชนคลองแห นั้น เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างสิ่งที่เรียกว่า “ตลาดน้ำ” ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในห้วงเวลานั้นขึ้นมา โดยการสร้างดังกล่าวนี้ได้เป็นชนวนของความขัดแย้ง และแย้งชิงในเรื่องของผลประโยชน์ โดยเกี่ยวข้องไปในหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็น รัฐ ทูน และชุมชน ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว

ก็มีการประนีประนอม และการจัดสรรการแบ่งผลประโยชน์ที่ลงตัว จึงทำให้เกิดการขับเคลื่อนต่อไปได้ แต่ที่เหมือนกันทั้งสองเรื่องก็คือ ต่างก็คือ “ประเพณีประติษฐ์” ด้วยกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า สิ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องของ “ประเพณีประติษฐ์” ล้วนเป็นสิ่งที่มีความหมายของ อำนาจ ผลประโยชน์ เข้ามาเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น ดังคำเปรียบเปรยที่ว่า ที่ใดมีผลประโยชน์ที่นั่นย่อมมีความขัดแย้ง ประโยคดังกล่าวดูเหมือนจะเป็นการสะท้อนความเป็นจริงให้เห็นจนแทบจะไม่ต้องพิสูจน์เลยว่าที่ มณีวรรณ ผิวนิม และคณะ (2546) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยของตนเองว่า “ความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในชุมชนดำเนินสะดวก มีปัญหาเพราะการท้องเที่ยว เช่น พ่อค้ามุ่งกำไรจากนักท่องเที่ยว (ซึ่งมักเป็นชาวต่างชาติ) มากกว่าที่จะต้อนรับด้วยความจริงใจอย่างแต่ก่อน เพราะนักท่องเที่ยวมาทัวร์ตามกำหนดเวลา จึงต้องรีบขายของให้ได้ แม้ค้าในคลองขัดแย้งกันเพราะแย่งที่ แย่งลูกค้า ส่วนผู้ประกอบการเจ้าของท่าเรือก็ทำงานแบบต่างคนต่างอยู่ ตัวใครตัวมันทำให้ไม่เกิดการร่วมมือและพัฒนา ส่วนทางราชการหรือเทศบาลก็เข้าไปจัดการไม่ได้เนื่องจากเจ้าของท่าเรือเป็นเจ้าของที่ดินเอกชน (บนบก) แม้จะขอความร่วมมือจากทุกท่า แต่ก็ไม่ได้รับความร่วมมือ เพราะทุกท่าต่างดูแลผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก”

แม้แต่ในงานของ เรนเจอร์ (Ranger) เองก็ยังชี้ให้เห็นว่า ในบางกรณี “ประเพณีประติษฐ์” จะประสบความสำเร็จไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากคนท้องถิ่น เช่น กลุ่มพระ กลุ่มครู และกลุ่มผู้บริหารประเทศ ดังเช่นกรณีการนำศาสนาคริสต์เข้ามาเผยแพร่โดยคณะมิชชันนารี การสร้างโรงเรียนหรือการบริหารประเทศ ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องคนอื่น (others) ที่จะทำให้คนพื้นเมืองบางกลุ่มได้รับผลประโยชน์จากการสร้าง “ประเพณีประติษฐ์” ดังกล่าว เช่นกัน ซึ่งความร่วมมือของกลุ่มคนท้องถิ่นเช่นกลุ่มพระนั้น ในงานของ ยุทธกาน ดิสกุล (2553) ที่ศึกษาเรื่องประเพณีประติษฐ์และอัตลักษณ์ของชุมชนคลองแห ได้ชี้ให้เห็นถึง กลุ่มของเจ้าอาวาสและคณะกรรมการวัดคลองแหที่เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการเกี่ยวกับการสร้างตลาดน้ำคลองแห ซึ่งท้ายที่สุดแล้วก็สะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ทับซ้อนอยู่ในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่น

ขณะที่ ชนิตา ชิตบัณฑิตย์ (2543) ได้นำกรอบของการศึกษาประเพณีประติษฐ์มาใช้เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโยธยาในอดีตในสังคมไทย เช่นกัน โดยยกกรณีศึกษาขึ้นมา 2 กรณีคือ งานวิถีไท: ภูมิปัญญาเพื่อการพึ่งตนเองและงานสงกรานต์วัดโพธิ์ท่าเตียน โดยเฉพาะในกรณีศึกษางานวิถีไท: ภูมิปัญญาเพื่อการพึ่งตนเองพบว่า งานวิถีไทเป็นงานประเพณีประติษฐ์ที่เกิดขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์และทำหน้าที่เฉพาะในสังคมสมัยใหม่ของชนกลุ่มหนึ่ง และถูกนำมาใช้เป็นเวทีในการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเพื่อการปรับตัวในกระแสทุนนิยม บริโภคนิยม โลกาภิวัตน์ของชาวบ้านด้วยการขายสินค้าที่สร้างจุดต่าง ด้วยการนำเอาภูมิปัญญามาเป็นมูลค่าเพิ่มในระบบทุนนิยมเป็นเวทีที่ตอบสนองความต้องการแปลกใหม่ โยธยาอดีต

และการเยียวยาอาการคิดถึงบ้านของผู้เข้าชมงานจำนวนหนึ่ง การเกิดขึ้นของประเพณีประดิษฐ์แบบงานวิถีไทยที่สร้างสายสัมพันธ์ทางสังคมที่ดูเหมือนเป็นหลักประกันความสุขชั่วคราวในการบริโภคอดีตอันสงบสุข ไม่วุ่นวาย และผู้คนมีน้ำใจ จึงถูกนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหายาเสพติดของชนจำนวนหนึ่งที่ต้องการเสพอดีตและความเป็นชุมชน ชนบท เพื่อเยียวยาตนเองจากอาการป่วยไข้ในโลกสมัยใหม่

นอกจากนี้ม้งงานศึกษาของ คณิดา ซองศิริ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ “การโหยหาอดีต” โดยทำการวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมาย ผ่านรายการโทรทัศน์ชุด “ตลาดสดสนามเป้า” ความน่าสนใจในงานศึกษาชิ้นนี้อยู่ที่ ข้อค้นพบที่ว่า ผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้าเกือบทั้งหมดไม่ได้รู้สึกถึงการโหยหาอดีตเลยแต่อาจจะมีความรู้สึกของการรำลึกถึงเรื่องราวในอดีตบ้างในส่วนของผู้ชมรายการที่มีอายุมากกว่า 14 ปีขึ้นไป ทั้งที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและต่างจังหวัด ทั้งนี้คุณค่าที่นำเสนอในรายการนั้นไม่ได้ขาดหายไปจากสังคมที่เราอยู่ในปัจจุบันจึงทำให้ผู้ชมรายการไม่รู้สึกโหยหาอดีต เพียงแต่นึกถึงเรื่องราวในอดีตเพราะเป็นสิ่งที่กำลังจะหายไปแต่ไม่ได้เหือดแห้งไปจากสังคมไทย

ทางรายการได้พยายามประกอบสร้างความหมายให้เห็นว่า เป็นการพาผู้ชมย้อนอดีต (retro) ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยกลวิธีต่อไปนี้ เช่น การนำเอาสิ่งที่กำลังหายไปจากสังคมเมืองอย่างความเก่าแก่ของสิ่งของ หรือการนำเอาวิถีชีวิตที่หายไปแล้วในสังคมเมืองมาเสนอให้ผู้ชมรุ่นใหม่ได้เห็นและผู้ชมรุ่นเก่าได้รำลึกถึง ซึ่งมีทั้งภาพและสิ่งของหรือวัตถุที่เป็นของที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น หรือการนำเอาวิถีชีวิตของชาวชนบทที่ห่างไกลความเป็นเมืองมาเสนอให้เห็น ซึ่งการนำผู้ชมกลับไปย้อนอดีตนี้เป็นการเปรียบเทียบให้เห็นถึงสภาพในอดีตกับปัจจุบันว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรประกอบกับการตัดสลับไปมาระหว่าง อดีต และปัจจุบัน ทำให้เกิดการโหยหาอดีตสำหรับผู้มีประสบการณ์ร่วมประสบการณ์ในอดีตอันเป็นฐานที่มั่นคงสำคัญในการโหยหาอดีตซึ่งจะเป็นพื้นที่ของความคิดคำนึงถึง แต่สำหรับผู้ไม่เคยมีประสบการณ์ร่วมนั้นอาจเป็นเพียงแค่เกิดความรู้สึกของการตื่นตาตื่นใจ (exotic) เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่รายการสื่อให้ผู้ชมรายการได้เห็นเป็นการทำหน้าที่สะท้อนความเป็นจริงว่าผู้คนในปัจจุบันนั้นไม่ได้เรียกหาความสุขที่หายไปให้กลับคืนมาแต่รายการได้ทำหน้าที่เสนอสิ่งที่เคยมีในอดีตแต่ลดน้อยลงไปในปัจจุบันให้กลับมาสู่สายตาผู้ชมรายการ

จากสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ประเพณีประดิษฐ์ หมายความว่า ความถึงการนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประเพณีหรือวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ มาทำการผลิตซ้ำ โดยการประดิษฐ์ผ่านภาพตัวแทน ทั้งนี้การประดิษฐ์เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดังกล่าวมักถูกผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป เช่นในด้านการเมืองการปกครอง ประเพณีประดิษฐ์ถูกผลิตขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจของกลุ่มต่าง ๆ ในด้านเศรษฐกิจ ประเพณีประดิษฐ์สะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ดังเช่น กรณีของการประดิษฐ์พระราชพิธีในเชิงพุทธพาณิชย์ ในขณะที่

ด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม หรือ อดีต มักถูกทำให้กลายเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองการบริโภคนิยมของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวก็สร้างกลไกอำนาจเพื่อกำหนดและสนองตอบต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังเช่น ในงานศึกษาของ ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ ที่ศึกษาเรื่องงานวิถีไท ซึ่งการประดิษฐ์ดังกล่าวเพื่อตอบสนองกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สอดคล้องกับสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม กล่าวไว้คือ ประเพณีประดิษฐ์ได้กลายเป็นเครื่องมือหรือทรัพยากรแห่งอำนาจที่สำคัญยิ่งในโลกสมัยใหม่ที่กลุ่มต่าง ๆ ผลิตรายใหม่เพื่อปะลองกำลัง อำนาจ และกลไกรวมไปถึงสถาบันต่าง ๆ ที่ไหลเวียนอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา

ทั้งนี้นอกจากแนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์ของ ฮอบส์บอว์ม แล้ว ผู้วิจัยยังได้หยิบยกแนวคิดที่เกี่ยวข้องขึ้นมาเพิ่มเติมเพื่อเสริมให้คำอธิบายดังกล่าวมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น แนวคิดดังกล่าวคือแนวคิดเรื่องการผลิตผสมผสาน ของ โฮมี บาบา โดย แนวคิดเรื่อง การผสมผสานของ บาบา ที่ผู้วิจัยหยิบยกมาอธิบายเพิ่มเติมนั้นเป็นการอธิบายถึงวิธีการที่ใช้ในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวาน ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม ไม่ได้กล่าวถึง อันจะทำให้องค์ความรู้ในเรื่องประเพณีประดิษฐ์ขยายพรมแดนออกไปให้กว้างมากยิ่งขึ้น นอกจากองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยชิ้นนี้แล้ว ผู้วิจัยยังเชื่อต่อว่าแนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์ ฮอบส์บอว์ม นั้นสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นที่หัวหินโดยเฉพาะ กรณีของเพลินวานได้เป็นอย่างดี แม้ว่าแนวคิดดังกล่าวจะผ่านมานานพอสมควรแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากกว่าคำอธิบายที่ได้กล่าวไว้ในบางส่วนบางตอนว่า *“เพื่อรับใช้สถานการณ์ทาง เศรษฐกิจ การเมือง สังคม ในช่วงเวลาที่กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลง”* จะสอดคล้องไปกับสิ่งที่เกิดขึ้นที่หัวหินในปัจจุบัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่หัวหินอาจจะไม่ใช่เพียงแค่บริบททาง เศรษฐกิจ สังคม หรือการเมืองเท่านั้นอาจจะมีบริบทอื่น ๆ อีก อาทิ บริบททาง วัฒนธรรม บริบททางการเมืองการท่องเที่ยว เป็นต้น

แนวคิดดังกล่าวที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมาเพื่อสร้างคำอธิบายในเรื่อง กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวานนั้น เป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยต้องการสร้างคำอธิบายเพื่อให้เห็นถึงการสร้างพื้นที่ในมิติใหม่จากความเข้าใจในเรื่องพื้นที่ของกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่ “พื้นที่” ที่ถูกสร้างใหม่นี้จำเป็นต้องใช้ฐานคิดและคำอธิบายของภาวะหลังสมัยใหม่ (postmodern) มาอธิบายเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งวิธีคิดของ Lefebvre และ Bhabha ทั้งนี้เนื่องจากว่า พื้นที่ดังกล่าวของเพลินวาน ได้สลายความหมายแบบเก่า ๆ โดยสิ้นเชิงพร้อมกับสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน เช่น งานวัดไม่จำเป็นต้องจัดที่วัด พิพิธภัณฑที่มีชีวิต การสร้างอดีตที่ไม่ได้อิงกับพื้นที่หรือประวัติศาสตร์ ที่เกิดขึ้น (ขณะที่ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีการอ้างอิงกับพื้นที่ที่มีความเป็นประวัติศาสตร์ มีพื้นที่จริงให้ประจักษ์) ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะมีฐานคิดของการสร้างคำอธิบายบนชุดความรู้ดังกล่าว (postmodern)

นอกจากนี้แล้วงานวิจัยชิ้นนี้ยังจะสร้างคำอธิบายต่อไปว่าแล้วกระบวนการของการสร้างพื้นที่ของชุดความรู้หลังสมัยใหม่นั้นมีวิธีการ รูปแบบ องค์ประกอบในการประกอบสร้างอย่างไร ซึ่งวิธีการและองค์ประกอบในการประกอบสร้างนั้นเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาและตั้งธงไว้ในวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความเชื่อว่าแม้ว่านิยามของคำว่า “พื้นที่” จะมีความลื่นไหลไม่แน่นอน เป็นพลวัต แต่สิ่งที่เกิดขึ้นอันได้แก่วิธีการ หรือองค์ประกอบในการประกอบสร้างนั้นน่าจะยังคงมีขั้นตอนที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและสร้างคำอธิบายในชุดความรู้ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กระบวนการนอกจากจะต้องอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเชิงบริบทความสัมพันธ์ของด้านต่าง ๆ แล้ว การหาขั้นตอนและวิธีการของกระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวานย่อมมีความสำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งพื้นที่แต่ละแห่งย่อมจะมีวิธีการและกระบวนการที่แตกต่างกัน ดังนั้นกรอบคิดที่ผู้วิจัยหยิบยกขึ้นมาในงานวิจัยชิ้นนี้น่าจะเป็นกรอบคิดที่สอดคล้องไปกับคำอธิบายในชุดความรู้ของการประกอบสร้างพื้นที่ของเพลินวานซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากกรอบคิดในงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีประเด็นการศึกษาที่คล้าย ๆ กัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” (tourism) เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสคือ tour ที่พัฒนามาจากคำว่า tornus ในภาษาละติน โดยคำ ๆ นี้เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1672 เมื่อมีคนในตระกูลขุนนางฝรั่งเศสที่ชื่อ แซงค์ โมริส (Saint Maurice) ได้ริเริ่มทำการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้น เพราะในฝรั่งเศสมีสถานที่น่าท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับบรรดาประเทศอื่น ๆ ในแถบยุโรป ประกอบกับชาวยุโรปจำนวนมากนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศฝรั่งเศส โดย โมริส ได้จัดรายการนำเที่ยวแบบต้องจ่ายเงิน โดยพานักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศออกเดินทางท่องเที่ยวไปตามเส้นทางต่าง ๆ โดยเริ่มต้นที่ปารีสผ่านไปตามเมืองต่าง ๆ แล้ววกกลับมาเป็นวงกลมที่ปารีส ด้วยเหตุนี้ โมริส จึงใช้คำว่า tour ซึ่งแปลว่า “วงกลม” หรือ “หมุนกลับ” นอกจากให้กำเนิดการท่องเที่ยวแบบต้องจ่ายเงินแล้วเขายังจัดทำ ใบโฆษณาชักชวนที่เรียกว่า “สมุดมัคคุเทศก์” โดยมีเนื้อหาแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อชมความงดงามที่ฝรั่งเศส

ต่อมาในปลายศตวรรษที่ 18 ก็มีนักศึกษาวงอังกฤษได้นำเอาคำว่า tour มาใช้ในภาษาอังกฤษ โดยกล่าวว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาอย่างสมบูรณ์จะต้องเข้าไปเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ในยุโรปให้ทั่วถึง โดยการขยายความหมายเพิ่มเติมว่า “to make a grand tour” และในเวลาต่อมาคำว่า tourism ก็เกิดขึ้นในความหมายของ “การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา” และเมื่อแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเริ่มขยายตัวขึ้น คำว่า tourism จึงเริ่มหมายถึง การท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนี้มีข้อสังเกตประการ

หนึ่งว่าคำดังกล่าวนั้น มักปรากฏมิติทางประวัติศาสตร์และมิติทางเศรษฐกิจอันเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์เชิงธุรกิจของการเดินทาง ในขณะที่ถ้าเป็นคำว่า travel แล้ว มักจะมีมิติทางวัฒนธรรมปรากฏขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 10)

นอกจากนี้คำว่า การเดินทาง (traveling) นั้นก็เป็นคำที่เกิดขึ้นมาก่อนและเริ่มใช้กันเรื่อยมาจนถึงศตวรรษที่ 17 คำว่า travelling เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสเช่นกันโดยมาจากคำว่า “Travail” ซึ่งแปลว่า การทำงาน โดยการทำงานในสมัยดังกล่าวมีนัยถึง ความทุกข์ทรมาน ทุกข์ยาก เจ็บปวด และการต้องถูกกักขัง แต่ต่อมาความหมายดังกล่าวก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจนมาสู่ความหมายของ “การเคลื่อนย้าย” ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง (to get somewhere) ทั้งนี้ Leiper (2004) กล่าวถึงการเดินทางในยุคสมัยดังกล่าวไว้ว่า “เป็นสิ่งที่ไม่น่ารื่นรมย์นัก มักมีอันตราย โดยเฉพาะการเดินทางไกล ๆ จะทำให้ผู้เดินทางมีความอ่อนล้าและเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง เพราะการเดินทางในช่วงเวลาหนึ่งผู้เดินทางจะต้องถูกกักขัง ถูกทรมานไว้ในยานพาหนะ จนกระทั่งเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง นักเดินทางจึงจะแสวงหาความเพลิดเพลินด้วยการเดินเยี่ยมชมสิ่งต่าง ๆ” โดยคำว่า travel ปรากฏให้เห็นอยู่ในบทความของ Francis Bacon ที่เขียนไว้ในปี ค.ศ. 1625 ที่ชื่อว่า “Of Travel”

โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ให้นิยามคำว่า Tourism ไว้ว่า หมายถึงการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการดังนี้คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว คือไม่ใช่เป็นการไปตั้งถิ่นฐานหรือพำนักอาศัยอยู่เป็นการถาวร 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ 3) เป็นการเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้ามาหารายได้ แต่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รวมไปถึงพวกที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เล่นกีฬา เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม หรือเพื่อประชุม อย่างไรก็ตามหากพิจารณาความหมายของ “การท่องเที่ยว” ที่กล่าวไว้ใน Webster Dictionary ที่กล่าวว่า “Tourism is 1) The practice of traveling for recreation 2) The guidance or management of tourist and 3) the promotion of encouragement of touring จากความหมายดังกล่าวนี้ จะเห็นว่าคำว่า “การท่องเที่ยว” ไม่ได้เป็นเพียงการออกจากบ้านเพื่อไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อพักผ่อนเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงนักท่องเที่ยว การจัดการและกระบวนการท่องเที่ยวโดยรวมขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็ได้มีการพัฒนารูปแบบออกไปที่มากมายหลากหลายโดยขึ้นอยู่กับรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

การท่องเที่ยวคือ พิธีกรรมของสังคมสมัยใหม่

แนวคิดเรื่อง Rite de passage (พิธีกรรมแห่งการเปลี่ยนผ่าน) และขั้นตอนของพิธีกรรมของ A. van Gennep ที่อธิบายว่าชีวิตมนุษย์นั้นจะมีพิธีกรรมที่กระทำในแต่ละช่วงผ่านของชีวิต เช่น จาก เด็กสู่วัยรุ่น จากวัยรุ่นสู่ผู้ใหญ่ จากคนโสดสู่ผู้ครองเรือน เป็นต้น ซึ่งเมื่อนำมาเทียบเคียงกับ

การท่องเที่ยวแล้ว พิธีกรรมการท่องเที่ยวก็อาจถือได้ว่าเป็นพิธีกรรมของช่วงชีวิตในการทำงานอย่างหนึ่งของมนุษย์สมัยใหม่ เช่น หลังจากสำเร็จการศึกษาและจะเริ่มชีวิตการทำงาน คนรุ่นใหม่ก็อาจจะออกไปเที่ยวต่างประเทศเพื่อหาประสบการณ์ชีวิตซึ่ง Gennep กล่าวถึงพิธีการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวว่าประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนคือ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 65)

1) ขั้น Separation เป็นพิธีกรรมที่แยกตัวบุคคลออกจากสังคมหรือชีวิตปกติ ขั้นนี้ก็คือการเริ่มต้นออกเดินทางจากที่พักไปสู่จุดหมายปลายทาง

2) ขั้น Liminality เป็นช่วงเวลาที่อยู่ในพื้นที่ใหม่ ในช่วงเวลานี้อาจประกอบในชีวิตทุกอย่างไม่ว่าจะเป็น การแต่งกาย กิจกรรม อาหารการกิน การใช้ชีวิต ฯลฯ จะแตกต่างไปจากการใช้ชีวิตปกติ ซึ่งก็คือช่วงของการท่องเที่ยวนั่นเอง

3) ขั้น Incorporation เป็นขั้นตอนที่บุคคลย้อนกลับมาสู่สภาพสังคมเดิมของตน แต่ด้วยสถานภาพใหม่หรือด้วยอารมณ์ความรู้สึก ความเข้าใจใหม่ ๆ ซึ่งก็หมายถึงช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับบ้านพร้อมด้วยอารมณ์ความรู้สึกและความเข้าใจใหม่ ๆ

สำหรับ Victor Turner นั้น สนใจในมิติด้านอารมณ์ความรู้สึกและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วง Liminality อันเป็นช่วงที่ประกอบพิธีกรรมกำลังเดินทางไป Turner ตั้งข้อสังเกตว่าในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น จะมีการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวเชิงสังคม (social excitement) อย่างสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นการเต้นรำอย่างสุดเหวี่ยง การร้องรำทำเพลงอย่างเต็มที่ การแต่งกายแบบประหลาด การใช้สัญลักษณ์พิเศษ ฯลฯ ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวนี้พบเห็นได้เสมอในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการประกอบพิธีกรรมแบบโบราณ และสิ่งที่เกิดขึ้นนี้อาจเป็นคำอธิบายว่า ในขณะที่ผู้คนสมัยใหม่อาจจะไม่ไปเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาแต่พวกเขาก็ได้ร่วม “พิธีกรรม” ผ่านทางการท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่ง Graburn (1997, as cited in Burns 1999) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวมีสถานะเทียบเท่าพิธีกรรมทางศาสนาของโลกโบราณ เพียงแต่จะขาดเรื่องของ “ความศักดิ์สิทธิ์” (sacredness) เท่านั้นเอง ทั้งนี้คำอธิบายของ Gennep แสดงให้เห็นว่าพิธีกรรมมีการเปลี่ยนผ่าน มีขั้นตอน มีหัวระยะเวลาที่เกิดขึ้น ในขั้นตอนที่เกิดขึ้นของการอยู่ในพื้นที่ใหม่ ๆ (liminality) ของนักท่องเที่ยว นั้นจะสามารถสะท้อนความคิดเห็นได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

ในหนังสือชื่อ Tourist Culture: Identity, Place and the Traveller ของ Wearing และคณะ (2010) ได้กล่าวถึงคำว่า “พื้นที่ท่องเที่ยว” ไว้อย่างน่าสนใจว่า “Space of Tourism” นั้นเป็นอาณาบริเวณแห่งการเคลื่อนที่ เป็นจุดหมายปลายทาง เป็นประสบการณ์ เป็นความทรงจำ และเป็นภาพตัวแทน (representation) และ พื้นที่ยังเป็นอาณาบริเวณแห่งความปรารถนาจินตนาการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พื้นที่แห่งการปลดปล่อย (Liminality) การจัดระเบียบใหม่ (Reordering) และพื้นที่แห่งความมีมนต์เสน่ห์และน่าหลงใหล (Enchantment) โดยที่แต่ละพื้นที่นั้นล้วนมี “ค่านิยมของสังคม” เข้าไปกำกับและเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอ ดังตัวอย่างเช่น ในเขต

Latin Quarter ในกรุงปารีสซึ่งเป็นเขตของมหาวิทยาลัย ที่นักศึกษาที่อยู่ในบริเวณนั้นจะพูดจา สื่อสารกันด้วยภาษาลาตินอันสูงส่ง ซึ่งมีความหมายว่า อาณาบริเวณนั้นเป็นดินแดนแห่งความทรง ภูมิปัญญาเนื่องจากค่านิยมของสังคมฝรั่งเศสนั้นให้คุณค่าแก่ภาษาโบราณเช่น ภาษาลาติน เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 136)

การท่องเที่ยวภายใต้มุมมองของ John Urry (1990)

John Urry เป็นนักสังคมวิทยาสำนักหลังสมัยใหม่ (postmodernism) ที่สนใจในเรื่อง ปรากฏการณ์ทางสังคมที่ดูน่ารื่นรมย์ ผ่อนคลาย และเป็นช่วงเวลาของการพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยว มโนทัศน์ที่ Urry นำเสนอคือมโนทัศน์เกี่ยวกับเรื่อง “การจ้องมอง” (gazing) ซึ่งเป็นการใช้อำนาจ รูปแบบหนึ่ง โดยมโนทัศน์ดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์โดยตรงกับเรื่องของการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพราะกิจกรรมอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เรียกว่า การเที่ยวชม (sight seeing) นั้นเป็นการจ้องมอง ประเภทหนึ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองหรือเป็นไปตามธรรมชาติ หากแต่เป็นการจ้องดูนั้นล้วนแล้วแต่มีที่มา มี กฎเกณฑ์ มีหลักการ และมีที่ไป ซึ่งทั้งหมดนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องของการอำนาจทั้งสิ้น

ทั้งนี้การจ้องมองของนักท่องเที่ยวนั้นเป็น “กิจกรรมย่อย” หรือเป็น ตัวบท (text) ที่ ประกอบอยู่ในกิจกรรมใหญ่ที่เป็นบริบทซึ่งก็คือ การท่องเที่ยว โดย Urry กล่าวถึงคุณสมบัติของการ ท่องเที่ยวว่าต้องมียุทธศาสตร์ประกอบและเงื่อนไขดังนี้คือ 1) เป็นกิจกรรมยามว่าง 2) มีการเคลื่อนย้าย 3) มีการเดินทางไป-กลับ 4) รู้จุดหมายที่แน่นอน 5) มีความคาดหวังและมีจินตนาการก่อนการ เดินทาง โดยนักท่องเที่ยวมักจะมีมีความคาดหวัง มีจินตนาการ มีภาพฝัน (daydreaming) เกี่ยวกับ สถานที่นั้นอยู่บ้างแล้ว ภาพฝันล่วงหน้าดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่ได้มาจากปฏิบัติการที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว (non-tourist practice) เช่น ดูจากภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น 6) มีวิธีการจ้องมองแบบ นักท่องเที่ยว กล่าวคือ วิธีการจ้องดูแบบนักท่องเที่ยวจะจ้องดูแบบพินิจพิเคราะห์ ซึ่งการจ้องมอง ดังกล่าวมักจะเต็มไปด้วยอารมณ์เกี่ยวกับความรู้สึก (sensitivity) มากกว่าการจ้องดูสิ่งต่าง ๆ ที่ เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันปกติและความเข้มข้นของการจ้องมองดูนั้นจะยิ่งทวีมากขึ้นเมื่อมีการเก็บ บันทึกรูปภาพของดูนั้นเอาไว้เป็นภาพถ่าย หรือการเขียนข้อความลงในโปสการ์ด เป็นต้น 7) เป็นเรื่อง ของสัญญา การท่องเที่ยวเป็นเสมือนการเก็บรวบรวมสัญญาต่าง ๆ เช่น เมื่อไปเยี่ยมชมหมู่บ้านเล็ก ๆ ในชนบทของประเทศอังกฤษ สัญญาที่เกิดขึ้นคือ การรับรู้ถึงความเป็นอยู่ สภาพต่าง ๆ ของ หมู่บ้านในอังกฤษที่เก่าแก่และแท้จริง 8) ทุกอย่างล้วนถูกประกอบสร้างขึ้น ทั้งนี้เมื่อการท่องเที่ยวได้ กลายมาเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องแบบอุตสาหกรรมดังกล่าวจึงได้พยายามที่จะ ประกอบสร้าง วัตถุ สถานที่ตัวบุคคล กิจกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ แบบใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อเป็น “หมุดหมายแห่งการจ้องมองดูของนักท่องเที่ยว” เช่น หอไอเฟล นาฬิกาบิกเบน ถนนข้าวสาร โตเกียว ดิสนีย์แลนด์ เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 75-78)

สิ่งหนึ่งที่น่าสนใจและ Urry ได้กล่าวไว้ใน tourist gaze คือ grammar of gazing ซึ่งเรื่องดังกล่าวเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับวิธีการจ้องมอง ทั้งนี้การจ้องมองสรรพสิ่งของนักท่องเที่ยวนั้นไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติ หากแต่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์บางอย่างเหมือนพฤติกรรมทางสังคมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดว่าใครบ้างที่จะมีโอกาสเป็นคนดู ใครบ้างหรืออะไรบ้างที่จะเป็นฝ่ายถูกมองดูและผลจากการมองดูแต่ละครั้งจะถูกกำหนดให้มีความหมายเป็นอย่างไรโดย Urry ได้ยกตัวอย่างการวิเคราะห์โปสเตอร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เราเห็นจนชินตาที่สะท้อนให้เห็น grammar of gazing เช่น รูปคนที่อยู่ในภาพโปสเตอร์นั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นคนผิวขาวเสมอ ส่วนคนที่ท้องถิ่น เช่น ชาวเกาะ คนเอเชีย คนอัฟริกัน จะเป็นวัตถุแห่งการจ้องมอง หากเราเห็นภาพของนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม พ่อ-แม่-ลูก จะสื่อความหมายว่าเป็น การท่องเที่ยวแบบครอบครัว (family tourism) หากเป็นภาพหนุ่ม-สาว สองต่อสอง จะสื่อความหมายว่าเป็น การท่องเที่ยวแบบโรแมนติก (romantic tourism) และหากเป็นหนุ่มสาวเป็นกลุ่ม ก็สื่อความหมายว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน (fun tourism) เป็นต้น ซึ่ง grammar of gazing เหล่านี้เป็นสิ่งที่ Urry กล่าวไว้ในงานศึกษา โดยพยายามวิเคราะห์ให้เห็นถึงความหมายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ Urry ได้ขยายความเกี่ยวกับ grammar of gazing ว่า สิ่งของหรือสถานที่ที่จะดูนั้นต้องเป็นสิ่งที่มีความพิเศษเพียงหนึ่งเดียว เช่น หอไอเฟล ดิสนีย์แลนด์ พระราชวังบั๊กกิงแฮม แกรนด์แคนยอน เป็นต้น สิ่งนั้นต้องดูแปลกตา เช่น พิพิธภัณฑสถานของชาวบาบ๋า/ยาหยา (ลูกผสมจีน-มาเลย์) ที่มีสิ่งของเครื่องใช้ เช่น เหยียนนอน เสื้อผ้า โต๊ะอาหาร ฯลฯ ซึ่งเคยเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันแต่ก็จะดูเป็น “ของแปลกตา” สำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ความแปลกตาของสิ่งของดังกล่าวจึงไม่ได้อยู่ที่ “ตัวสิ่งของ” เองหากแต่อยู่ที่ “บริบท” ของสิ่งของนั้น Urry ยกตัวอย่างในงานของเขาว่า เช่น ก้อนหินจากโลกพระจันทร์ซึ่งหากอยู่ในโลกพระจันทร์ก็คงเป็นของปกติ แต่ถ้ามาอยู่ในโลกมนุษย์ก้อนหินดังกล่าวจะกลายเป็น “ของแปลก” และก็จะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทันที ตัวอย่างที่น่าสนใจอีกเรื่องคือ ภาพของดวงอาทิตย์ยามอัสดง ในสายตาของคนท้องถิ่นแล้วอาจหมายถึงช่วงเวลาที่จะได้หยุดการทำงานเพื่อไปพักผ่อนแต่สำหรับนักท่องเที่ยวแล้วอาทิตย์อัสดงเป็นช่วงเวลาแห่งความรักโรแมนติก

ยุคสมัยของการท่องเที่ยวของไทย

อย่างไรก็ตามยุคสมัยทางความคิดและการปฏิบัติของการท่องเที่ยวไทยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงอดีต ช่วงการท่องเที่ยวของชนชั้นสูง ช่วงการท่องเที่ยวแบบมวลชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 38-46)

1) การท่องเที่ยวในยุคอดีตของไทย ในสมัยก่อนคนไทยรับรู้เกี่ยวกับคำว่า การท่องเที่ยวในความหมายเดียวกับคำว่า การเดินทาง ซึ่งเป็นกิจกรรมของผู้ชายมากกว่าผู้หญิงและมีการกระทำในทุกชนชั้นของสังคมแต่ว่าการท่องเที่ยวอาจมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป การเดินทางในยุคสมัย

ดังกล่าวไม่ได้มีเป้าหมายหลักเพื่อความบันเทิงเรีงรมย์ เนื่องจากการเดินทางในอดีตนั้นถูกรับรู้ว่าเป็นเรื่องที่ยากลำบากและอันตรายแต่ก็เป็นความจำเป็นของชีวิต เช่น ในหมู่ชนชั้นสูงมักจะต้องเดินทางด้วยเหตุผลด้านการเมือง การทำสงคราม การเจริญสัมพันธไมตรี (เช่น การเดินทางของราชทูตไทยไปฝรั่งเศสสมัยสมเด็จพระนารายณ์) หรือการศาสนา/การจาริกแสวงบุญ ไปเขียนนิราศ (เจ้าฟ้ากุ้งเดินทางไปเพื่อแต่งนิราศ แต่งกาพย์เห่เรือสำหรับใช้ในพระราชพิธี) ในส่วนคนธรรมดาสามัญก็มักจะเดินทางด้วยเหตุผลทางด้านค้าขาย (การค้าวัวต่าง ๆ ของกลุ่มนายฮ้อยในชุมชนอีสาน) การทำสงคราม และเป้าหมายเพื่อการศาสนา (การเดินทางไปไหว้พระของสุนทรภู่ที่ปรากฏอยู่ในนิราศหลาย ๆ เรื่อง)

ทั้งนี้คำว่า “การเดินทาง” นั้นเริ่มมีการนำมาใช้ในราวปี พ.ศ. 2467 เมื่อกรมรถไฟนำมาใช้เรียกชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยว่า “ผู้เดินทาง” ส่วนที่พักของกรมรถไฟและโรงแรมต่าง ๆ ก็เรียกว่า “ที่พักคนเดินทาง” ประมาณปี พ.ศ. 2480 คำว่า “ท่องเที่ยว” หรือ “เที่ยว” ถูกพิจารณาความหมายไปในทิศทางที่เป็นลบ เช่น เที่ยวเตร่ เหลวไหล กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์จึงได้ประทานคำใหม่ขึ้นมาว่า “ทัศนจาร” และใช้ต่อเนื่องกันมาจนระยะหนึ่ง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2492 สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบดูแลกรมโฆษณาการ เริ่มใช้คำว่า “ท่องเที่ยว” อย่างเป็นทางการดังปรากฏในชื่อของ “แผนกส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยว” ในกระทรวงพาณิชย์นับตั้งแต่นั้นมา คำว่า ท่องเที่ยว ก็ไม่ได้มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่มีความหมายเป็นอย่างหนึ่งอย่างใดที่เป็นการเฉพาะ

2) การท่องเที่ยวในยุคของชนชั้นสูง ยุคสมัยนี้เริ่มต้นในยุคของรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่อิทธิพลจากประเทศตะวันตกได้เข้ามาแทนที่อารยธรรมจากจีนและอินเดีย โดยแนวคิดดังกล่าวคือ “แนวคิดเรื่องความทันสมัย” ที่มาพร้อมกับนโยบายการเปิดประเทศเพื่อการค้ากับประเทศตะวันตกหลังสนธิสัญญาบาวริงในปี ค.ศ.1853 (พ.ศ. 2398) ทำให้มีชาวต่างประเทศได้เข้ามาอาศัยในประเทศไทย และเริ่มเปิดดำเนินการกิจการโรงแรมขึ้นในพื้นที่ของกรุงเทพฯ การท่องเที่ยวครั้งสำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวคือ การเสด็จประพาสยุโรปของรัชกาลที่ 5 ระหว่างวันที่ 7 เมษายน ถึง 16 ธันวาคม พ.ศ. 2440 ที่กินระยะเวลาที่ยาวนานถึง 9 เดือน และทรงเขียนบทพระราชนิพนธ์เรื่อง “ไกลบ้าน” ที่เป็นคล้าย ๆ บันทึกการเดินทาง การเสด็จประพาสครั้งนี้หากเปรียบเทียบกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นแล้วจะคล้ายกับการท่องเที่ยวแบบ Grand Tour ที่ประกอบไปด้วยหลายวัตถุประสงค์ อาทิ การศึกษาดูงานเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงประเทศ การเจริญสัมพันธไมตรีกับผู้ปกครองประเทศในแถบตะวันตก นอกจากนั้นพระองค์ยังได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสถานที่ตากอากาศที่มีชื่อเสียงของยุโรปในเวลานั้นด้วยเช่นกัน

และผลพวงที่เกิดขึ้นจากการเยี่ยมเยือนกษัตริย์และราชวงศ์ในยุโรปแล้ว รัชกาลที่ 5 ยังได้เชื้อเชิญบรรดาชนชั้นสูงและสมาชิกในราชวงศ์ของยุโรปให้เดินทางมาเยี่ยมเยือนประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งหลังจากการเสด็จเยือนในครั้งนั้น ได้มีชาวเดนมาร์กเดินทางมายังประเทศไทยและได้

จัดสร้างโรงแรมโอเรียลเต็ล ซึ่งถือว่าเป็นโรงแรมสไตล์ยุโรปแห่งแรกของประเทศไทย และเจ้าชายแห่งเดนมาร์กพระสหายของรัชกาลที่ 5 ได้เสด็จมาเยี่ยมพระองค์ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้แล้วการปฏิรูปประเทศในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทำให้มีการจัดระบบการศึกษาแบบตะวันตก รวมไปถึงการสร้างสาธารณูปโภคที่ทันสมัย ด้วยการส่งนักเรียนไปศึกษาต่างประเทศ อีกทั้งยังส่งข้าราชการไปศึกษาดูงานและประจำการในต่างประเทศ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ชนชั้นกลางเริ่มมีการเดินทางไปยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้เองจึงทำให้เกิดการส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา (อรรณพ ศรีอุดม, 2543)

การท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มปรากฏชัดขึ้นอีกครั้งหนึ่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ซึ่งในขณะนั้นได้มีการปรับเปลี่ยน และ พัฒนาประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับระบบการค้าเสรีและความก้าวหน้าทางตะวันตก อาทิ การผลิตน้ำตาลและข้าวเพื่อส่งไปขายยังต่างประเทศ การทำสนธิสัญญาทางการค้ากับนานาอารยประเทศ ไม่เพียงแต่เป็นผู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเท่านั้น รัชกาลที่ 6 ยังทรงเป็นผู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศที่สำคัญ กล่าวคือ พระองค์จะเสด็จพร้อมข้าราชการบริพารไปตามจังหวัดต่าง ๆ เช่น สุโขทัย สวรรคโลกและศรีสัชนาลัย และในการเสด็จครั้งนั้นได้มีการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ มีบันทึกเป็นหนังสือชื่อ เที่ยวเมืองพระร่วงออกมา ซึ่งเหตุการณ์ในครั้งนั้นถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในความหมายใหม่ นอกจากนั้น พระองค์ยังได้จัดให้มีงานประเพณีประจำปีและงานกีฬาขึ้นตามหัวเมืองต่าง ๆ (ตามขนบของประเทศอังกฤษที่ทรงศึกษาเล่าเรียนมา) เพื่อเป็นการจัดวาระ โอกาสและสถานที่ให้ผู้คนได้เดินทางไปท่องเที่ยวกันตามคตินิยมสมัยใหม่ของการใช้ชีวิตแบบตะวันตกที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากทำงานหนักมาตลอดทั้งปี ทั้งนี้หลักฐานที่ปรากฏให้เห็นถึงคตินิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของเจ้านายเหล่านี้คือ “วัง” ต่าง ๆ เช่น รัชกาลที่ 6 ได้โปรดให้สร้างที่พักแบบตะวันตกไว้ที่หัวหิน และทำให้ชายทะเลหัวหินกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยในสมัยนั้น นอกจากนี้พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ได้ทรงเสด็จเยือนยังประเทศต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ สิงคโปร์ ชวา บาห์ลี ฝรั่งเศส อินโดจีน ญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ซึ่งในช่วงนี้เองที่บรรดาสังคมพินันต์ต่างประเทศได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยและส่งผลให้กรุงเทพฯ ได้รับการบรรจุไว้ในรายการท่องเที่ยวรอบโลกของเหล่าชนชั้นสูงทางตะวันตก

3) การท่องเที่ยวแบบมวลชน ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา สังคมไทยก็ก้าวเข้าสู่ระบอบการปกครองแบบใหม่ (ประชาธิปไตย) แนวคิดในด้านต่าง ๆ ก็เริ่มถูกนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ในการสร้างรัฐชาติ ผ่านทางกระบวนการที่เรียกว่า “นโยบายการพัฒนา” (Development Policy) ในช่วงปี พ.ศ. 2479 การท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศ ดังจะเห็นได้จากการที่กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอได้เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน

สยามขึ้นเป็นครั้งแรกต่อคณะรัฐมนตรี เมื่อได้รับการอนุมัติจึงดำเนินการเรื่อยมา โดยมีการเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่ งานโฆษณา งานชักชวนนักท่องเที่ยว งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีกรมพาณิชย์เป็นผู้ดำเนินการช่วยเหลือ เนื่องจากมีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ครั้นเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น สำนักงานถูกระเบิดจึงเลิกไปชั่วคราวจนกระทั่งปี พ.ศ. 2492 จึงได้มีการก่อตั้งสำนักงานขึ้นใหม่อีกครั้งและเปิดดำเนินการเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2502 จึงได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (อศท) และได้รับการยกฐานะขององค์การอีกครั้งในปี พ.ศ. 2522 เป็น “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 42)

สถานะของการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายมาเป็นส่วนสำคัญเมื่อเริ่มมีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่แผนที่ 1 โดยในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นยุคสมัยของรัฐบาลจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ซึ่งได้ทำการตามข้อเสนอแนะของธนาคารโลกด้วยการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา นอกจากนั้น กิจกรรมด้านโรงแรมจัดได้ว่าเป็นธุรกิจลำดับแรก ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน อันเป็นไปตามแนวทางขององค์การที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาระดับโลกที่เสนอให้ประเทศที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมารองรับนักท่องเที่ยวจากโลกตะวันตก อย่างไรก็ตามในช่วงรอยต่อรัฐบาลของ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ กับจอมพล ถนอม กิตติขจร (พ.ศ. 2505-2518) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นตึงเครียด โดยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว สหรัฐอเมริกาเองกำลังเข้าร่วมการทำสงครามเพื่อปกป้องภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จากลัทธิคอมมิวนิสต์ และบริเวณที่เป็นจุดเผชิญหน้าสำคัญคือประเทศเวียดนาม โดยรัฐบาลไทยได้อนุญาตให้สหรัฐอเมริกามาตั้งฐานทัพภายในประเทศไทยเพื่อส่งทหารอเมริกันไปรบในสงคราม การมีฐานทัพในประเทศไทยได้กลายเป็นสถานที่พักผ่อนในวันหยุดของทหารอเมริกันที่ไปรบในสงครามเวียดนาม (ช่วงปี พ.ศ. 2512) โดยบริเวณที่มีฐานทัพของอเมริกันตั้งอยู่ เช่น อำเภอดาคลี จังหวัดนครสวรรค์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี รวมไปถึง จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดนครราชสีมาด้วยเช่นกัน

การตั้งพื้นที่ของฐานทัพอเมริกันดังกล่าวนอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการสนับสนุนทางด้านการทำสงครามเวียดนามแล้ว ในอีกบริบทบริเวณพื้นที่ดังกล่าวทั้งใกล้เคียงและโดยรอบของการตั้งฐานทัพดังกล่าวได้กลายมาเป็นศูนย์กลางของการพักผ่อนและความบันเทิงเรีงรมย์ โดยในช่วงเวลาดังกล่าว กรุงเทพฯ ต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวถึงปีละ 71,000 คน (กาญจนา แก้วเทพ, 2577, น. 44) และในช่วงเวลาดังกล่าวได้เกิดปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสังคมไทยคือ เกิดแหล่งเรีงรมย์จำนวนมากในพื้นที่เขตที่ตั้งฐานทัพอเมริกัน เช่น ไนต์คลับ สถานอาบอบนวด บาร์เบียร์ และโรงแรม เป็นต้น หลังจากสงครามเวียดนามสิ้นสุดลง รายได้ของธุรกิจต่าง ๆ ที่มาจากการตั้งฐานทัพของอเมริกันในประเทศไทยก็หดหายไป โดยหลงเหลือเพียงภาพความทรงจำที่เคยครึกครื้น แต่ทว่าด้วย

ความครึกครื้นและการทำรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมากดังกล่าว จึงทำให้รัฐบาล (ในสมัยนั้น) เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาคอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ดังนั้นรัฐบาลจึงบรรจุนโยบายการท่องเที่ยวเข้าไปไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2519) เป็นต้นมา ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่ารัฐไทยมองการท่องเที่ยวสมัยใหม่หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ และวัตถุประสงค์หลักของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยคือ วัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ เช่น ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 รัฐบาลได้ลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 30 ของการลงทุนทั้งหมด ซึ่งตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในด้านภาคอุตสาหกรรมบริการที่จะเป็นตัวนำของการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการบริการด้านการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2540 รัฐบาลไทยก็ยังคงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศทั้งในยามปกติและในยามที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจจากภาคส่วนอื่น ๆ เช่น การเกษตร อุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามหลังจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นบริบทหลักในการพัฒนาของแต่ละประเทศเพื่อสร้างรายได้จำนวนมาก ก็เริ่มมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงผลกระทบในด้านลบมากมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ต่อวัฒนธรรม และความยุติธรรมในการกระจายรายได้ให้แก่กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มชาวบ้านในชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งมีความพยายามในการแสวงหากระบวนการทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ฯลฯ โดยกระแสดังกล่าวเหล่านี้ได้ไหลเวียนเข้ามาสู่สังคมไทยด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงทำให้เกิดการเผยแพร่แนวคิดและแนวทางปฏิบัติเรื่องกระบวนการทัศน์แบบทางเลือกของการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับกระแสหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2577, น. 46)

สำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับตลาดน้ำและตลาดเก่ามีงานศึกษาที่น่าสนใจอยู่หลายชิ้นไม่ว่าจะเป็น งานของ สิริลักษณ์ ปรีณรัมย์ (2548) เรื่อง “การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” สมฤทัย เสือปาน (2549) เรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว” จุฑาทิพย์ วัฒนธรรมนันท (2551) เรื่อง “การรับรู้ข่าวสารและประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ” เลือกศึกษา 3 ตลาด คือ ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม ตลาดน้ำตลิ่งชัน จ.กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จ. สมุทรปราการ ธีติรัฐ ธรรมจง (2553) เรื่อง “การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี” รวมไปถึง พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์ (2553) เรื่อง “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” ล้วนแสดงให้เห็นถึง พื้นที่ ของ

การศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถี วัฒนธรรม ชุมชน ที่เก่าแก่ ซึ่งงานต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นหน่วยงานของรัฐระดับท้องถิ่นที่มีส่วนในการบริหารจัดการของบรรดาตลาดน้ำ หรือตลาดเก่า อันได้แก่ เทศบาลตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล ประชาคม นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์จากรัฐโดยตรงอันได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านช่องทางสื่อมวลชนต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาของ

เบญจา จันทร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน” ผลการศึกษาพบว่า ตลาดดอนหวายมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เนื่องจากมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูงบางอย่าง ได้แก่ การให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ป้ายเตือนข้อควรระวังแก่นักท่องเที่ยว เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ การบริการข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวและหน่วยปฐมพยาบาล ส่วนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น พบว่า คณะกรรมการบริหารเป็นคนท้องถิ่น ประกอบด้วยผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ ซึ่งการบริหารงานไม่มีการกำหนดโครงสร้าง ไม่มีการกำหนดหน้าที่ และวาระการดำรงตำแหน่งอย่างชัดเจน ส่วนประชาชนท้องถิ่นสามารถเสนอความคิดเห็นด้านต่าง ๆ ต่อกรรมการได้ สำหรับแนวทางการพัฒนาตลาดดอนหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ควรมีการพัฒนา 3 ด้าน คือ 1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูง 2. ด้านบุคลากร ควรจัดอบรมให้ผู้นำชุมชนมีความรู้ทางด้านการบริหารจัดการและควรจัดอบรมแก่ประชาชนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการให้บริการและต้อนรับนักท่องเที่ยว 3. ทางด้านความพร้อมของชุมชน ควรให้ชุมชนดูแลสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีการดำเนินการทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อมวลชน

รัฐทิติยา หิรัญยหาต (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดกาญจนบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของบ้านหนองขาวมีศักยภาพในด้านคุณค่าทางการศึกษา ความปลอดภัย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานการประชาสัมพันธ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง แต่ศักยภาพในด้านความพร้อมของบุคลากรควรมีการปรับปรุง นอกจากนี้ต้องมีการเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านสาธารณูปโภคขั้นสูงในสิ่งต่าง ๆ เช่นร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เลือกแนวคิดทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชนบริหารจัดการเองโดยมีองค์กรนอกสนับสนุนให้คำปรึกษาและได้มี

การวางแผนทางการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่การปรับปรุงเส้นทางการคมนาคม การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก และจัดสร้างห้องสุขา สำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการวางแผนทางพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการ เพื่อดูแลการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอีกด้วย

จิราวรรณ กาวิละ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาหมู่บ้านววลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านววลาย ในรูปของกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการสังเคราะห์ปัญหา ได้นำเสนอโดยการคำนึงถึงความต้องการของชุมชนเจ้าของพื้นที่ ความยั่งยืนของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนและประโยชน์ที่ชุมชนพึงจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ ตลอดจนมีความสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภาครัฐ สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันกิจกรรมที่เสนอเป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านววลายได้แก่ การจัดตั้งศูนย์ศิลปหัตถกรรมบ้านววลาย การจัดงานเทศกาลเครื่องเงินบ้านววลาย การจัดท่องเที่ยวแบบถ้ำจักรยานท่องเที่ยววัฒนธรรมบ้านววลาย และการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านววลาย เป็นต้น โดยในระยะเริ่มแรกได้เสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ วิชาการ และอื่น ๆ ให้ชุมชนพร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและเพื่อให้ชาวบ้านววลายสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ในอนาคต

นอกจากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีบทความที่ผู้วิจัยได้สำรวจทบทวนและมีประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับงานชิ้นนี้ โดยชิ้นแรกเป็นบทความที่เกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่นำเอาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี รวมไปถึงความเป็นอยู่อย่างต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วนำมาสร้างขึ้นมาใหม่ในพื้นที่ใหม่ (re-invent) และเปิดเป็นพื้นที่ทางการท่องเที่ยวในขณะทำงานชิ้นที่สองเป็นงานที่แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นใหม่เช่น กีฬาหรืออาชีพ ที่ไม่ได้มีการอ้างอิงถึงความเป็นไปในอดีตที่เกิดขึ้นของสิ่งนั้น โดยบทความทั้งสองชิ้นยังได้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นกับกรณีของเพลินวานที่ผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นกรณีศึกษา

บทความของ Joseph S. Wood (1991) เรื่อง “Build, Therefore, Your own World: The New England Village as Settlement Ideal” ที่ได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสาร Annals of the Association of American Geographers ฉบับที่ 81 เล่มที่ 1 ที่มีจำนวน 18 หน้า (32-50) นั้นเป็นบทความที่ค่อนข้างจะเก่าไปแล้วแต่ก็มีประเด็นและความน่าสนใจอยู่ไม่น้อย ในบทความดังกล่าวมีการกล่าวถึง ชาวอังกฤษที่ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากในประเทศสหรัฐอเมริกาแล้วนำเอาแนวคิด วัฒนธรรม

วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ต่าง ๆ ที่ติดตัวมาด้วยมาสร้างเป็นหมู่บ้านขึ้นมาใหม่ที่เรียกว่า New England Village ที่เคยเกิดขึ้นในสมัยศตวรรษที่ 19 โดยการประดิษฐ์วัฒนธรรมและชุมชนขึ้นมาใหม่ ทั้งในเรื่องของการวางภูมิทัศน์ (Landscape) รูปแบบอาคาร โรงนา โบสถ์ รวมไปถึงวัสดุที่ใช้สร้างในสมัยดังกล่าว โดยได้หยิบยกตัวอย่างของการสร้างหมู่บ้าน New England Village ที่เกิดขึ้น ที่คอนคอร์ด ในมลรัฐแมสซาชูเซต และ ลิทซ์ฟีลด์ ในมลรัฐคอนเนคติกัส มาประกอบคำอธิบาย

New England Village นั้น มีการวางโครงข่ายทางสังคมที่เข้มแข็ง และมีการสร้างชุมชนที่แบ่งงานกันทำอย่างลงตัว ทั้งในเมืองและหมู่บ้านจะมีศูนย์กลางที่ถูกจัดไว้เพื่อเป็นศูนย์ประชุมเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของลูกบ้านและมีสถานที่ที่เตรียมไว้สำหรับพักผ่อนในยามเดินทาง นอกจากนี้ยังมีถนนที่ใช้เชื่อมต่อเส้นทางไปยังแต่ละส่วนของหมู่บ้าน มีทั้งชาวบ้านที่ทำเกษตรกรรมรวมไปถึงหมู่บ้านชาวประมง ใน New England Village ยังมีการสร้าง หมู่บ้านที่เป็นศูนย์กลาง สร้างวิถีดั้งเดิมของหมู่บ้าน โดยเลือกเอาอดีตที่คุณค่าและนำมาสร้างขึ้นมาใหม่ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลการครอบงำการสร้างพื้นที่จากชนชั้นสูง (elite) เป็นพื้นที่แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมต่อของศตวรรษที่ 18 และ 19 ที่เกิดขึ้นในอังกฤษ ซึ่งประเด็นในการสร้างเหล่านี้ได้ถูกสู่การสร้างหมู่บ้าน New England Village อย่างมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต (Wood, 1991, p. 35) งานเขียนดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลทางความคิดในเรื่องการสร้างพื้นที่ด้วยการนำเอาวิถี ขนบธรรมเนียม ประเพณี และการดำรงชีวิตต่าง ๆ มาสร้างขึ้นมาใหม่ในพื้นที่หนึ่ง เช่นเดียวกันกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับการสร้างชุมชนชาวดัตช์ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ในมลรัฐ เพนซิลวาเนีย ที่ชื่อว่า อามิส เค้าคัต เป็นชุมชนที่ได้นำเอารูปแบบการดำรงชีวิตของชาวดัตช์มาสร้างขึ้นมาใหม่ในอเมริกา เป็นเมืองที่มีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน มีทั้งโรงงานอุตสาหกรรม มีระบบการเกษตร มีโรงไฟฟ้าซึ่งผลิตไฟขึ้นใช้เอง มีการสร้างระบบขนส่ง มีที่พัก และมีร้านค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวดัตช์ และที่สำคัญชุมชนอามิสเค้าคัตนี้ได้เปิดให้เป็นพื้นที่ทางการท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วยเช่นกัน³

นอกจากนี้บทความของ Notehelfer (1999) เรื่อง “Mirror of Modernity: Invented Traditions of Modern Japan” ที่ได้รับการตีพิมพ์ลงใน วารสาร Journal of Japan Studies ฉบับที่ 25 ในหน้า 432-438 นั้นเป็นบทความที่มีความน่าสนใจเช่นกัน โดยที่บทความชิ้นนี้ Notehelfer ได้แสดงความคิดเห็นในเชิงโต้แย้งว่า ประเพณี การละเล่น กีฬา อาชีพในประเทศญี่ปุ่น ที่ถูกสร้างขึ้นในยุคสมัยใหม่นั้นไม่ได้มีการเชื่อมโยงกับอดีตที่ผ่านมา (disconnect the lineage) โดย Notehelfer ได้หยิบยกกรณีของการเล่นซูโม่ขึ้นมาเพื่อประกอบการอธิบายว่า กีฬาซูโม่ในอดีตไม่ได้มีรูปแบบอย่างที่เรารู้จักกันในปัจจุบัน โดยกีฬาซูโม่นั้นไม่ได้เล่นกันบนสนาม (ring) เป็นกีฬาที่มีการต่อสู้กันของสอง

³ สนใจศึกษาเพิ่มเติมได้จาก <http://www.discoverlancaster.com/towns-and-heritage/amish-country/index.asp>

ฝ่ายโดยตัดสินกันที่ฝ่ายใดทุ่มอีกฝ่ายลงบนพื้นถือว่าเป็นผู้ชนะ ไม่ได้จำกัดว่าต้องต่อสู้กันบนเวทีเท่านั้น หรือกรณีของบริการสาวชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในร้านกาแฟในยุคสมัยใหม่ก็ไม่ได้มีภาพเกี่ยวโยงหรือสัมพันธ์กับภาพของ เกอิชา (geisha) ที่เป็นผู้หญิงคอยให้ความบันเทิงของญี่ปุ่นในสมัยก่อน (Notehelfer, 1999, pp. 434-435)

งานชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือถูกสร้างขึ้นภายใต้ภาวะของความทันสมัยนั้น ไม่ได้มีมิติความสัมพันธ์หรือมีการเชื่อมโยงต่อเนื่องกับอดีต ทั้งนี้การเกิดขึ้นใหม่เป็นการผลิตซ้ำ (reproduction) ที่อาจไม่ต้องมีวัตถุโบราณ (ancient material) ในการอ้างอิง อาจเป็นเพียงแค่เคยมีสิ่งนี้เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมา กรณีดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับกรณีของเพลินวานตรงที่ เพลินวานได้นำอดีตบางช่วงเวลามาผลิตซ้ำโดยที่ไม่ได้อ้างอิงกับสิ่งดังกล่าว เช่น พื้นที่ของเพลินวานก่อนหน้านั้นก็เป็นพื้นที่ว่างเปล่าไม่มีความเป็นประวัติศาสตร์อยู่ในพื้นที่ เทศกาลงานวัดก็ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับพื้นที่แต่อย่างใด แต่เทศกาลงานวัดกลับถูกสร้างขึ้นในพื้นที่ที่ไม่ใช่วัด ขนมหหรือของเล่นหลายอย่างเช่น หมากฝรั่งตราแมว ป้องแปง ลูกข่าง ก็ไม่ได้เกิดขึ้นหรือเกี่ยวพันกับพื้นที่แต่อย่างใด ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ประดิษฐ์ในยุคสมัยใหม่ได้แสดงให้เห็นว่า ไม่มีการเชื่อมต่อความเป็นอดีตกับยุคสมัยใหม่ในปัจจุบัน

ทั้งนี้งานวิจัยหลายชิ้นที่ผู้วิจัยหยิบยกขึ้นมานั้นล้วนแสดงให้เห็นถึง ความแตกต่างและเกี่ยวโยงไปกับการสร้างวัฒนธรรม เกี่ยวโยงกับชุมชน รวมไปถึงการสร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีมิติทางการศึกษามากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม: จากหัวหินสู่เพลินวาน

ในบทนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึง การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ของหัวหินโดยเริ่มตั้งแต่ยุคแรก ๆ (ก่อน พ.ศ. 2475) เรื่อยมาจนถึงเพลินวานในปัจจุบัน ทั้งนี้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยพบว่าในพื้นที่ของหัวหินเองมีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมากมายทั้งทางด้านที่อยู่อาศัย และด้านการท่องเที่ยว ซึ่งบริบทของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเหล่านี้ได้ส่งผลต่อการสร้างพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่ที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสานอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้การนำเสนอเรื่องราวความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอเสนอเรื่องราวต่าง ๆ โดยเริ่มตั้งแต่บริบททางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่หัวหิน ความต่างในการสร้างพื้นที่ที่เกิดขึ้นของเพลินวาน โดยมีลำดับหัวข้อในการเสนอดังนี้

- 3.1 ความสำคัญของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 3.2 การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ ของ หัวหิน
- 3.3 บริบทที่เปลี่ยนแปลงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมก็เปลี่ยนไป
- 3.4 เพลินวาน ความต่างในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม
- 3.5 สรุปท้ายบท

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เนื้อหาและข้อมูลดังกล่าวผ่านเอกสาร ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยทำการเรียบเรียงและนำเสนอด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ความสำคัญของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดเก่าแก่แห่งหนึ่งของประเทศไทย จากการขุดค้นพบเครื่องมือสมัยหินกลางหรือที่เรียกว่าเครื่องมือหินกะเทาะ ที่เขื่อนเพชร อ.ปราณบุรี แสดงให้เห็นว่าเมื่อประมาณ 10,000-5,000 ปีมาแล้ว เคยมีการตั้งชุมชนบริเวณนี้ นอกจากนี้ยังมีการค้นพบเครื่องมือสมัยหินใหม่คือ หินทุบผ่าเปลือกไม้ที่อำเภอทับสะแกอีกด้วย ทั้งนี้จังหวัดประจวบฯไม่สามารถตั้งขึ้นเป็นเมืองได้อย่างมั่นคงถาวรมาแต่สมัยโบราณ สาเหตุเป็นเพราะมีช่องสิงขรหรือด่านสิงขรอยู่ในเส้นทางเดินทัพจากพม่าผ่านมายังไทย ช่องสิงขรจึงเป็นด่านแรกที่ต้องเผชิญกับข้าศึกทำให้ชาวบ้านต้องอพยพย้ายถิ่นเพื่อหลบภัยสงครามเรื่อยมา ในสมัยกรุงศรีอยุธยา จ.ประจวบฯ มีชื่อปรากฏในหนังสือ คำให้การชาวกรุงเก่าในชื่อ เมืองนารัง ซึ่งคาดว่าร้างไปเมื่อคราวเสียกรุงศรีอยุธยาให้แก่พม่าในปี พ.ศ. 2310

จนกระทั่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งเมืองขึ้นใหม่ที่ปากคลองบางนางรม เรียกว่าเมืองบางนางรมตามชื่อคลอง ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 มีการเปลี่ยนชื่อเป็นเมือง ประจวบคีรีขันธ์ ในยุคนี้เองที่ประจวบฯ มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ด้วยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าฯ ทรงคำนวณว่าจะเกิดสุริยุปราคาที่ ต.วังก์ก่อ ได้อย่างแม่นยำ ทำให้ทั่วโลกได้ประจักษ์ถึงความสามารถด้านดาราศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของคนไทย (ณัฐชยา ราทิกุลกรลักษณ์, 2547, น. 19)

หัวหิน¹ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีเรื่องราวและความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์อยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างพระราชวังไกลกังวล พลับพลาที่ประทับรถไฟ การสร้างโรงแรมรถไฟ การสร้างสนามกอล์ฟและตลาดนัดรถไฟ เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวของหัวหินได้ถูกเล่าขานผ่านสิ่งต่าง ๆ มากมายที่กลายมาเป็นเอกลักษณ์บางอย่างของหัวหิน ทำให้หัวหินในวันนี้กับหัวหินในวันวานมีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งในแง่มุมของเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรวมถึงการประดิษฐ์ที่เป็นวัตถุหรือวัฒนธรรมที่ได้สะท้อนให้เห็นความเป็นไปต่าง ๆ มีการเล่าสืบต่อกันมาว่า

มีชาวบ้านกลุ่มหนึ่งจากเมืองเพชรบุรีได้อพยพหนีความอดอยากลงมาทางใต้จนมาถึงบริเวณบ่อฝ้าย หนองสะแกและเขาตะเกียบซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านชาวบ้านเหล่านั้นจึงลงหลักปักฐานสร้างบ้านเรือนและทำประมงเป็นอาชีพหลัก ต่อมาเมื่อชาวปักข์ได้ ได้แก่ ชาวภูเก็ต พัทลุง และตรัง ย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ด้วยทำให้ชุมชนขยายตัวใหญ่ขึ้นเป็นชุมชนผสมระหว่างคนภาคกลางและคนภาคใต้มีภาษาพูดและสำเนียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเรียกว่า บ้านสมอเรียงตั้งอยู่ใกล้กับคลองสมอเรียงเนื่องจากบริเวณนี้มีแนวเขตหินใหญ่น้อยเรียงรายไปตามแนวชายฝั่ง จึงมีการเปลี่ยนชื่อหมู่บ้านตามลักษณะภูมิศาสตร์ว่า บ้านหินเรียง ต่อมาได้กลายเป็น บ้านแหลมหินและบ้านหัวหินในที่สุด (ณัฐชยา ราทิกุลกรลักษณ์, 2547, น. 22)

แม้ว่าในอดีต หัวหิน จะไม่ได้มีความโดดเด่นและสำคัญมากมายดังเช่นปัจจุบัน แต่ชื่อของ หัวหิน หรือ แหลมหิน ก็มักจะถูกกล่าวถึงอยู่เสมอ การถอยร่นของชุมชน เช่น ชุมชนสมอเรียง ชุมชนแหลมหิน ชุมชนบ่อฝ้ายมาจนถึงจุดที่ตั้งของอำเภอหัวหินในปัจจุบันและไม่ได้ถอยร่นต่อไปนั้นแสดงให้เห็นว่าบริเวณดังกล่าวมีความเหมาะสมในการตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพและดำรงชีวิตเมื่อชุมชนต่าง ๆ รวมตัวกันมากขึ้นพื้นที่ดังกล่าวก็เริ่มขยายใหญ่ขึ้น ทำให้เริ่มมีความสำคัญและมีบทบาทในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาพื้นที่ดังกล่าวก็ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากนัก จนมาถึงในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 พื้นที่บริเวณหัวหิน (ในปัจจุบัน) เริ่มเป็นที่ประจักษ์มากขึ้นแต่ก็ยังจำกัดอยู่ในระดับของราชวงศ์และชนชั้นสูงเท่านั้น

¹ จังหวัดประจวบฯ ประกอบด้วย 8 อำเภอ คือ หัวหิน ปราณบุรี สามร้อยยอด กุยบุรี เมืองทับสะแก บางสะพาน และ บางสะพานน้อย

3.2 การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ ของ หัวหิน

ในปี พ.ศ. 2377 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) พบว่า² เพชรบุรี มีหาดทราย ชายทะเลแปลกกว่าที่อื่นคือมีกลุ่มหินกระจัดกระจายอยู่อย่างสวยงาม พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศรวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษฎาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) เป็นเจ้านายองค์แรกที่สร้างตำหนักหลังใหญ่ชายทะเลด้านใต้ของหมู่หิน และประทานชื่อตำหนักว่า “แสนสำราญสุขเวศน์” ต่อมาทรงปลูกอีกหลังหนึ่งแยกเป็น “แสนสำราญ” และ “สุขเวศน์” เพื่อไว้ใช้รับเสด็จเจ้านาย พร้อมกับทรงสร้างเรือนขนาดเล็กใต้ถุนสูงอีกหลายหลังซึ่งต่อมาก็กลายเป็น “บังกะโลสุขเวศน์” และทรงขนานนามหาดทรายบริเวณตำหนักและหาดถัด ๆ ไปทางใต้เสียใหม่ว่า “หัวหิน” ซึ่งเป็นคนละส่วนกับบ้านแหลมหินเดิม โดยมีกองหินชายทะเลเป็นที่หมายแบ่งเขต โดยบ้านแหลมหินเดิมมีเขตด้านใต้ถึงเพียงแค่นกเตยใหญ่ชายทะเลเท่านั้นไม่ได้มาถึงที่ดินของเสด็จในกรม ครั้นเมื่อเวลาผ่านไป ชื่อ “หัวหิน” ก็แผ่คลุมทั้งหาดทั้งตำบลจนขยายเป็นอำเภอหัวหิน

หัวหิน³ เป็นเมืองตากอากาศเก่าแก่และคลาสสิกที่ได้รับความนิยมมานาน เป็นหนึ่งในเมืองตากอากาศชายทะเลแรก ๆ ของเมืองไทย โดยความสวยงามของ หัวหิน เริ่มเป็นที่รู้จักครั้งแรกในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อครั้งพระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นายเฮนรี กิตตินส์ เลขาธิการกรมการรถไฟและกรมหลวงดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทย สำนวญเพื่อเตรียมก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ ซึ่งได้เสนอรายงานถึงความสวยงามของหาดทรายชายทะเลหัวหินว่าเหมาะที่จะสร้างเป็นเมืองตากอากาศพักผ่อนชายทะเล ภายหลังเมื่อเส้นทางรถไฟแล้วเสร็จ หัวหินจึงเป็นเมืองตากอากาศที่ได้รับความนิยมอย่างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบุคคลสังคมชั้นสูงและยังคงได้รับความนิยมจวบจนปัจจุบัน จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของหาดหัวหินคือกองหินที่กระจายตัวอยู่หน้าโรงแรมรถไฟ ความสวยงามและโรแมนติกของหาดหัวหินเป็นที่มาของนิยายดังเรื่อง "ปริศนา" ที่คนไทยก่อนประเทศคู่เคียงเคยตี

3.2.1 การสร้างพื้นที่ก่อนปี พ.ศ. 2475

นับตั้งแต่หัวหินถูกค้นพบประกอบกับทางราชการจะสร้างเส้นทางรถไฟสายใต้ลงไปเชื่อมกับทางมลายู ในยุคสมัยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ราวปี พ.ศ. 2442 จนถึงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 สังคมไทยและสังคมของหัวหินอยู่ในยุคของการปกครองโดยพระราชาภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ หัวหิน ในยุคสมัยดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมาก

² อ้างใน http://www.huahinpocketguide.com/index.php?lay=boardshow&ac=webboard_show&ac

³ อ้างใน <http://travel.sanook.com/932932>

จากชาวพระนครที่หลบร้อนกันมาพึ่งลมเย็นที่พัดเอื่อย ๆ อยู่ตามโชดหิน จากบันทึกของราชการในสมัยรัชกาลที่ 7 ปี พ.ศ. 2470 ชาวพระนครและชาวต่างชาติดลมาเที่ยวหัวหินมากถึง 10,000 คน และในปี พ.ศ. 2471 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 30,000 คน (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, น. 98) ในสมัยนั้นประชากรในพระนครยังมีจำนวนไม่มาก จำนวนตัวเลขที่มากถึง 30,000 คนนั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงความเฟื่องฟูของหัวหิน แม้ว่าในขณะนั้นจะมีที่พักไม่มากนักก็มีเพียงตำหนักเจ้านายและเรือนของเสนาบดีมีคหบดีลงไปสร้างบ้านอยู่บ้างไม่กี่ท่าน โรงแรมก็มีเพียงแห่งเดียวและจำนวนห้องพักก็ไม่มากมายนัก ดังนั้นการแบ่งเรือนให้อาศัยยืมหรือเช่าจึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในขณะนั้น

หัวหินในยุคแรกเริ่มเวลาเจ้านายชั้นสูงเสด็จานั้น ท่านทรงเดินทางกันด้วยม้า เพราะยังไม่มีรถยนต์ลงไป ถนนก็ยังไม่ได้สร้างไปถึง มีเพียงรถไฟที่บุกเบิกลงไปก่อน ตำหนักพักตากอากาศก็มีอยู่ไม่กี่หลัง ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2465 เมื่อยังไม่มีโรงแรมรถไฟ เวลาที่เจ้านายแต่ละองค์เสด็จจะไปพำนักที่ตำหนักแสนสำราญและบังกะโลสุขเวศน์ของเสด็จในกรมพระนครฯ เป็นส่วนใหญ่ โดยตำหนักดังกล่าวได้ถูกใช้เป็นที่พักของเจ้านายพระราชวงศ์และเสนาบดีเพียงเท่านั้น นอกจากจะเสด็จไปเพื่อสำราญพระอิริยาบถแล้ว ยังเชื่อกันว่าการเปลี่ยนอากาศหรือไปตากอากาศจะเป็นผลดีต่อสุขภาพร่างกายทำให้ร่างกายแข็งแรงต่อสู้กับโรคภัยได้ อีกทั้งหัวหินยังได้ถูกใช้เป็นสถานพักพระทัยให้คลายความโศกเศร้าของพระราชวงศ์ชั้นสูง ดังเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2461 ที่หลังจากสมเด็จพระราชปิตุลาบรมพงศาภิมุข เจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช ทรงสูญเสียพระชายาของท่าน ตามความในหนังสือ เกิดวังปารุสก์ ความว่า *“การที่หม่อมเล็กซึ่งเป็นชายาที่ทรงรักอย่างยิ่งมาเสียชีวิตลงเมื่ออายุน้อยทำให้ทุลกระ หม่อมปู่บุญทรงโศกเศร้า อย่างเหลือที่จะบรรยายได้ จนถึงกับล้มประชวร เมื่อค่อยยังชั่ว จึงได้เสด็จไปพักผ่อนที่หัวหิน พ่อเชิญเสด็จไปพักผ่อนที่บ้านของเราที่ตำบลนั้น...”* (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, น. 102-103)

แม้ว่าความนิยมไปพักตากอากาศชายทะเลจะเริ่มนิยมในโลกตะวันตกมาก่อนที่จะเผยแพร่เข้าสู่ประเทศไทย ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงสู่ความทันสมัย เมื่ออิทธิพลของความรู้และวัฒนธรรมตะวันตกหลังไหลมาตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา การตากอากาศชายทะเลเป็นสิ่งที่เผยแพร่เข้ามาพร้อมกับชาวตะวันตก ความรู้ทางการแพทย์สมัยใหม่และการคมนาคมทางรถไฟ การเริ่มต้นตากอากาศชายทะเลในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยเกิดจากการเรียกร้องของชาวอังกฤษในกรุงเทพฯ (ชัย เรื่องศิลป์, 2524, น. 172-175) ที่ต้องการสถานที่พักผ่อนชายทะเลเพื่ออากาศบริสุทธิ์และรักษาสุขภาพ เช่นเดียวกับการขอให้ทางการตัดถนนเพื่อขี่ม้าออกกำลังกายและการขอเช่าที่ดินแถบทุ่งพญาไทเพื่อสร้างสนามม้าทำให้พวกเขาได้ใช้ชีวิตในสยาม เช่นที่เคยปฏิบัติในบ้านเมืองของตนในยุโรปครั้งนั้น พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีพระกรุณามหาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้ตำบลอ่างหิน แขวงเมืองชลบุรีเป็นสถานที่ตากอากาศของพวกฝรั่งสำหรับไปพักผ่อน

อย่างไรก็ตามอ่างหิน (หรืออ่างศิลาในเวลาต่อมา) ยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่ชาวสยาม โดยทั่วไปเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเล แม้ว่าในขณะนั้นวงการแพทย์ในประเทศตะวันตก เริ่มจะมีข้อแนะนำที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายแล้วว่า การอาบน้ำทะเล เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่นเดียวกับการดื่มและอาบน้ำแร่ อันเป็นเหตุผลอย่างหนึ่งที่ชาวอังกฤษตั้งแต่สมัยพระเจ้าจอร์จที่ 3 เริ่มไปอาบน้ำทะเลกันเพื่อรักษาโรคหุบบ้านเล็ก ๆ อย่าง Bright helm stone เริ่มมีชื่อเสียงขึ้นในนามของ Brighton เมืองตากอากาศชายทะเล (David & Pamela, 1957, pp. 29-30) การรักษาสุขภาพด้วยน้ำแร่สำหรับคนไทยนั้น เป็นที่เข้าใจว่าเริ่มปรากฏขึ้นครั้งแรกในราชสำนักของ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ชาววังนิยมดื่มน้ำแร่ เอเวียง (Evian) ที่ส่งมาจากประเทศฝรั่งเศสเพื่อรักษาสุขภาพ และเมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จไปประพาสยุโรปครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2449 ได้มีโอกาสเสด็จไปรักษาพระองค์โดยการอาบน้ำแร่จากการแนะนำของหมอฝรั่งเศส เช่นที่เมือง Baden Baden ประเทศเยอรมนี เป็นต้น

ส่วนการไปชายทะเลนั้น เริ่มตั้งแต่รัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อมีเรือกลไฟลำแรกชื่อ สยามอรชุนพล ทำให้สามารถเสด็จพระราชดำเนินยังหัวเมืองชายทะเลได้สะดวก เช่น เกาะสีชัง ในรัชกาลต่อมาบริเวณบริเวณชายทะเลแถบนี้ได้กลายเป็นพื้นที่พักผ่อนของพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น เมื่อสมเด็จพระศรีสวรินทราบรมราชเทวี ทรงพระประชวร ในปี พ.ศ. 2443 ได้เสด็จไปรักษาพระองค์ที่อำเภอศรีมหาธาตุ อันเป็นจุดเริ่มต้นของ โรงพยาบาลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ในปัจจุบัน สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาชี้ให้เห็นว่าในอดีตหัวหินได้ถูกใช้เป็นพื้นที่ของชนชั้นสูงซึ่งมีการประดิษฐ์พื้นที่ดังกล่าวไปทางด้านสันตนาการเป็นส่วนใหญ่ เช่น โรงแรม สนามกอล์ฟ ตลาด เป็นต้น ซึ่งเรื่องดังกล่าวได้สอดคล้องกับสิ่งที่ว่า ในปี พ.ศ. 2467 กรมรถไฟหลวงได้จัดตั้งแผนกโฆษณาขึ้น เพื่อประกาศให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวตะวันตกและชาวสยามได้ทราบถึงการบริการของโฮเต็ลหัวหินที่กรมรถไฟเป็นผู้ดูแลดังจะเห็นได้ว่าการจัดทำคู่มือท่องเที่ยวสยามเป็นภาษาอังกฤษ ชื่อว่า Guide Book of Siam โดยหอจดหมายเหตุแห่งชาติได้เก็บรักษา คู่มือท่องเที่ยวฉบับนี้เอาไว้อย่างสมบูรณ์โดยมีบทที่กล่าวถึงหัวหินเอาไว้ว่า

. . .Hua Hin, which is the seaside resort, is soon reached and if one has time it should be favoured with a visit. The sea is some 10 minutes quite walk from the railway station and situated right on the beach are furnished bungalows which can be rented by applying to the traffic superintendent at Bangkok. Here in addition to excellent sea bathing, one may shoot leopard; dears, hares and doves but, except for the latter, guides must be obtained. . . (สุภัญญา ไชยภาษี, 2551, น. 136)

นอกจากคู่มือการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษแล้ว ยังมีหนังสือเชิญชวนที่เป็นภาษาไทยที่จัดพิมพ์เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2484 ดังนี้

เที่ยวชายทะเลหัวหิน, อากาศบริสุทธิ์, ทำให้ร่างกายแข็งแรง, เกิดความสดชื่นแห่งชีวิต มีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์ ซึ่งความสำคัญประการดังกล่าวนี้ ย่อมเป็นความปรารถนาอันยิ่งใหญ่ของประชาชนทั่วไป ตามปกตินั้นธรรมชาติของมนุษย์ต้องการพักผ่อน กล่าวคือ เมื่อภายหลังที่ได้คร่ำเคร่งมากับหน้าที่การงานอันเป็นการครองชีพ ร่างกายก็ต้องการพักผ่อนเพื่อการปรับปรุงร่างกายให้เกิดความเข้มแข็งเพื่อดำเนินงานต่อไปให้มีสมรรถภาพเป็นอย่างดีขึ้นอีก ฉะนั้น⁴ แล้วจะมีอะไรที่วิเศษและให้ประโยชน์แก่ร่างกายชีวิต และจิตใจอย่างแน่นอนดีไปกว่า การพักผ่อนเที่ยวตากอากาศชายทะเลหัวหิน (สุกัญญา ไชยภาชี, 2551, น. 142)

ส่วนความสำคัญของทางรถไฟที่มีต่อการเดินทางไปตากอากาศชายทะเลในยุโรป ขณะนั้น เริ่มเกิดขึ้นภายหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้มากขึ้น โดยอาศัยเครื่องจักรโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นภายในเวลารวดเร็ว กรรมกรพากันอพยพเข้ามาอาศัยในบริเวณเขตเมือง มีการก่อสร้าง อาคาร โรงงาน บ้านพักอาศัยแทนที่ว่างในเมือง เช่นเดียวกับอากาศบริสุทธิ์ถูกแทนที่ด้วยหมอกควันจากโรงงานเหล่านั้น วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป จากเกษตรกรที่ทำงานตามฤดูกาลเพาะปลูกมา เป็นกรรมกรในโรงงานที่ทำงานซ้ำซากจะหยุดพักได้เพียงวันอาทิตย์ ความแออัดคึกคักวุ่นวายนี้ทำให้คนงานกรรมกรในเมืองต้องการที่สงบ อากาศบริสุทธิ์เพื่อพักผ่อนและที่สำคัญต้องเสียค่าใช้จ่ายไม่มากเกินไปกว่าค่าจ้างที่ได้รับจากโรงงาน ชาวเมืองจึงอาศัย รถไฟ ยานพาหนะแบบใหม่ ที่สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมากแวะพักผ่อนระหว่างเส้นทางที่ผ่านเมืองชายทะเลในวันหยุดสุดสัปดาห์ เช่น เมือง Brighton สำหรับชาวลอนดอน Deauville สำหรับชาวปารีส Atlantic City สำหรับชาวนิวยอร์ก และ หัวหิน สำหรับชาวกรุงเทพฯ

สิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดภาพรวมว่า จากความเปลี่ยนแปลงครั้งแรกที่เกิดขึ้นที่หัวหินตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) เป็นต้นมาทำให้ หัวหิน กลายมาเป็นเมืองที่เริ่มมีความผูกพันกับราชินิกุลและเชื้อพระวงศ์ จึงทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจของคนทั่วไปว่า หัวหิน เป็นสถานที่ที่มีลักษณะพิเศษและมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ไม่เหมือนกับสถานที่ตากอากาศทั่วไปกล่าวคือ เป็นสถานที่สำหรับชนชั้นสูงในสังคมเพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ หัวหิน (ในยุคแรก) เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยมีการก่อสร้างสถานที่สำคัญต่าง ๆ มากมาย โดยการประดิษฐ์ในครั้งนี้ถือเป็นการประดิษฐ์โดยชนชั้นสูงทางสังคม สิ่งที่เป็นหลักฐานและแสดงให้เห็นการประดิษฐ์เหล่านี้ได้แก่ พระราชวังต่าง ๆ อาทิ พระราชวังรามราชนิเวศน์ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน พระราชวังไกลกังวล เป็นต้น หากพิจารณาย้อนกลับไปที่ก่อนการเปลี่ยนแปลง

⁴ คำว่า ฉะนั้น และ คำว่า จิตร์ เป็นคำที่สะกดแบบนี้ในสมัยนั้น

การปกครอง พ.ศ. 2475 หัวหินเองก็ได้ผ่านการประดิษฐ์มาแล้วครั้งหนึ่ง กล่าวคือ ในห้วงเวลาดังกล่าวเป็นการประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นโดยชนชั้นสูง (elite group) อันจะเห็นได้จากการสร้างพระราชวังไกลกังวล การสร้างสนามกอล์ฟ การสร้างโรงแรมหัวหิน รวมไปถึงตลาดฉัตรไชย

ทั้งนี้สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าหัวหินในยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์นั้น เป็นยุคที่มีความสงบ สวยงาม และมีระเบียบ แทบจะกล่าวได้ว่า หัวหิน เปรียบเสมือนบ้านอีกหนึ่งหลังของเจ้านายพระราชวงศ์อย่างปฏิเสธไม่ได้เลย แม้กระทั่งในหลวงรัชกาลที่ 7 พระองค์ก็ทรงสร้างพระราชวังไกลกังวลขึ้นที่นี่และเสด็จมาประทับบ่อยครั้งราวกับเป็นบ้านหลังที่สอง ด้วยความที่หัวหินในช่วงก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นั้นเป็นช่วงที่หัวหินมีการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบของเมือง “ตากอากาศ” ดังนั้นสถานที่ซึ่งถูกจำกัดอยู่เฉพาะในวงของเจ้านายชั้นสูงเสียเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากการครอบครองที่ดินส่วนใหญ่ริมหาดจะเป็นของเจ้านายชั้นสูงแทบทั้งสิ้น ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าว หัวหิน ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาในรูปแบบของสังคมของชนชั้นสูงในรูปแบบของเมือง “ตากอากาศ” และได้ก่อให้เกิดวัฒนธรรมบางอย่างตามมา เช่น การฟังดนตรี การเดินตอนเช้า (morning walk) การจิบน้ำชายามบ่าย (afternoon tea) และวัฒนธรรมการกิน ดังจะเห็นได้จากไฮเตลหัวหิน และ ตลาดฉัตรไชยที่เกิดขึ้น

3.2.2 การสร้างพื้นที่ในช่วง พ.ศ. 2475-2510

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา หัวหินก็เริ่มเข้าสู่ยุคตกต้อยอยู่ช่วงหนึ่งอันเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง และการแย่งชิงอำนาจของรัฐบาลทหาร แต่ทว่าหลังจากปี พ.ศ. 2480 เป็นต้นมา หัวหินก็เริ่มเข้าสู่ความคึกคัก อยู่ฟูและเฟื่องฟูอีกครั้ง โดยมีผู้คนจากพระนครและละแวกใกล้เคียงได้เดินทางมาสัมผัสความงามที่หัวหินกันอย่างไม่ขาดสาย คนไทยผู้มีฐานะดีและที่อยู่ในสังคมชั้นสูงต่างหนีความร้อนจากกรุงเทพฯ ไปหาความร้อนแห่งใหม่ที่ชายทะเล โดยความเชื่อของคนในยุคดังกล่าวนี้ก็ยังมีความเชื่อที่สืบทอดกันมาว่า อากาศที่ชายทะเลจะทำให้สมองปลอดโปร่ง เส้นประสาทไม่ตึงและมีความสุขขึ้นได้ ซึ่งในห้วงเวลาดังกล่าว หัวหิน เป็นสถานที่ตากอากาศเพียงแห่งเดียวและยังไม่มีคู่แข่ง (บางปู พัทยา บางแสน) หัวหินจึงเริ่มกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง (งานวรรณกรรมเรื่อง พล นิกร กิมหงวน ตอน มนต์รักหัวหิน จะสะท้อนให้เห็นภาพของหัวหินในขณะนั้นได้เป็นอย่างดีหรือจะเป็นนวนิยายเรื่อง ปริศนา ที่สะท้อนภาพของหัวหินได้ชัดเจน เช่นกัน) ดังแสดงให้เห็นในภาพ 3.1 ที่แสดงให้เห็นการแต่งตัวไปเที่ยวพักผ่อนที่หัวหิน

ดังนั้นผู้คนจึงหลงใหลไปหัวหินกัน ซึ่งนวนิยายรักอมตะชื่อดังเรื่อง “ปริศนา” ของ ว.ณ.ประมวณมารค⁵ ได้สะท้อนภาพสังคมของหัวหินในสมัยนั้นได้เป็นอย่างดี โดยตัวละครที่ชื่อ หม่อมเจ้า พจน์ปรีชา ซึ่งเป็นพระเอกในเรื่องที่ทรงมีตำแหน่งกมโนมณที่หัวหินเฉกเช่นเดียวกับเจ้านายพระองค์อื่นในเวลานั้น ส่วน ครอบครัวของสามัญชนอย่าง “ปริศนา” ต้องไปพักแรมที่บังกะโลของ กรมรถไฟหลวงในยามที่จะไปตากอากาศที่หัวหิน ทั้งสองคือพระเอกและนางเอกในฝันของสังคมไทย ในยุคสมัยนั้นทั้งคู่ตกหลุมรักกันท่ามกลางฟองคลื่นและหาดทรายขาวที่หัวหินโดยมีเสียงเพลง “หัวหิน สิ้นมนต์รัก”⁶ ดังกังวานไปทั่วห้องเต้นรำของโรงแรมรถไฟ

⁵ เป็นนามปากกาของ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าวิภาวดีรังสิต ทรงมีพระนามเดิมว่า หม่อมเจ้า วิภาวดี รังสิต ทรงเป็นพระธิดาในพระราชนัดดาพระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ พระองค์เจ้า รัชนีแจ่มจรัส) ต้นราชสกุล รัชนี และหม่อมเจ้าพรพิมลราชินี ประสูติเมื่อวันเสาร์ที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2463 มีพระอนุชาองค์หนึ่งคือ หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี ภายหลังที่พระองค์หญิงทรงสำเร็จการศึกษา (ชั้นต้นที่โรงเรียนผดุงดรุณีและโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย แล้วทรงย้ายไปเรียนที่โรงเรียน มาแตร์เดอี วิทยาลัย จนจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และทรงศึกษาหลักสูตรเพิ่มเติมที่นี้ต่ออีก 3 ปี ทรงสำเร็จ การศึกษา ในปี พ.ศ. 2485 หลังจากนั้นก็ทรงรับใช้พระบิดาอย่างใกล้ชิด กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ เป็น ที่รู้จักกันดีในวงการหนังสือในพระนามว่า น.ม.ส. ทรงได้รับการยกย่องว่าเป็น “กวีเอก” (ผู้หนึ่งของ กรุงรัตนโกสินทร์) พระองค์เจ้าวิภาวดีรังสิต ทรงเสกสมรสกับหม่อมเจ้าปิยะรังสิต รังสิต เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2489 และทรงมีพระธิดา 2 องค์ คือ หม่อมราชวงศ์ วิภาวันท์ รังสิต และ หม่อม ราชวงศ์ ปริญนันทนา รังสิต และทรงสิ้นพระชนม์เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ในขณะที่ทรง เสด็จโดยเฮลิคอปเตอร์ เพื่อนำสิ่งของพระราชทานไปตรวจเยี่ยมบำรุงขวัญเจ้าหน้าที่ที่อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยในระหว่างทางทรงทราบจากวิทยุว่ามีตำรวจตระเวนชายแดนได้รับบาดเจ็บ จากกบฏระเบิด 2 นาย ด้วยความที่ทรงห่วงใยผู้บาดเจ็บ ทรงเกรงว่าจะได้รับการรักษาพยาบาลไม่ทันท่วงที จึงรับสั่งให้นักบินนำเฮลิคอปเตอร์ร่อนลงเพื่อรับเจ้าหน้าที่ที่บาดเจ็บ 2 นายนั้นไปส่งโรงพยาบาล ขณะ นักบินนำเครื่องร่อนลงต่ำใกล้บ้านเหนือคลองอำเภอเวียงสระจังหวัดสุราษฎร์ธานีผู้ก่อการร้ายได้ระดม ยิงเฮลิคอปเตอร์ที่ทรงเสด็จจากระสุนได้ทะลุเข้ามาถูกพระองค์เจ้าวิภาวดีทรงได้รับบาดเจ็บสาหัสและ สิ้นพระชนม์ในทันที อ้างในประวัติ ประมวณมารค ในหนังสือนวนิยายเรื่อง ปริศนา โดย สำนักพิมพ์ แสงดาว ตุลาคม 2554))

⁶ เพลง หัวหินสิ้นมนต์รัก แต่งโดย ครูไสล ไกรเลิศ ขับร้องครั้งแรกโดย ขวลิย์ ช่วงวิทย์ เป็น เพลงรักหวานปนเศร้า บรรเลงทำนองในจังหวะสโลว์เหมาะสำหรับงานเต้นรำ ครูไสลเป็นนักไวโอลิน รุ่นเดียวกับ ครูเอื้อ สุนทรสนาน และครูสง่า อาร์มภี เคยร่วมอยู่ในวงเครื่องสายฝรั่งหลวงมาด้วยกัน โดยเนื้อเพลง หัวหินสิ้นมนต์รัก นั้นมีความหวานเศร้ากินใจ

หัวหินในยุคนี้สวยงาม เพราะตรงกับยุคของท่านผู้นำ จอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่เป็นนายกรัฐมนตรี (พ.ศ. 2481-2487) เป็นยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงทางสังคมในหลายเรื่อง ๆ เพื่อให้ทัดเทียมกับนานาชาติอารยประเทศ โดยในยุคนี้มีนโยบายสำคัญในการสร้างชาติด้วยลัทธิชาตินิยม โดยมีการวางเป้าหมายเพื่อที่จะปลูกฝังให้ประชาชนชาวไทยเป็นผู้มี

“วัฒนธรรมดี มีศีลธรรมดี มีอนามัยดี มีการแต่งกายเรียบร้อย มีที่พักอาศัยดี และมีที่ทำมาหากินดี” (สุภิญญา ไชยภาณี, 2551, น. 105)

ด้านการแต่งกายรัฐได้วางระเบียบปฏิบัติโดยเฉพาะรัฐนิยมฉบับที่ 10 ประกาศเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2484 มีใจความสำคัญคือ เน้นการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเมื่อปรากฏตัวในที่ชุมนุมหรือสาธารณชน และแยกประเภทเครื่องแต่งกายที่ถือว่าเรียบร้อยสำหรับประชาชนชาวไทย โดยกำหนดการแต่งกายและทรงผมแบบใหม่ โดยสุภาพสตรีผู้ทันสมัยยุคนี้จึงสนุกกับการแต่งกายด้วยกระโปรงกับเสื้อเข้าชุด ถอดโจงกระเบนกับผ้าพันคาดอกเอาไว้ที่บ้าน ที่สำคัญมีการสวมมาลาที่ศีรษะ เพื่อเพิ่มความงดงาม ส่วนสุภาพบุรุษชั้นสูงก็นิยมแต่งตามแฟชั่นไม่แพ้กัน มีเสื้อนอก เสื้อใน ครบชุด สวมมาลากันทุกท่าน ประเพณีสวมหมวกและเปิดหมวกโค้งคำนับผู้หลักผู้ใหญ่มีให้เห็นจนชินตาที่โรงแรมรถไฟ และทั่วเมืองหัวหิน ไม่ต่างกับที่กรุงเทพฯ



ภาพที่ 3.1 แสดงการแต่งตัวของผู้ที่ไปเที่ยวหัวหินหลังปี พ.ศ. 2475

ที่มา: สุภิญญา ไชยภาณี, 2551, น. 107

ในฤดูร้อนของปี พ.ศ. 2490-2492 หัวหินก็คึกคักด้วยชาวพระนครที่ไปจากกรุงเทพฯ ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นผู้มีฐานะดีทันสมัยและอยู่ในวงสังคมชั้นสูง ส่วนใหญ่จะพักที่บ้านตากอากาศของครอบครัว และบางส่วนก็เข้าพักที่โรงแรมรถไฟ สำหรับบังกะไลของโรงแรมแห่งนี้ต้องจองกันล่วงหน้า ช่วงเวลานี้ หัวหินเริ่มมีการสร้างโรงแรมตึกแถวไว้รองรับผู้คนจากเมืองหลวงไปเที่ยวหน้าร้อนกันแล้ว คนที่มีฐานะปานกลางก็สามารถไปเที่ยวได้โดยการไปเช่าโรงแรมที่พักของคนจีนแถวหน้าตลาดฉัตรไชย ซึ่งภาพต่าง ๆ เหล่านี้ ได้สะท้อนให้เห็นผ่านงานประพันธ์ของ บ. อินทรปาลิต ใน

นิยายเรื่อง พล นิกร กิมหงวนที่มี ชื่อตอนว่า “มนตร์รักหัวหิน”⁷ ซึ่งได้สะท้อนภาพของการไปแบ่งหรือ อดสาวของหนุ่มที่หัวหินพร้อมกับเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นมากมายซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นคนบดขยี้ชาวจีนที่ เริ่มลงไปซื้อหาบ้านพักตากอากาศที่หัวหินเพิ่มขึ้นที่ดินติดหาดของหัวหินเริ่มไม่มีเหลือให้เห็น บ้านหลัง งามถูกสร้างขึ้นเต็มพื้นที่สลับกันไประหว่างดำหนักเจ้ากับบ้านมหาเศรษฐี โดยตัวละครเอกตัวหนึ่งของ เรื่อง คือ เสี้ยกิมหงวน ได้บอกเล่าเรื่องราวและบุคลิกของเศรษฐกิจใหม่ยุคนั้นเวลาไปเที่ยวหัวหิน ไว้ว่า

หัวหินไม่มีความหมายอะไรสำหรับนิกรและเสี้ยกิมหงวน เพราะมากันไม่เว้นแต่ละปี บางที เสาร์อาทิตย์ ก็เคยหิ้วรถมาเที่ยวตามธรรมชาติของคนมีเงินที่หาเรื่องผจญสตาจค์เล่น เจ้าหัวพาสองสหายตรงไปยังบ้านพักของเสี้ยกิมหงวน ซึ่งอาเสี้ยกิมหงวนซื้อไว้หลายปีมาแล้วใน จำนวนเงิน 200,000 บาท และส่งคนมาเฝ้าคนหนึ่ง บ้านที่กล่าวนี้เป็นบังกะโลขนาด ใหญ่กว้างขวางมากมีรั้วรอบขอบชิดและมีบริเวณบ้านถึง 2 ไร่ อยู่ริมทะเลห่างจาก โรงแรมรถไฟราวหนึ่งกิโลเมตร (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, น. 125)

เรื่องราวดังกล่าวนอกจากจะได้รับความนิยมในแง่ นิยายแล้ว ยังได้ถูกนำมาผลิต เป็นละครโทรทัศน์เรื่อง “พล นิกร กิมหงวน” โดย บริษัทสราวุธโปรดักชั่น จำกัด และออกอากาศทุก วันจันทร์ หลังข่าวทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เริ่มตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2533 - 26 มีนาคม พ.ศ. 2533 รวมระยะเวลาออกอากาศประมาณ 3 เดือน (พนิดา อิมสบาย, 2532, น. คำนำ)

ในช่วงปี พ.ศ. 2493 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ได้สร้างแล้วเสร็จเรียบร้อย จึงทำให้การเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างพระนครกับหัวหินมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ผู้คนที่มารถยนต์ก็ ขับรถยนต์ไปเที่ยวกันได้ง่ายขึ้น มีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการนั่งรถไฟ ถึงแม้ว่าการเดินทางด้วย รถยนต์จะมีความสะดวกสบายมากขึ้นแต่ทว่าในสมัยดังกล่าวเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เศรษฐกิจหลังสงครามเพิ่งจะฟื้นก็ยังมีภาวะฝืดเคืองอยู่ รถยนต์จึงยังมีอยู่ไม่มากแต่จะมีให้เห็นก็เฉพาะ คนที่มีฐานะร่ำรวยเท่านั้น (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, น. 113) ในช่วงนี้ ผมผู้เฒ่า ได้เล่าอย่างติดตลก ไว้ในเรื่อง “हरรรษาหัวหิน” จากหนังสือ รถไฟ-เรือเมล์-ทะเล-รถราง ตอนหนึ่งว่า ยุคที่ถนนสร้างเสร็จ และเริ่มมีรถยนต์ไปที่หัวหินกันบ้างแล้ว แต่สะพานยังแคบมีช่องทางจราจรช่องเดียว หัวหิน ยังคง สดใสซาบซ่า เช่นเดิม เป็นแหล่งที่ใครอยากโก๋อยากเก๋อยากแสดงออกอย่างไรไม่มีใครห้าม ตอนนั้น ชุปเปอร์มาร์เก็ตขึ้นรถจ่ายของยังไม่รู้จัก ก็ยังมีสุภาพสตรีสวยสด นุ่งกางเกงเห็นขาขาว คือสามารถ มองเห็นท่อนขาได้มากที่สุดเท่าที่จะให้เห็น สวมเสื้อเห็นแขนยาว ใ้ผมมัดมัดเก๋เดินดูอย่างทิ้งที่ คุณเธอ ขึ้นรถจ่ายของในตลาดฉัตรไชย รถขึ้นเอามาจากเมืองนอกเขียวละ เธอซื้อเสร็จเห็นชักถามอะไร

⁷ เป็นหนังสือนิยายชุด พล นิกร กิมหงวน ลำดับที่ 107 ที่มีชื่อตอนว่า มนต์รักหัวหิน ซึ่งเป็น ตอนที่ นิกรกับกิมหงวนโกรธเจ้าคุณปจจนิภา ที่ไม่ได้ชวนมาที่หัวหินจึงมาเที่ยวกันเอง อ้างใน <http://www.samgler.org/yahoo>

แม่ค้าอยู่พักหนึ่ง เมื่อจะเซ็นรณลงไปได้ยินแม่ค้าพูดตามหลังดัง ๆ ว่า “คุณค่ะ ทำครัวเองก็ระวังอย่า
คัมน้ำจืดใหม่นะคะ” (สรศิลป์ แฟงสภา, 2545, น. 212)

ดังจะเห็นได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าวหลังจากเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่าน
พ้นไป ความคึกคัก ครึกครื้นก็เริ่มที่จะกลับมาเยือนหัวหินอีกครั้ง แต่ทว่าบริบทต่าง ๆ ก็เริ่มเปลี่ยนแปลง
ไปด้วยเช่นกัน ชนชั้นกลาง เริ่มที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น และเริ่มที่จะมีวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น
เสื้อผ้าสีสด นุ่งกางเกง เป็นต้น ซึ่งเราจะไม่สามารถพบเห็นได้ในช่วงเวลาก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง



ภาพที่ 3.2 แสดงให้เห็นบรรยากาศตลาดนัดไชโยในอดีต

ที่มา: สุกัญญา ไชยภาชี, 2551, น. 113

เมื่อเข้าสู่ช่วงปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นไป หัวหิน ที่เคยเป็นที่ตากอากาศแห่งเดียว
ของไทยก็เริ่มมีคู่แข่ง โดยท่านผู้นำในยุคนั้นได้เปิดเมืองตากอากาศขึ้นมาใหม่อีกหลายแห่ง อาทิ บางปู
บางแสน และ พัทยา เพื่อให้ชาวกรุงได้มีโอกาสไปเที่ยวชายทะเลกันอย่างทั่วถึงไม่ต้องแย่งกันไป
เฉพาะที่หัวหิน ถนนสุขุมวิทจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดตราด ก็สร้างเสร็จในเวลาไล่เลี่ยกันระยะทางถึง
บางปู บางแสน ใกล้กว่ามาหัวหิน ทำให้ความนิยมของหัวหิน เริ่มลดลง โดยช่วงเวลาดังกล่าวหัวหินจะ
เงียบสงบเป็นพิเศษ แต่ก็ยังมีคนนิยมมาเที่ยวอยู่บ้างอย่างไม่ขาดสาย โรงแรมรถไฟที่เคยอยู่ฟูรุ่งเรือง
เฉิดฉาย เริ่มห่อหุ้ม ๆ ลง คุณภาพการบริการก็เริ่มด้อยลง จากที่เคยทำกำไรจนกลายมาขาดทุน
จึงเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยให้เอกชนเข้ามาประมูลและรับช่วงการบริหารต่อไป

ในช่วงเวลาดังกล่าว หัวหิน ถือว่าเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๆ คือ
ประการแรก การเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้การ
เคลื่อนย้ายอำนาจจากชนชั้นสูง (กษัตริย์) มาสู่ชนชั้นปกครอง (นายกรัฐมนตรี) ซึ่งการเคลื่อนย้าย
อำนาจดังกล่าวทำให้ชนชั้นสูงถูกลดทอนบทบาทและอำนาจในการบริหารราชการแผ่นดินลงในขณะที่
นายกรัฐมนตรีมีบทบาทมากยิ่งขึ้น ซึ่งเรื่องราวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชนชั้นกลางที่เป็นผู้นำเริ่มมี
บทบาทมากขึ้น **ประการที่สอง** การเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง (พ.ศ. 2485-2489) ซึ่งในช่วงเวลา
ดังกล่าวก็ส่งผลให้เกิดความมุ่นวายไปทั่วจนทำให้การท่องเที่ยวพักผ่อนดูเงียบเหงาและหยุดชะงักไป

ระยะหนึ่ง แต่ทว่าเมื่อเหตุการณ์สงครามโลกเริ่มคลี่คลายการท่องเที่ยวก็เริ่มกลับมาคึกคักขึ้นอีกครั้ง แต่หัวหิน ก็ไม่ได้คึกคักเหมือนก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง **ประการที่สาม** การเริ่มใช้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504) ที่เริ่มพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โดยเฉพาะการตัดถนนเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ยิ่งทำให้ ผู้คนที่เป็นชนชั้นกลางและชนชั้นต่าง ๆ สามารถเข้าถึงแหล่งต่าง ๆ ได้สะดวกขึ้น ผลการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวจึงทำให้หัวหินเริ่มคลายความนิยมลงเรื่อย ๆ แต่ชื่อของ หัวหิน ก็ยังไม่ได้จางหายไปเสียทีเดียว เพียงแต่มีการพูดถึง กล่าวถึงน้อยลงเท่านั้น

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าหลังปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมาจะไม่มีมีการก่อสร้างสถานที่ต่าง ๆ ขึ้นใหม่โดยเฉพาะ วัดต่าง ๆ แต่จะพบเห็นในเรื่องของวัฒนธรรมการแต่งกายมากขึ้น ซึ่งภาพรวมแล้ว หัวหินในยุคนี้ ยังมีภาพของความสุข ความสงบให้ผู้มาเยือนได้พบเห็นอยู่เพราะที่หัวหินเองยังคงมี ธรรมชาติที่สวยงาม สังคมยังดี ชุมชนเป็นมิตร ซึ่งภาพสะท้อนต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้พบเห็นได้จากบทเพลง หรือ นวนิยาย อาทิเช่น เพลง มนต์รักหัวหิน นวนิยาย เรื่อง ปริศนา หรือ เรื่อง พล นิกร กิมหงวน ของ ป. อินทรปาลิต เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือหลักฐานที่สะท้อนเรื่องราวและความเป็นไปต่าง ๆ ของ สังคมในช่วงเวลาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

3.2.3 การสร้างพื้นที่ในช่วงปี พ.ศ. 2510-2540

ในช่วงทศวรรษที่ 2510-2520 ประเทศไทยยังคงคุกรุ่นอยู่กับเรื่องการปฏิวัติ ยึด อำนาจ อยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงเหตุการณ์ความรุนแรงทั้งสองครั้ง คือ เมื่อ 14 ตุลาคม 2516 และ 16 ตุลาคม 2519 ซึ่งความรุนแรงและการต่อสู้ดังกล่าวได้ส่งผลให้บริบททางการเมืองที่เกี่ยวดูขบเซาและ เจียบเหงาลงไป ดังนั้นจึงทำให้ช่วงราวทศวรรษดังกล่าวค่อนข้างที่จะเป็นไปอย่างเจียบเหงาและไม่ได้ คึกคัก ดังช่วงยุคกลาง (หลัง พ.ศ. 2475-2510) เท่าใดนัก ความเจียบเหงาดังกล่าวจึงทำให้ดูเหมือนว่า หัวหิน เมืองที่เคยมีความรุ่งเรือง อู้ฟู คึกคัก นั้นกำลังเข้าสู่ภาวะถดถอย ประกอบกับการเปิดแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่ในภาคตะวันออก อันได้แก่ บางปู บางแสน และ พัทยา นั้นได้ส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อ หัวหิน ส่วนหนึ่งย่อมมาจากการที่ทางรัฐบาลไทยส่งเสริมให้มีแหล่งตากอากาศเพื่อรองรับกลุ่ม นาวิกโยธินของสหรัฐที่เข้ามาตั้งฐานทัพ ทางภาคตะวันออก เฉียงเหนือของประเทศเพื่อทำสงคราม เวียดนามในสมัยนั้น ดังนั้น การท่องเที่ยว การพักผ่อน จึงเป็นเรื่องสำคัญต่อทหารที่ถูกส่งมาจาก หน่วยต่าง ๆ ที่เข้ามาประจำการในฐานทัพที่ประเทศไทย

ในช่วงเวลา พ.ศ. 2520-2530 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยเริ่มที่จะฟื้นตัวและเริ่ม พ้นจากความวุ่นวายทางการเมือง แม้ว่าเหตุการณ์ความวุ่นวายที่เกิดขึ้นครั้งล่าสุดช่วงปลายทศวรรษที่ 20 ก็หาใช่ความวุ่นวายดังกล่าวจะจางหายไป (เกิดความวุ่นวายตามมาอีกครั้งในปี พ.ศ. 2535) แต่ทว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยก็เริ่มที่จะฟื้นฟูประเทศและเริ่มกลับมาสู่ความสงบอีกครั้ง หัวหินเริ่ม เข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในสมัยรัฐบาลของ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ที่ประกาศให้ปี พ.ศ. 2530

เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย การพัฒนารูปแบบใหม่ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศและทั่วโลก จึงทำให้หัวหินกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีการขยายตัวและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยสังเกตได้จากการที่มีร้านค้าเพิ่มมากขึ้น ตลาดฉัตรไชยมีการพัฒนาขยายใหญ่ขึ้น ร้านสะดวกซื้อที่บริการ 24 ชั่วโมง เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น ที่ให้บริการเกือบจะทุก 500 เมตร ร้านกาแฟชื่อดังเกือบทุกยี่ห้อให้เลือกทั้ง สตาร์บัคและคอฟฟี่เวิลด์ รีสอร์ทชั้นหนึ่งของโลกอย่าง ซิวาครมก็อยู่ที่นี่ โรงแรม 5 ดาวชื่อดังทั้ง โซฟีเทล แมริออท ไฮแอท ฮิลตัน รวมไปถึง รีสอร์ท ชั้นเยี่ยมอีกจำนวนมากนับไม่ถ้วน มาอยู่รวมกันที่นี่ (สุกัญญา ไชยภาชี, 2551, น. 120)

ความเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาดังกล่าวได้ทำให้หัวหินเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นคอนโดมิเนียมริมชายหาดและบ้านพักอาศัยจำนวนมากหลายโครงการที่เกิดขึ้น ย่อมเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนว่า หัวหิน ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างแทบจะไม่เหลือเค้าโครงของความเป็นหัวหินที่มีวิถีชีวิต สังคม และความเป็นอยู่แบบเดิม ๆ ให้เห็น เมื่อ หัวหิน กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นตามมา โดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระยะหลังนี้มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประดิษฐ์ขึ้นทั้งสิ้น เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ชานโตรีนี และ เวนิเซีย เป็นต้น

3.2.4 การสร้างพื้นที่หลังปี พ.ศ. 2540 ถึงปัจจุบัน

ช่วงปี พ.ศ. 2540-2550 นั้นกระแสความนิยมในเรื่องท่องเที่ยวเริ่มมีมากขึ้น แต่กระแสดังกล่าวยังส่งผ่านมาไม่ถึงหัวหิน ในช่วงเวลาดังกล่าวกระแสของการโยกหาอดีตและความนิยมของตลาดน้ำเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังจะเห็นได้ว่ามีตลาดน้ำเกิดขึ้นมากมายและกระจายไปทั่วทุกภาคของประเทศไทย⁸ ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงกระแสความนิยมของการโยกหาอดีต ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในสมัยก่อน ดังนั้นจึงทำให้เกิดการสร้างตลาดน้ำขึ้น ซึ่งบางพื้นที่ก็ไม่ได้อยู่ใกล้แม่น้ำด้วยซ้ำไป (เช่น ตลาดน้ำสี่ภาค ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นต้น) ท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หัวหิน ยังไม่ได้เข้าสู่การเปลี่ยนแปลงตามกระแสนัก หัวหินยังคงเป็นเมือง หรือ พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยังไม่ถูกกล่าวถึงเนื่องจาก หัวหิน มีเพียงแค่แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นหลักแต่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น แม้ว่ากระแสความนิยมของตลาดน้ำจะได้รับความนิยมในพื้นที่ของดำเนินสะดวก อัมพวา แต่ก็ยังไม่ถึงหัวหินในช่วงเวลาดังกล่าว

ป้าประจวบ ที่บอกว่า “หัวหินแต่ก่อนสงบมากโดยเฉพาะบริเวณรอบ ๆ พระราชวังไกลกังวล ผู้คนก็อยู่กันอย่างถ้อยถ้อยอาศัย ไปมาหาสู่กัน ไม่ได้เร่งรีบแหล่งท่องเที่ยวก็มีไม่มากมีก็แต่

⁸ ตลาดน้ำอัมพวา, ตลาดน้ำสี่ภาคที่พญา, ตลาดน้ำ ขวัญริมน้ำที่กรุงเทพฯ, ตลาดน้ำสามพันนามที่หัวหิน เป็นต้น

น้ำตกป่าละอู สวนสน พวกที่สร้างขึ้นใหม่ ๆ ก็น่าจะเกิดมาสักสิบปีก่อนเห็นจะได้ เยอะแยะไปหมด จนปัจจุบันหัวหินเปลี่ยนแปลงไปเยอะมาก” (สัมภาษณ์, 24 กันยายน 2557)

ทั้งนี้หากพิจารณาตามภูมิศาสตร์แล้วจะพบว่า เมืองหัวหินในปัจจุบัน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอหัวหิน ติดกับทะเลอ่าวไทย พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทิศตะวันตกเป็นภูเขาพื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอ่าวไทย มีพื้นที่รวม 86.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 53,975 ไร่ มีถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ตัดผ่านจากทิศเหนือจรดทิศใต้ยาวประมาณ 22 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยประมาณ 230 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนเมืองหนาแน่นและมีชุมชนที่กระจัดกระจายไม่หนาแน่นห่างไกลออกไป พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ว่างและพื้นที่เขตทหาร การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นแนวยาวไปตามถนนเพชรเกษม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหารและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวจำนวนมาก นอกจากนี้ เมืองหัวหิน ยังเป็นที่ตั้งของเขตพระราชฐาน คือ วังไกลกังวล ซึ่งปัจจุบันพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถทรงประทับอยู่ เทศบาลเมืองหัวหินเป็นเขตควบคุมมลพิษตามประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2539) และเป็นเขตพื้นที่ที่ใช้มาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2547

ดังนั้น หัวหิน จึงถูกประกอบสร้างขึ้นในฐานะเมืองตากอากาศลำดับต้น ๆ ของไทย โดยมีการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ ซึ่งสิ่งดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นว่า หัวหิน เป็นเมืองตากอากาศที่ส่งผลดีต่อการรักษาสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง (สิ่งนี้จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันจะมีสถานบริการเกี่ยวกับสุขภาพจำนวนมาก เช่น ชีวาศรม บัลลาวิ เป็นต้น) แม้ว่าในปัจจุบันเองการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่หัวหินก็ยังคงเน้นเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ เป็นหลัก เช่น งานที่ชื่อว่า เติมรัก กินลมห่มทราย⁹ ในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2557 ที่จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ปราณบุรี อยู่ริมทะเล และมีงานคู่รักในวันดังกล่าว

⁹ กิจกรรมห่มทราย นั้น น.ส.พลิชฐ์ตา อินทร์พันธ์ ผอ.ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ บอกว่าได้แนวคิดกิจกรรมนี้มาจากนายแพทย์ นักรธรรมชาติวิทยาชาวฝรั่งเศส ที่ตั้งข้อสังเกตและค้นพบว่า ส่วนประกอบของเกลือแร่ในน้ำเลือดของคนเรากับในน้ำทะเล มีสัดส่วนที่เหมือนกัน ถ้าสัดส่วนเกลือแร่ของเราผิดเพี้ยนไปก็เจ็บป่วย ด้วยเหตุนี้ถ้าผู้ป่วยได้มีโอกาสชุบตัวในน้ำทะเล จะมีการแลกเปลี่ยนเกลือแร่ระหว่างตัวเรากับน้ำทะเลได้ และจะช่วยรักษาความเจ็บป่วยนั้น ๆ ได้ ดังในปัจจุบันที่ต่างประเทศล้วนมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับทะเลบำบัดหลายแห่ง, อ้างใน *กินลม-ห่มทราย เขาชะโงก* : ข่าวสดออนไลน์ http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROMGlz

ทั้งนี้ พลสิษฐ์ตา อินทร์พันธ์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กล่าวกับผู้วิจัยว่า

กรณีของหนุ่มทรายก็มีคุณหมอ บรรจบ ของ บัลลาวิ ได้เคยทำไว้ที่ centara เมื่อ 30 ปีที่แล้ว ทำไม่ต้องเน้นสุขภาพ สมเด็จพระเจ้าเน้นให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษส่ง โรงแรม ชีวาธรรม ทำเรื่องสุขภาพ มีทุกอย่างในเรื่องสุขภาพ การบำบัด โครงการดังกล่าว ทำแล้วได้อะไร มีโครงการอีกอันหนึ่ง อาบแสงตะวัน ตัดใบกล้วยมาห่มตัวเราในช่วงเช้า สระว่ายน้ำมีแอร์บิคในน้ำ (พลสิษฐ์ตา อินทร์พันธ์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

ด้วยกาลเวลาที่แปรเปลี่ยน หัวหิน เริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลง จากเดิมที่เคยมีความสำคัญแค่เมืองตากอากาศ บัดนี้หัวหินเริ่มเข้าสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยว จากการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นได้ว่าความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อหัวหินคือ ยังมีความต้องการมาพักตากอากาศและรักษาตัว ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้สอดคล้องไปกับมุมมองของ มนตรี ชูญ่ รองนายกเทศมนตรีหัวหิน โดยมนตรีได้กล่าวถึงหัวหินให้ผู้วิจัยฟังว่า

ผมว่ากายภาพของหัวหินเอง ที่มีชายหาดยาวประมาณ 6 กิโลเมตร เมื่อเป็นชายหาดแล้ว ติดถนน เพชรเกษม ติดตลาดฉัตรไชย ติดตลาดโต้รุ่ง จึงทำให้การเดินทาง การใช้ชีวิต การไปมาหาสู่กัน ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ สามารถเดินทางได้ สามารถมองเห็นความเป็นของหัวหินได้อย่างชัดเจน และในบริเวณที่นักท่องเที่ยวพักนั้น มีโรงแรม 3-5 ดาวไว้บริการอยู่มากมาย ไม่ต่ำกว่า 40 โรงแรม นั้นหมายความว่าคนที่เราจะเข้าไปพักในช่วง ไฮซีซั่น (ช่วงประมาณปลายเดือนตุลาคมจนถึงปลายเดือนมีนาคม) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนหมื่นคน ด้วยความที่ติดชายหาดฝั่งตะวันออกที่ยังมีความสะอาด เมื่อไปพักแล้วเกิดความประทับใจและบอกต่อ ๆ กันมา ผมถึงบอกว่า คนที่มาหัวหินว่า มาหัวหินแล้วให้พักด้านที่ติดทะเลจะได้บรรยากาศของหัวหินจริง ๆ ถ้าจะมาหัวหินต้องพักอย่างนั้น (มนตรี ชูญ่, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2557)

ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าหัวหินมีศักยภาพที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากแม้ในช่วงที่เป็นฤดูท่องเที่ยว จากสิ่งที่เกิดขึ้นทำให้พอทราบได้ว่า หัวหินได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นเมืองตากอากาศในระยะแรก ๆ (ดังจะเห็นได้จากการโฆษณาจากทางภาครัฐ) ดังนั้น โครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจึงมักเกี่ยวข้องกับการดูแลเรื่องสุขภาพ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งในเวลาต่อมา หัวหิน จึงถูกสร้างขึ้นให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งจุดดังกล่าวทำให้หัวหินเองมีความแตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่น เช่น พัทยา ภูเก็ต ในขณะที่เดียวกันหัวหินก็ยังคงเอกลักษณ์และความขึ้นชื่อในเรื่องของอาหารที่อร่อยและร้านที่เก่าแก่ เช่น ร้านเจ๊กเปีย ร้านโกทิ เป็นต้น สิ่งที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่าภาพของ หัวหิน จะเป็นเรื่องของการดูแลสุขภาพ พักผ่อน เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของเพลินวาน จึงดูเหมือนความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นราวกับการมีแกะดำอยู่ในฝูงของ

แกะสืขวอย่างไรอย่างนั้น ด้วยจำนวนของนักท่องเทียวต่อสัปดาห์ที่มากถึง 8,719 คน¹⁰ ทำให้บอกได้ว่าความนิยมของเพลินวานยังมีอยู่อย่างไม่ว่เสื่อมคลาย

3.3 บริบทที่เปลี่ยนแปลงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมก็เปลี่ยนไป

จากการศึกษาเรื่องการแบ่งชนชั้นในสังคมตะวันตกและตะวันออกที่แบ่งได้เป็น 3 ระบบใหญ่ ๆ อันได้แก่ ระบบฐานันดร (Estate System) ระบบวรรณะ (Caste System) และ ระบบชนชั้น (Class system) ดังที่มีการศึกษาไว้อย่างมากมายหลายสำนักนั้น คำอธิบายในเรื่องระบบชนชั้นของมาร์กซ์ที่ดูจะทำให้ให้นักวิชาการจากหลายสำนักนำไปศึกษาต่อและต่อยอดเป็นแนวคิดต่าง ๆ อย่างมากมาย แสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ชนชั้นของมาร์กซ์นั้นสามารถอธิบายปรากฏการณ์และความเป็นไปทางสังคมที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี (ในยุคทุนนิยม) ทั้งนี้มาร์กซ์ให้ความสำคัญกับบุคคล 2 กลุ่ม ในการวิเคราะห์โครงสร้างชนชั้น (Class Structure) ได้แก่ ชนชั้นนายทุนคือผู้ถือครองทุนหรือปัจจัยการผลิต เป็นกลุ่มที่มีสถานะครอบครองแรงงานส่วนเกินซึ่งอยู่ในรูปมูลค่าส่วนเกิน และชนชั้นแรงงานคือกลุ่มคนซึ่งไม่ได้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตต้องขายแรงงานเพื่อแลกกับรายได้เพื่อการยังชีพ โดยความสัมพันธ์ของสองชนชั้นนี้มีลักษณะเป็นปฏิปักษ์ต่อกันอันเกิดจากการครอบงำของชนชั้นนายทุนและการดิ้นรนต่อสู้ของชนชั้นแรงงาน ด้วยความสัมพันธ์ที่เป็นปฏิปักษ์ดังกล่าวจึงทำให้เกิดการต่อสู้ระหว่างชนชั้นขึ้นเพื่อจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและสร้างความเป็นธรรมให้กับสังคม

อย่างไรก็ตามแม้ว่า มาร์กซ์จะกล่าวถึงชนชั้นทั้งสองซึ่งได้แก่ ชนชั้นนายทุนและชนชั้นแรงงาน แต่มาร์กซ์ก็มีการกล่าวถึงชนชั้นหรือกลุ่มชนที่อยู่ตรงกลาง (intermediate groups or middle strata) ระหว่างชนชั้นทั้งสองไว้เช่นกัน ทั้งนี้ภายใต้การวิเคราะห์เรื่องชนชั้นทางสังคมของกลุ่มมาร์กซิสต์ใหม่อย่าง Bernstein (1850-1932) ก็เริ่มชี้ให้เห็นว่ามีการเกิดขึ้นของกลุ่มชนชั้นกลาง โดยการพิจารณาว่าโครงสร้างชนชั้นในสังคมทุนนิยมที่มีความสลับซับซ้อน และการแบ่งโครงสร้างของชนชั้นทางสังคมจากเดิมที่มาร์กซ์กล่าวว่ามีเพียง 2 ชนชั้น แท้จริงยังมีชนชั้นที่อยู่ตรงกลางอีกชนชั้น โดยมาร์กซ์เองก็ยอมรับว่ามี “ชนชั้นกลาง” ตามความหมายของ “ชนชั้นกระฎุมพี” ในสังคมก่อนทุนนิยมที่พัฒนาตัวเองมาเป็นนายทุนในระบบทุนนิยม (Bottomore, 1983, p. 33) โดยที่ชนชั้นหรือกลุ่มชนดังกล่าวส่วนใหญ่จะถูกแปรสภาพกลายเป็นชนชั้นแรงงานเมื่อระบบทุนนิยมพัฒนาไป

ทั้งนี้ในบริบททางการศึกษาตะวันตกชี้ให้เห็นว่า ภายใต้โครงสร้างทางสังคมยังมีชนชั้นที่อยู่ตรงกลางด้วยเช่นกันแต่ชนชั้นดังกล่าวมักจะไม่ค่อยถูกกล่าวถึง อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่องชนชั้นกลางในสังคมไทยภายใต้กลุ่มมาร์กซิสต์ในสังคมไทย โดย ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะ (2524)

¹⁰ อ้างอิงจากตารางที่ 4.4 ในบทที่ 4

มองว่า ชนชั้นกลางเป็นคำที่ใช้สำหรับเรียกพวกกระฎุมพีหรือพวกนายทุน คำว่า กระฎุมพี หมายความว่า ถึง ผู้ทรัพย์สินขนาดย่อม ซึ่งเมื่อศึกษาแล้วชนชั้น กระฎุมพี เหล่านี้ก็คือชนชั้นกลางในสังคมศักดินา มีภาระหน้าที่ในหน้าที่ในการเปลี่ยนสังคมเข้าสู่ระบบทุนนิยม และเมื่อสังคมเปลี่ยนจากระบบศักดินาเข้าสู่สังคมทุนนิยม ชนชั้นกระฎุมพี เหล่านี้จะกลายเป็นชนชั้นผู้ควบคุมอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งนี้จากการศึกษาถึงสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวของ ฉัตรทิพย์ นาถสุภาและคณะชี้ให้เห็นว่า ชนชั้นชนชั้นกลางหรือชนชั้นกระฎุมพี เหล่านี้เริ่มที่จะมีบทบาทมากขึ้นโดยเฉพาะบทบาทในทางเศรษฐกิจ

จากสิ่งที่เกิดขึ้นโยงเข้าสู่งานศึกษาชั้นนี้ได้ว่า พื้นที่ของหัวหินในช่วงเวลาก่อนเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นั้น บทบาทที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ด้านการเมือง การปกครอง จะตกอยู่กับ**ชนชั้นสูง** ซึ่งชนชั้นสูงกับชนชั้นปกครองเป็นคนกลุ่มเดียวกัน ในขณะที่บทบาทของชนชั้นกลางจะมีอยู่น้อยมาก ช่วงเวลาหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 จนถึงก่อนปี พ.ศ. 2500 บทบาททางด้าน การเมือง การปกครองได้ตกมาสู่ **ชนชั้นผู้นำ** (ช่วงสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี) โดยในยุคนี้มีนโยบายสำคัญในการสร้างชาติด้วยลัทธิชาตินิยม มีการวางเป้าหมายเพื่อที่จะปลูกฝังให้ประชาชนชาวไทยเป็นผู้มี “วัฒนธรรมดี มีศีลธรรมดี มีอนามัยดี มีการแต่งกายเรียบร้อย มีที่พักอาศัยดี และมีที่ทำมาหากินดี” มีการวางระเบียบปฏิบัติโดยเน้นการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเมื่อปรากฏตัวในที่ชุมนุมหรือสาธารณชน จะพบได้จากการแต่งกายไปเที่ยวหัวหินของผู้คนในยุคสมัยนั้น ในขณะที่ภายหลังปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา **ชนชั้นกลาง**เริ่มมีบทบาทมากขึ้นจากนโยบายสร้างชนชั้นกลางของ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทั้งนี้บทบาทของชนชั้นกลางที่เริ่มมีให้เห็นมากขึ้นทั้งบริบททางการเมือง (ความวุ่นวายทางการเมืองในหลายช่วงเวลา) และ ทางเศรษฐกิจ (การเติบโตของภาคธนาคาร และธุรกิจการเงิน) ทั้งนี้ความสำคัญของชนชั้นกลางที่มีมากขึ้นดังกล่าวส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากนโยบายในการพัฒนาประเทศไปตามทุนนิยมภายใต้การแนะนำของธนาคารโลก โดยมีการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจ (แผน 5 ปี) โดยมีหลักใหญ่ ๆ 5 ประการ¹¹ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและเอื้อให้ชนชั้นกลางมีบทบาทมากขึ้นทั้งทางเศรษฐกิจและการลงทุน

การกำเนิดเกิดขึ้นของชนชั้นกลางในสังคมไทยนั้นแม้ว่าจะมีระยะเวลาที่ผ่านมาอย่างยาวนาน แต่ในอดีตที่ผ่านมาชนชั้นกลางดังกล่าวกลับไม่ค่อยได้ถูกกล่าวถึงหรือมีบทบาทมากนัก ทั้งนี้ในอดีตสังคมไทยได้ให้ความสำคัญกับคนอยู่ 2กลุ่ม ได้แก่ “นาย” ผู้ซึ่งเป็นชนชั้นปกครองและ “ไพร่”

¹¹ คือ **หนึ่ง** รัฐบาลจะไม่ตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้นมาแข่งขันกับธุรกิจเอกชน **สอง** รัฐบาลจะไม่โอนกิจการของเอกชนมาเป็นของรัฐ **สาม** รัฐบาลจะไม่ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุน คือ การยกเว้นและลดภาษี การส่งกำไรกลับต่างประเทศ การคุ้มครองสินค้าที่ผลิตได้ภายใน **สี่** รัฐบาลจะจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ บริการแก่การลงทุน และ **ห้า** รัฐบาลจะขจัดอุปสรรคต่างของการลงทุน

เป็นชนชั้นที่ถูกปกครอง ซึ่งในงานของ อคิน รพีพัฒน์ (2527) ได้ชี้ให้เห็นว่า ชนชั้นดังกล่าวทั้งสองเป็นชนชั้นที่มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน แต่ทว่าชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มักจะไม่ค่อยถูกกล่าวถึง ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ที่ไม่สามารถระบุลงไปได้อย่างแน่ชัดว่าเป็นใครและกลุ่มไหนคือชนชั้นกลาง ความคลุมเครือที่เกิดขึ้นจึงทำให้ชนชั้นกลางดูจะเป็นชนชั้นที่ไม่สามารถหาคำนิยามหรือตัวตนได้อย่างชัดเจน

“พลเรือนแลชนชั้นกลาง” หรือ “มหาชนชั้นกลาง” นั้นก็ไม่สามารถที่จะระบุลงไปแน่ชัดว่า เป็นใครและเป็นคนกลุ่มไหน เป็นพ่อค้า ผู้ประกอบการ นายทุน นายธนาคาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของที่ดินที่ให้เช่าที่ (เปลี่ยน ภาสกรวงศ์, 2543, น. ข)

ความคลุมเครือและไม่ชัดเจนดังกล่าวจึงทำให้ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่ไม่ค่อยได้ถูกกล่าวถึงและพูดถึงมากนักในสังคมไทย แม้ว่าชนชั้นกลางจะเริ่มขยายตัวขึ้นอย่างจริงจังมาตั้งแต่สมัยของ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่มีนโยบายให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อตลาดและเน้นการสร้างความมั่งคั่งทางวัตถุ โดยผลพวงของการพัฒนาดังกล่าวได้ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณของชนชั้นกลางได้เพิ่มขึ้นถึง 1,800,000 คน (พ.ศ. 2530) ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้ชนชั้นกลางเริ่มมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะทางด้านการเมือง การปกครอง รวมไปถึงการเรียกร้องสิทธิต่าง ซึ่งจากงานศึกษาหลาย ๆ ชิ้น ทั้งในกลุ่มของมาร์กซิสต์ อาทิ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2518) ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2548) วรวิทย์ เจริญเลิศ (2536) และ กลุ่มเบเวอเรียน อาทิ จูรี วิจิตรวาทการ (2536) ถิรนนท์ อนวัชรศิริวงศ์ (2524) ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงบทบาทและลักษณะของชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้คำว่าชนชั้นกลางดูจะมีความหมายกว้างจนแทบจะครอบคลุมไปถึงบุคคลจำนวนมาก จากหลายอาชีพก็ตามที่แต่การแบ่งชนชั้นกลางออกเป็นกลุ่มดังกล่าวของ วีรศักดิ์ สาเลยกานนท์ (ดูจะครอบคลุมและใกล้เคียงกับความเป็นไปที่เกิดขึ้นในสังคมไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งกลุ่มทั้งหมดเหล่านี้หากใช้วิธีคิดเรื่อง แรงงานคอปกขาวของ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2534) แล้วจัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่มากโดยเป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายอยู่ในสาขาวิชาชีพ นับตั้งแต่ปัญญาชน ข้าราชการ ลูกจ้างในธุรกิจเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือแม้แต่นักศึกษาและผู้ทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งก็แทบที่จะครอบคลุมไปถึงกลุ่มคนแทบจะทุกสาขาอาชีพในสังคมไทย โดยวิธีคิดดังกล่าวในเรื่องแรงงานคอปกขาวยังสอดคล้องไปกับแนวคิดวิเคราะห์แบบมาร์กซิสต์และเบเวอเรียน ที่ต่างก็นิยามให้คนงานคอปกขาวสังกัดอยู่ในชนชั้นกลางเหมือนกัน แม้ว่าจะไม่มีหลักฐานที่บ่งบอกไว้อย่างแน่ชัดว่าชนชั้นกลางเริ่มเข้ามามีบทบาทที่หัวหินตั้งแต่เมื่อใดและช่วงเวลาใด แต่จากการวิเคราะห์จากเอกสารที่รวบรวมได้ ประกอบกับการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ทำให้เกิดข้อสันนิษฐานบางประการว่าชนชั้นกลางเริ่มเข้าสู่พื้นที่ของหัวหินโดยมีเหตุผลและปัจจัยสนับสนุนด้านต่าง ๆ ดังนี้

ประการแรก การเข้ามาในรูปของประชากรแฝง

จากข้อมูลตามทะเบียนราษฎรของเทศบาลเมืองหัวหินระบุไว้ว่ามีประชากรที่อาศัยอยู่ตามทะเบียนบ้านจำนวน 58,000 คน แต่ทั้งนี้จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์รองนายกเทศมนตรีที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวและสาธารณูปโภคเกี่ยวกับเมืองหัวหิน โดยมนตรี ชูภู (รองนายกเทศมนตรีหัวหิน) ได้กล่าวให้ผู้วิจัยฟังว่า¹²

... อย่างเช่นในเรื่องของ สิ่งแวดล้อม ขยะ การใช้น้ำ ถนนหนทาง ซึ่งเรามีประชากรประมาณ 58,000 คนตามทะเบียนราษฎร แต่ขณะเดียวกันเรามีประชากรแฝงที่คาดว่าจะมีอยู่ประมาณ 180,000-200,000 คน (ประเมินจากการปล่อยน้ำออกไป) จริง ๆ แล้วน้ำที่วานั้น เราสามารถดูแลคนประมาณ 50,000-60,000 คน ได้อย่างไม่มีปัญหา แต่ในปัจจุบันเราจำเป็นต้องปล่อยน้ำมากกว่าที่เป็นอยู่ ทำให้เราใช้น้ำในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น 3 เท่าตัว รวมถึงการดูแลในเรื่องของขยะ น้ำเสีย สิ่งแวดล้อม ในเรื่องของจราจร ตัวอย่างนะครับ ถ้าจะคิดตามจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรแล้วประชากรประมาณเกือบ 60,000 ที่เราดูแลและน่าจะบริหารจัดการได้ภายใน 3 ชม แต่ความเป็นจริง เราต้องใช้เวลาในการบริหารจัดการ ถึง 6 ชมตามสัดส่วนของประชากรแฝงที่อยู่ในพื้นที่ น้ำประปาที่นี่ต้องไหลตลอดเวลา 24 ชั่วโมง เราจะต้องจัดสรรงบประมาณในเรื่องที่มีความจำเป็นมากที่สุดก่อน เพราะเป็นเรื่องความเดือดร้อนของพี่น้องประชาชน (มนตรี ชูภู, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2557)

สิ่งที่เกิดขึ้นจากการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าในพื้นที่ของหัวหินมีประชากรแฝงที่เข้ามาอยู่อาศัยและมาทำงานราว 200,000 คน ทั้งนี้รองนายกเทศมนตรีท่านเดิมยังกล่าวเพิ่มเติมว่า

“... ด้วยจำนวนประชากรแฝงที่เข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่หัวหินนั้นมักจะเข้ามาประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ค้าขาย เป็นพนักงาน และลูกจ้างบ้างบางส่วน” (มนตรี ชูภู, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2557)

กลุ่มดังกล่าวเหล่านี้มีความใกล้เคียงกับสิ่งที่ ฌรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2534) ที่ว่าแรงงานคอปกขาวเป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายวิชาชีพ ซึ่งแรงงานของคนกลุ่มนี้อยู่กันอย่างกระจัดกระจายในพื้นที่ ดังนั้นจึงเกิดการเชื่อมโยงได้ว่าในพื้นที่ของหัวหิน แรงงานคอปกขาวที่กล่าวถึงเหล่านี้เป็นแรงงานของชนชั้นกลางที่อยู่ในรูปของประชากรแฝง

ทั้งนี้การเข้ามาของประชากรแฝงดังกล่าวเป็นสิ่งที่เริ่มส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงในด้านการขอความร่วมมือของชุมชนในพื้นที่หัวหิน เช่น การเชิญชวนให้เป็นผู้อาสาเข้ามาเป็นผู้พัฒนาชุมชน

¹² ศึกษาข้อมูลและรายละเอียดของหัวหินผ่านมุมมองของ รองนายกเทศมนตรีหัวหินคนปัจจุบัน (2557) เพิ่มเติมจากภาคผนวก ข

เช่น การเก็บขยะ การดูแลชุมชน รวมไปถึงการขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ซึ่งพบว่าเริ่มมีเข้ามาน้อยลง ด้วยเหตุที่ว่าเค้าต้องทำงาน เข้าไปเย็นกลับ อยู่ในสังคมที่ต้องไปค้าขาย เรื่องการแข่งขัน ดังนั้นความสนใจในเรื่องของสังคมจึงมีน้อยลงก็จะมีเพียงบางกลุ่มของชุมชนในนั้น ถ้าเทียบแล้วกลุ่มนี้ก็จะมีความหนาแน่นไม่มาก ความเป็นชุมชนเมืองเริ่มเข้ามาอยู่ตลอดเวลา พฤติกรรมของผู้คนก็เริ่มแปรเปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองมากขึ้น เช่น หลายบ้านก็กันเป็นห้องให้เช่า คนที่มาพักก็จะเป็นคนทำงานซึ่งจะเป็นคนที่มาจากต่างถิ่น เข้าไปเย็นกลับ ทำให้คนนอก คนต่างถิ่นเข้ามาเป็นประชากรแฝงค่อนข้างเยอะ เมื่อเข้ามาแล้วก็ไปปะปนอยู่กับชุมชนต่าง ๆ ยิ่งชุมชนไหนที่มีความใกล้ชิดเมืองกับจุดสถานประกอบการยิ่งทำให้ชุมชนนั้นแปรเปลี่ยนได้ง่ายขึ้น เช่น ชุมชนบ่อนไก่ เดิมเป็นชุมชนที่เป็นพื้นเพของคนท้องถิ่น หลังจากนั้น บริเวณดังกล่าวเริ่มสร้างหอพัก ร้านอาหาร มีนักเรียน มีคนทำงานเข้าไปมากขึ้น ชุมชนบ่อนไก่เริ่มแปรเปลี่ยนเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น คนที่ไม่ค่อยรู้จักกันมากขึ้น มนตรี ได้กล่าวถึงเรื่องชุมชนให้ผู้วิจัยฟังว่า

ในขณะที่ยุคสมัยที่เป็นชุมชนดั้งเดิมคือ ชุมชนตะเกียบ ชุมชนหนองแก ชุมชนเขาเต่า ชุมชนบ่อฝ้าย ชุมชนเหล่านี้ ก็ยังเป็นคนที่อยู่ในท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน ด้วยเหตุที่ว่า มีพ่อ มีแม่ มีปู่ย่าตายายที่เป็นรากฐานอยู่ ไม่รู้จะขยับขยายไปไหน ชุมชนเหล่านี้ไม่เป็นจุดศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ทำให้การขยับขยายคลานของความเป็นคนต่างถิ่นค่อนข้างน้อย แต่ว่าในอนาคตชุมชนเหล่านี้ก็อาจจะโดนกลืนไป เพราะอะไรไม่รู้ไหมครับ เพราะว่าชุมชนเหล่านี้เริ่มที่จะมีความเติบโตเป็นของตัวเอง เริ่มที่จะมีอะไรเป็นตัวตนของเขา คนเริ่มที่จะเข้าไปอาศัย บ้านเรือนเริ่มปรับเปลี่ยนเป็นห้องพัก มีคอนโดมีเนียมขึ้น ตัวอย่างเช่น บ่อฝ้ายในปัจจุบันนี้มีถนน ซอย 6 มีผับอยู่ประมาณ 4-5 ผับ และมีร้านอาหารอยู่หลายร้าน มีความคึกคักอยู่ตลอด ชุมชนเริ่มเป็นชุมชนเมืองเข้าไปทุกวัน (มนตรี ชูภู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2527)

ความน่าสนใจในประเด็นเรื่องชุมชนดังกล่าว มนตรี กล่าวต่อว่า

ชุมชนมีบทบาทพอสมควรต่อเมืองหัวหิน ชุมชนทำให้เมืองหัวหิน เป็นตัวตนของหัวหิน ชุมชนประกอบด้วยคนที่มีความรู้สึกเป็นท้องถิ่น トラバไตที่ชุมชนยังมีความเป็นตัวตนของเขาเองโดยพื้นฐาน ก็จะทำให้หัวหินยังคงความเป็นหัวหินอยู่ トラバไตที่ชุมชนมีการปรับเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง หัวหินเองก็จะต้องถูกปรับเปลี่ยนไปตามสภาพที่เกิดขึ้น ผมไม่เชื่อหรือครับว่าคนข้างนอกจะมารักษาอะไรได้ดีเท่ากับคนหัวหิน เพราะว่า คนนอกเข้ามาเพื่อลงทุน เพื่อมาพัก มาเสพ มาโยกหาในความที่หัวหินเป็นแล้วเค้าก็ไปเท่านั้นเอง เค้าอาจจะมาแล้วเค้าก็มาดำหนิแล้วก็กลับไป เค้าอาจจะช่วยในเรื่องข้อเสนอแนะเท่านั้นเอง (มนตรี ชูภู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวประกอบกับการลงพื้นที่ดังกล่าวหลายครั้ง เพื่อเก็บข้อมูลผู้วิจัยพบความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวว่า มีผับ และบาร์เปียร์ รวมไปถึงร้านเหล้า เป็นจำนวนมาก เดิมทีนั้นมีแค่บริเวณฝั่งทางด้าน ถนนเดชานุชิต แต่ปัจจุบันบาร์เปียร์ดังกล่าวเริ่มขยายไปสู่ชุมชน บ่อนไก่ ดังที่รองนายกเทศมนตรีกล่าวให้ผู้วิจัยฟัง

ประการที่สอง เข้ามาในรูปแบบการท่องเที่ยวและพักผ่อน ด้วยจำนวนประชากรแฝงที่มากมายดังกล่าวนี้อาจทำให้เกิดความต้องการด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้นตามมา ทั้งในรูปแบบของบ้านพัก บ้านเช่า คอนโดมิเนียม ตึกแถว ซึ่ง จากการสำรวจของสำนักงานที่ดินประจำจังหวัด ประจวบฯพบว่า ที่อำเภอหัวหิน มีอาคารรวมทั้งหมด 301 อาคารและมีจำนวนห้องชุดทั้งหมด 13,574 ห้อง¹³ แสดงให้เห็นถึงปริมาณห้องพักที่มีเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับจำนวนประชากรที่มาจากต่างถิ่น ประชากรแฝง รวมไปถึงประชากรที่อยู่ในพื้นที่ด้วยเช่นกัน ความต้องการด้านที่พักอาศัยที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าวได้ส่งผลให้ราคาที่ดิน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการผลิตขายบิตตัวสูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน โดยราคาที่ดินที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 50% โดยเฉพาะที่ดินริมถนนสายสำคัญ เช่น ถนนเพชรเกษม ถนนแนบเคหาสน์ ถนน เดชานุชิต เป็นต้น¹⁴

ทั้งนี้สอดคล้องไปกับคำให้สัมภาษณ์ของมนตรี ชูญู (รองนายกเทศมนตรีหัวหิน) ที่ว่า “ต้องบอกว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ราคาที่ดินที่หัวหินยังไม่สูงมากนัก นักลงทุนที่ scale ไม่ใหญ่มากนักยังสามารถจับต้องได้ ผมว่านักลงทุน 200-300 ล้านบาท ยังสามารถลงทุนได้” (มนตรี ชูญู, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2557)

ผู้วิจัยตีความว่าการเกิดที่พักอาศัยจำนวนมากทั้งคอนโดมิเนียม บ้านพักอาศัย หลายโครงการเป็นการรองรับจำนวนประชากรที่จะเพิ่มขึ้นทั้งในรูปแบบของประชากรแฝงและจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งหมายถึงชนชั้นกลางที่ไปพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือช่วงเทศกาล ทั้งนี้จากการสำรวจของบริษัทอสังหาริมทรัพย์คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย ที่ระบุว่า ผู้ซื้อชาวไทยที่เริ่มมีการเยี่ยมชมโครงการและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเมืองตากอากาศมากขึ้นโดยมียอดขายเฉลี่ยทั้งในพื้นที่ ชะอำ หัวหิน ปรานบุรี ครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2557 อยู่ประมาณร้อยละ 7.8 โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการและพนักงานระดับบริหารในพื้นที่กรุงเทพฯซึ่งมองหาบ้านหลังที่สองสำหรับการอยู่อาศัยเองและการลงทุน จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการขยายตัวของด้านที่อยู่

¹³ อ้างอิงจาก บัญชีราคาประเมินทุนทรัพย์อาคารชุด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รอบบัญชีปี 2551-2557

¹⁴ อ้างอิงจาก รายงานสรุปการประเมินราคาที่ดินรายบล็อกเพื่อจัดทำบัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์รอบบัญชีปี พ.ศ. 2555-2558 ของ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง หน้า 5

อาศัยได้ทำให้ชนชั้นกลางจำนวนหนึ่งที่อยู่ในรูปของพนักงานคอปขาวได้เข้าสู่พื้นที่หัวหินโดยการมีบ้านพักหลังที่สอง หลังที่สาม ซึ่งการมีบ้านพักดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบคอนโดมิเนียมหรือบ้านพักชายทะเลล้วนเป็นเหตุให้ชนชั้นกลางกลุ่มนี้เข้ามาในพื้นที่หัวหินเพิ่มมากขึ้น

ประการที่สาม การลงทุนสร้างแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ ด้วยเหตุผลของการเพิ่มขึ้นของความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยของประชากรแฝงที่เข้ามาทำงานและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักผ่อนที่หัวหิน จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดเริ่มที่จะไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวดังกล่าว จึงทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ขึ้น เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ตลาดน้ำห้วยมงคล เป็นต้น การเพิ่มขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ดังกล่าว จึงเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหัวหิน ได้มีตัวเลือกที่หลากหลายขึ้นจากเดิมที่มีเพียงไม่กี่แห่ง ทั้งนี้การเข้ามาดังกล่าวของกลุ่มทุนดังกล่าวทำให้หัวหินเกิดการเปลี่ยนแปลงจากอดีตไปอย่างมากมายกล่าวคือ หัวหิน เดิมเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเมืองของการพักผ่อนตากอากาศ ซึ่งประเด็นดังกล่าว เอก ผู้ซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่เป็นผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่เพลินวานได้กล่าวถึงความน่าสนใจของหัวหินให้ผู้วิจัยฟังว่า

“หัวหินที่เป็นเมืองเก่า คือเมื่อพูดถึงหัวหิน จะนึกถึงความคลาสสิก เป็นเมืองตากอากาศลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย” (เอก สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยมีทัศนะต่อเรื่องดังกล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ที่เกิดขึ้น เช่น เพลินวานเป็นสถานที่ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยกลุ่มทุนที่มาจากชนชั้นกลางและเป็นกลุ่มทุนภายใน ประเทศที่พยายามประดิษฐ์เพลินวานขึ้นโดยการหยิบความเป็นอดีตที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาผลิตขึ้นใหม่ ด้วยการผลิตซ้ำ เพื่อให้เกิดกระแสของความนิยมอดีต การผลิตซ้ำของกลุ่มทุนดังกล่าวเหมือนจะเป็นการตอกย้ำถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตว่าสิ่งเหล่านี้มีความน่าสนใจ ซึ่งเมื่อ เพลินวานเกิดขึ้นเป็นลำดับแรก ก็เกิดกระแสขึ้นและทำให้เกิดการลงทุนสร้างพื้นที่คล้าย ๆ เพลินวานตามมา แต่เป็นพื้นที่ที่บอกเล่าเรื่องราวของตลาดน้ำ เช่น ตลาดน้ำหัวหิน และตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม

การเปลี่ยนแปลงจากเมืองตากอากาศที่คลาสสิกในอดีตมาสู่เมืองท่องเที่ยวในสมัยปัจจุบันนั้นได้ทำให้หัวหินกลายเป็นเมืองชายทะเลที่มีพลวัตและมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ด้วยกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นจึงทำให้กลุ่มทุนได้เกาะกระแสต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อการลงทุนในการประดิษฐ์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นการเข้ามาของกลุ่มทุนในพื้นที่ของหัวหินจึงกล่าวได้ว่าเป็นการเข้ามาตามกระแสที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น กระแสความนิยมในเรื่องของตลาดน้ำ ก็เกิดตลาดน้ำขึ้นในพื้นที่หลายแห่ง กระแสความนิยมในเรื่องการโยกย้ายอดีต ก็เกิดเพลินวาน โดยมีมนตรี ชูญ (รองนายกเทศมนตรีหัวหิน) ได้แสดงทรรศนะต่อเรื่องดังกล่าวว่า

“ผมว่า เพลินวาน เค้าทำการบ้านมาดี เค้าพยายามที่จะจับกระแสความนิยมในช่วงเวลาดังกล่าวว่า คนต้องการอะไร ชอบอะไร ซึ่งในช่วงเวลานั้น (พ.ศ. 2552) กระแสเรื่องการโยกย้ายถิ่นฐานกำลังมาแรง” (มนตรี ชูญู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม พ.ศ. 2557)

สิ่งที่มนตรี กล่าวถึงเรื่องสถานที่ประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นตามกระแสความนิยมนั้น ผู้วิจัยมีทัศนะทั้งที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย **ที่ไม่เห็นด้วย** เพราะผู้วิจัยคาดว่าน่ากระแสความนิยมอย่างเดียวไม่น่าจะเพียงพอ น่าจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาประกอบด้วย ทั้งนี้เนื่องจากว่าหากสถานที่ประดิษฐ์เหล่านี้เกิดขึ้นภายใต้กระแสของความนิยมแล้วทำไมตลาดน้ำที่อยู่ใกล้กันทั้งสองแห่ง (ตลาดน้ำหัวหินและตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม) แห่งหนึ่งสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ในขณะที่อีกแห่งหนึ่งต้องปิดกิจการลง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าน่าจะมีปัจจัยเรื่องการบริหาร สถานที่ตั้ง และความสะดวกในการเดินทาง ที่น่าจะทำให้เกิดความอยู่รอดได้ ในขณะที่ **สิ่งที่เห็นด้วย** คือ สถานที่ประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นตามกระแส มักจะไม่มีความคิดที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ดังเช่น ตลาดน้ำที่สามารถหาชม ได้ทั่วทุกแห่ง ในขณะที่ เพลินวาน กลับมีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง มีทั้งความคลุมเครือ ทั้งเก่าผสมใหม่ ทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าติดตาม หนึ่งทางแปลงที่ชวนดู เป็นต้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนกิจกรรมอยู่เสมอจึงทำให้เพลินวานยังคงได้รับความนิยมอยู่จนปัจจุบัน

จากสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวทั้งหมดนี้ทำให้เชื่อได้ว่า ชนชั้นกลาง เริ่มเข้ามาสู่พื้นที่หัวหินมากขึ้น ทั้งนี้การเข้ามาสู่พื้นที่หัวหินของชนชั้นกลางนั้น น่าจะมาจาก 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ **หนึ่ง** ประชากรแฝง **สอง** นักท่องเที่ยวและพักผ่อน **สาม** กลุ่มทุน ซึ่งเหตุผลดังกล่าวทั้งสามประการเกิดจากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ ที่ผู้วิจัยพอมีหลักฐานให้เชื่อได้ว่าชนชั้นกลางเหล่านี้ได้เข้ามาสู่พื้นที่ของหัวหิน ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นทำให้ทราบว่าได้ว่า ชนชั้นกลางจากกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ได้ทำให้พื้นที่หัวหิน เกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมา จากเดิมที่เคยเป็นเมืองตากอากาศที่คลาสสิก กลายมาเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดีสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดทำให้พอจะทราบได้ว่าลักษณะของชนชั้นกลางไทยนั้นมีความหลากหลาย (heterogeneity) และภายในชนชั้นกลางเองมีการแตกตัว (fraction) มากมาย เนื่องจากชนชั้นกลางในสังคมไทยเป็นชนชั้นที่แทรกตัวขึ้นมาใหม่ระหว่างชนชั้นผู้นำหรือชนชั้นปกครองกับชนชั้นที่ถูกปกครอง การเกิดขึ้นดังกล่าวที่ดูจะไม่น่ามีความมั่นคงมีการเอนเอียงและปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงทำให้สถานภาพทางสังคมและอัตลักษณ์ของตัวนั้นมีความไม่แน่นอน ดังนั้นชนชั้นดังกล่าวนี้จึงพยายามที่จะพัฒนารูปแบบชีวิตใหม่ ๆ ให้กับชนชั้นตนเอง ด้วยวิธีการเปิดรับวัฒนธรรมอื่น ๆ ในทุกรูปแบบหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คืออัตลักษณ์ของชนชั้นกลางไทยเป็นอัตลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน มีความคลุมเครือ บางครั้งดูจะมีตัวตนที่ชัดเจนแต่บางทีตัวตนก็ดูเหมือนจะลื่นไหล ดังนั้นอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางจึงมีความเป็นพลวัตร (dynamic) ด้วยเหตุนี้ชนชั้นกลางจึงพยายาม

แสวงหาพื้นที่ใหม่ ๆ เพื่อแสดงจุดยืนและตัวตนออกมา ซึ่งในด้านหนึ่งคือ การสร้างความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางกับกลุ่มอื่น ๆ แต่อีกด้านหนึ่งคือการเข้ายึดครองพื้นที่ใหม่ ๆ เพื่อสร้างต้นทุนบางอย่าง เช่น ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) ได้กล่าวถึงลักษณะของชนชั้นกลางอันประกอบไปด้วย **หนึ่ง** ชนชั้นกลางไทยไม่ได้สังกัดอยู่ในแวดวงของชนชั้นนำหรือชนชั้นปกครอง ขณะเดียวกันก็ไม่ได้สังกัดอยู่ชนชั้นชาวนาด้วยเช่นกัน **สอง** ชนชั้นกลางไทยมีความเป็นปัจเจกนิยม (individualism) ที่มีอิสระจากพันธนาการที่ผูกมัดจากชนชั้นปกครองและชนชั้นชาวนา **สาม** ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งหวังในเรื่องของตลาดโดยตรง และ **สี่** ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่สืบทอดสถานะของตนเองได้ด้วยทุน/หรือ การศึกษา ดังนั้นชนชั้นกลางจึงไม่ค่อยมีความสำนึกในเรื่องของการรวมตัวเพื่อความเป็นปึกแผ่น ความเสียสละเพื่อส่วนรวม ซึ่งชนชั้นกลางจะคำนึงถึงประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก โดยที่ชนชั้นกลางยังสามารถเลื่อนสถานะภาพของตนเองให้สูงขึ้นได้จากการกระทำของตนเอง ทั้งนี้ด้วยวิธีคิดเรื่อง ชนชั้นกลาง ของนิธิแสดงให้เห็นว่า วิธีคิดดังกล่าวสามารถอธิบายวิถีชีวิต ความคิด หรือ วัฒนธรรมบางอย่างของชนชั้นกลางในสังคมไทยที่เกิดขึ้นในแง่ของระบบความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นกลางกับสิ่งที่อยู่รอบตัว และระบบความสัมพันธ์ที่อยู่ในความรู้สึคนึกคิด เช่น ความปรารถนาที่จะปลดตัวเองให้หลุดพ้นไปจากพันธะทางสังคมเดิม การกดทับชนชั้นล่าง เชิดชูระบบการศึกษา การยกย่องเงินตรา

คำอธิบายของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ ที่กล่าวถึงชนชั้นกลางจะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงลักษณะที่แสดงออกหลายประการของชนชั้นกลาง ทั้งนี้ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มีบทบาทมากขึ้นที่หวินโดยเฉพาะบทบาททางเศรษฐกิจ คงเป็นสิ่งที่ปฏิเสธได้ยากว่าจากจำนวนรายได้ที่เกิดขึ้นถึงปีละกว่า 6,000 ล้านบาท¹⁵ นั้น มาจากธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ชนชั้นกลางก็มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในแง่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ซึ่งพื้นฐานของการทำธุรกิจก็มุ่งในเรื่องของการสร้างผลกำไรเป็นหลัก แม้ว่า เพลินวานเองจะ “ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นศูนย์รวมความสุข สถานที่ที่หยุดเวลา เรื่องราวมากมายในอดีตไว้ เพื่อให้ความทรงจำดี ๆ ของวันวาน ย้อนคืนกลับมาสร้างความอึดอึดใจให้กับผู้คนยุคนี้ สมัยนี้ อีกครั้ง..”¹⁶ ก็ตาม แต่เพลินวานเองก็ยังคงต้องอิงอยู่บนฐานของกำไร มิเช่นนั้นกิจการอาจไปไม่รอด ซึ่งเรื่องดังกล่าวการที่ นิธิกล่าวถึงชนชั้นกลางว่าเป็น “ชนชั้นที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งหวังในเรื่องของตลาดโดยตรง” (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2536, น. 128) ก็ดูจะไม่ผิดมากนักที่จะกล่าวเช่นนั้นทั้งนี้เนื่องจากว่า การสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในเพลินวาน ทั้งความทรงจำ ความสุข ความอึดอึดในอดีต ก็ล้วนที่ถูกลำมาผลิตซ้ำและสร้างเป็นวาทกรรมเพื่อเป็นจุดขายใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น

¹⁵ อ้างใน <http://www.huahin.go.th>

¹⁶ อ้างใน www.Plearnwan.com

ทั้งนี้ความอึดอ้อม ความสุข ดังที่เพลินวานได้นำมาสร้างเป็นจุดขายดังกล่าว ผู้วิจัยตีความได้ว่า ในโลกปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่กำลังโยกย้ายสิ่งที่จะห่างหายไปจากสังคมไทยนั้นคือ **ความสุข** จากงานศึกษาของ Creighton ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ประเพณีประเพณีผ่านสื่อภาพยนตร์ โฆษณาท่องเที่ยวที่ออกอากาศตามโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น ด้วยการนำเสนอแนวคิดในเชิงจิตวิทยาในเชิงบอกเล่าว่าคนเมืองที่อยู่ในสภาพสังคมอุตสาหกรรมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ วิถีชีวิตของผู้คนจึงเร่งรีบและการทำงานที่ต้องแข่งขันกับเวลา จนทำให้คนเมืองเกิดสภาวะสับสนภายในจิตใจ บางคนถึงกับเกิดความรู้สึกถวิลหา (nostalgia) บ้านเก่า ๆ หรือภาพชีวิตของสังคมชนบทญี่ปุ่นที่ไกลโพ้นเพื่อจินตนาการภาพชีวิตดังกล่าวมาชดเชยกับสิ่งที่ไม่อาจหาได้ในวัฒนธรรมเมืองอุตสาหกรรม สามารถชี้ให้เห็นว่า สังคมเมืองยิ่งเติบโตมากเท่าไรผู้คนก็เริ่มที่จะสับสน ว้าวุ่นมากขึ้นจนทำให้ขาดซึ่งความสุข ดังนั้นเมื่อมีสิ่งที่สามารถให้ความสุขกับกลุ่มคนเหล่านี้ได้ กลุ่มคนเหล่านี้จึงพยายามที่จะกลับไปหาสิ่งดังกล่าวเหล่านั้น ดังเช่นความคิดที่ว่า อดีตที่สงบเรียบง่าย ไม่ต้องเร่งรีบ ไม่ต้องแข่งขัน มีชีวิตที่เรียบง่าย มีน้ำใจ เอื้ออารีย์ แบ่งปัน เป็นต้น ทั้งนี้พื้นที่ประเพณีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่จึงพยายามที่จะมุ่งสร้างความเป็นอดีตให้เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ซึ่งการเกิดขึ้นของพื้นที่ดังกล่าวเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้ในระดับหนึ่งว่าผู้คนกำลังต้องการหรือวิลาหะไรบางอย่างที่พวกเขาเชื่อว่าสิ่งนี้ (อดีต) สามารถทำให้พวกเขามีความสุขได้

3.4 เพลินวาน ความต่างในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม

ในประเด็นเรื่องความแตกต่างของการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยมีทัศนะต่อแนวคิดและวิธีการของ ฮอบส์บอว์ม ที่มองว่า ประเพณีประเพณีถูกสร้างโดยชนชั้นนำหรือชนชั้นสูง แต่เพียงฝ่ายเดียวนั้น น่าจะเป็นสิ่งที่อธิบายได้เพียงบริบทหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นบนโลกความเป็นจริง เช่น ในกรณีพื้นที่ของหัวหิน ในอดีตตั้งแต่ช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 และช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงปี พ.ศ. 2500 ในสมัยของจอมพล ป.พิบูลสงคราม นั้น หัวหินเองได้ถูกสร้างให้เป็นพื้นที่ทางด้านการพักผ่อน ทำให้หัวหินเกิดเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้น แต่ทว่าในทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) นั้น หัวหินก็ถูกสร้างให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้วยรูปแบบใหม่ขึ้นเช่นกัน และเป็นการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากการสร้างวัฒนธรรมดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา ด้วยความต่างดังกล่าวนี้เองทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ สังเคราะห์และประมวลผลจากข้อมูลในด้านต่าง ๆ ทั้งในเชิงเอกสารและข้อมูลจากภาคสนามแล้ว สามารถสรุปความแตกต่างที่เกิดขึ้นออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

ประการแรก การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีต้นทุนที่แตกต่างกัน ภายใต้แนวคิดประเพณีประเพณี ของ ฮอบส์บอว์ม นั้นมุ่งสนใจที่จะถึงศึกษากระบวนการสร้างผลประโยชน์ให้กับ

กลุ่มชนชั้นนำทางวัฒนธรรม (the cultural elite) โดยมองว่าประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มชนชั้นนำในสังคม (elite) ที่ทำการคัดสรร (selection) วัฒนธรรม ประเพณี และ พิธีกรรมของสังคมในอดีตมาตีความหมายใหม่ (redefined) เพื่อเป้าหมายในการสร้างความรู้สึกร่วมกัน (sense of belonging) โดยสิ่งที่เลือกสรรขึ้นมานั้นต้องเป็นภาพตัวแทนที่นำไปสู่การตอกย้ำความชอบธรรมทางการเมืองของกลุ่มที่ได้ผลประโยชน์ด้วย ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการโต้แย้งจากนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน (Buckser, Briggs, Chan) รวมถึงผู้วิจัยด้วยที่ว่า **ประเพณีประดิษฐ์ ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยชนชั้นนำเพียงฝ่ายเดียว แต่ประเพณีประดิษฐ์สามารถสร้างขึ้นจากชนชั้นที่อยู่ต่ำกว่าและตรงกลางได้** และประเพณีประดิษฐ์ไม่ได้สร้างขึ้นเพียงเพื่อการต่อสู้หรือป้องกันการรุกรานดังที่นักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอเท่านั้น แต่ประเพณีประดิษฐ์ดังกล่าวสามารถที่จะสร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในด้านการเศรษฐกิจ

จากสิ่งที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วว่าในช่วงเวลาก่อนปี พ.ศ. 2500 การสร้างประเพณีประดิษฐ์ในพื้นที่ของหัวหินแหล่งมีที่มาของวัฒนธรรมดังกล่าวมาจากตะวันตกเป็นหลัก อาทิ การสร้างโฮเต็ล หัวหิน การสร้างสนามกอล์ฟ การสวมเสื้อนอกและใส่หมวกในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นต้น แต่หลังจากปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมาในยุคของ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่เริ่มมีนโยบายในการสร้างชนชั้นชนกลางจึงทำให้ชนชั้นกลางเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและขยายตัวเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้ชนชั้นกลางเริ่มที่จะมีบทบาทมากขึ้นในสังคมโดยเฉพาะบทบาทของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2552) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะบางประการของชนชั้นกลางว่า มีโลกทัศน์แบบ **นานาชาตินิยม** และ มีความมุ่งหวังประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ ซึ่งสิ่งดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของชนชั้นกลางได้เป็นอย่างดีว่าเป็นชนชั้นที่คำนึงถึงเรื่องอื่น ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ แต่ตนเองต้องมีส่วนได้รับผลประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันชนชั้นกลางก็เป็นชนชั้นที่มีเหตุผลต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้วิทยายังกล่าวต่อไปว่า ชนชั้นกลาง เป็นชนชั้นที่ไร้ราก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยมีทัศนะที่ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยต่อความคิดดังกล่าว

ประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนในงานชิ้นนี้ว่า ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองเช่นกัน แต่วัฒนธรรมดังกล่าวของชนชั้นกลางนั้นเป็น วัฒนธรรมลูกผสม เช่น pop culture ดังนั้นการที่นิธิกล่าวว่า ชนชั้นกลางไร้รากถ้าจะหมายถึงไม่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองก็ดูจะไม่ใช่ทั้งหมด ถ้าความหมายของรากคือการยึดเกาะแล้ว ชนชั้นกลางก็มีสิ่งที่สร้างวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมาได้เช่น วัฒนธรรมการกิน (อาหารแบบฟิวชั่น) สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการที่ ชนชั้นกลาง สร้างวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมาโดยใช้วิธีการที่เรียกว่า การผสมผสาน (hybrid) โดยการนำเอาต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุดิบมาจากแหล่งต่าง ๆ แล้วมา

ผสมรวมกัน ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะเป็นวิธีการเดียวกับการเกิดขึ้นของสถานที่ประดิษฐ์ดังเช่นกรณีของ เพลินวาน ด้วยเช่นกัน

ประการที่สอง การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีวิธีการที่แตกต่างกัน วิธีการผสมผสาน (Hybrid) ที่ชนชั้นกลางนำมาใช้ในการสร้างประเพณีประดิษฐ์ในกรณีของเพลินวานนั้นมีการนำเอา ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มาจากหลายแห่ง ทั้งบริบทโลก (Global) และบริบทท้องถิ่น (Local) ทั้งนี้ ประเด็นเรื่องการผสมผสานนั้นเป็นสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม ไม่ได้กล่าวถึงไว้ในงานศึกษา โดยฮอบส์บอว์ม อธิบายเพียงว่าประเพณีประดิษฐ์ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มชนชั้นนำในสังคม ดังนั้นประเพณีประดิษฐ์จึงสามารถอธิบายความหมายอยู่ในวงที่จำกัด ในขณะที่ประเพณีประดิษฐ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากชนชั้น กลางด้วยวิธีการผสมผสานจะสามารถอธิบายความหมายและปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมได้ ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งในกรณีของเพลินวาน นั้นเห็นได้ชัดแจ้งว่ามีการนำเอาบางส่วนที่เป็นจุดเด่นของ พิพิธภัณฑราเมง ดิสนีย์แลนด์ หมู่บ้านในญี่ปุ่น มาใช้เป็นต้นทุนเพื่อหลอมรวมเข้ากับวัตถุทาง วัฒนธรรมที่มีในประเทศ เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น เทศกาลงานวัด เกิดเป็นการผสมผสานที่เป็น เอกลักษณะเฉพาะของชนชั้นกลาง

ประการที่สาม การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีกระบวนการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในแง่ของขั้นตอนหรือกระบวนการในการประกอบสร้างประเพณีประดิษฐ์ของชนชั้นกลางใน กรณีของเพลินวานนั้นมีความแตกต่างจากชนชั้นสูงหรือชนชั้นปกครองอย่างชัดเจนเช่นกันกล่าวคือ ชนชั้นสูงหรือชนชั้นปกครองจะมีการออกแบบที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์และมีความหมาย เช่น การออกแบบหลังคาของตลาดนัดรถไฟให้มี 7 ชั้นแสดงให้เห็นถึงการก่อสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 7 เป็นต้น ขณะที่ชนชั้นกลางมีวิธีการสร้างประเพณีประดิษฐ์โดยใช้วิธีการออกแบบให้มีการผสมผสาน จนนำไปสู่การสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งนี้ขั้นตอน **การหาข้อมูล** จะเป็นขั้นตอนที่สำคัญของการ ประกอบสร้างเพลินวาน เนื่องจากว่าผู้ดำเนินการสร้างจำเป็นต้องเดินทางเพื่อไปหาข้อมูลจากแหล่ง ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ในขณะที่ชนชั้นสูงได้ใช้ข้อมูลที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มี อยู่เดิม) ซึ่งในงานชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่าผู้สร้างเพลินวานได้เดินทางไปต่าง ๆ มากมายทั้งในและ ต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแปรเปลี่ยนเป็นต้นทุนในการประกอบสร้างดังกล่าว อาทิ การ เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น เพื่อศึกษาพิพิธภัณฑราเมง ดิสนีย์แลนด์ รวมไปถึงการสร้างหมู่บ้านจำลองที่ ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้การสร้างทางลาดสำหรับคนพิการ แสดงให้เห็นว่าเพลินวานมีการคำนึงถึง ผู้พิการว่ามีสิทธิที่เท่าเทียมกันกับคนปกติ ซึ่งเรื่องดังกล่าวในบางประเทศให้ความสนใจในเรื่องสิทธิของ ผู้พิการเป็นอย่างมาก ในขณะที่ประเทศไทยกลับไม่ค่อยสนใจในเรื่องดังกล่าวจนทำให้ผู้พิการถูกละเมิด สิทธิในด้านต่าง ๆ

ประการที่สี่ การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีการประกอบสร้างที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จาก การศึกษาวิจัยพบว่า การสร้างประเพณีประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นโดยชนชั้นสูงหรือชนชั้นปกครองนั้น

เมืองประกอบในการประกอบสร้างเพียงกลุ่มเดียว โดยที่การสร้างประเพณีประดิษฐ์ดังกล่าวมาจากชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำ ซึ่งจะแตกต่างจากการสร้างประเพณีประดิษฐ์โดยชนชั้นกลางที่จะใช้วิธีการประกอบสร้างจากกลุ่มต่าง ๆ ในกรณีของเพลิวานนั้นถูกประกอบสร้างโดยผ่านกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้คือ กลุ่มทุน กลุ่มสื่อ กลุ่มจากภาครัฐ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มชุมชนรอบข้าง โดยแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อการประกอบสร้างที่มากน้อยแตกต่างกันไป

ด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างดังกล่าวจึงทำให้การประกอบสร้างเพลิวานมีความสลับซับซ้อน มากขึ้น องค์ประกอบต่าง ๆ ที่หลากหลายที่ผู้วิจัยค้นพบจากงานศึกษาชิ้นนี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สัมพันธ์กับชนชั้นกลางแทบทั้งสิ้น ในขณะที่การประดิษฐ์ในช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นั้นเป็นการประดิษฐ์โดยชนชั้นสูง ช่วงหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงช่วงปลายทศวรรษที่ 90 (สมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม) จะเป็นการประดิษฐ์โดยชนชั้นผู้นำ ซึ่งทั้งสองช่วงเวลาดังกล่าวชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก แต่ทว่าหลังจากนั้นเป็นต้นมา (หลังปี พ.ศ. 2500 สมัย จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์) เมื่อชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้นในแง่ทั้งปริมาณและบทบาทจึงทำให้เกิดกลุ่มต่าง ๆ ขึ้นมากมาย เช่น กลุ่มทางด้านสื่อ กลุ่มทุน กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นกลุ่มที่เป็นองค์ประกอบในการประกอบสร้างซึ่งก็เกิดขึ้นในพื้นที่อื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

ประการที่ห้า การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดกลุ่มผลประโยชน์ที่แตกต่าง
กัน การที่ประเพณีประดิษฐ์ ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำในสังคมผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจึงมักเกิดกับชนชั้นดังกล่าวในบริบททางด้าน การเมือง การปกครองเป็นหลัก ในขณะที่การสร้างประเพณีประดิษฐ์ของชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นผลประโยชน์กลับตกอยู่ที่บริบททางเศรษฐกิจโดยเฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้สิ่งที่เป็เครื่องยืนยันเรื่องดังกล่าวคือจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนหัวหินได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีและก่อเม็ดเงินสะพัดในพื้นที่ปะละหลายพันล้านบาท กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกรณีของเพลิวานนั้น ผู้วิจัยยังพบกลุ่มที่เกิดขึ้นที่เป็นกลุ่มเล็ก ๆ แต่สร้างผลประโยชน์ให้กับตนเองได้อย่างมากมาย กลุ่มดังกล่าวคือ กลุ่มที่เป็นกลุ่มมรดกรับจ้างบริเวณด้านหน้าเพลิวาน กลุ่มที่รับบริการฝากรถ (ที่มีถึง 5 แห่งด้วยกัน) กลุ่มที่ขายของบริเวณโดยรอบเพลิวาน เป็นต้น

กลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้เป็นกลุ่มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือได้รับผลประโยชน์ร่วมกันกับเพลิวาน ทั้งนี้หากมีผลประโยชน์ร่วมกันกับเพลิวานทางผู้บริหารพื้นที่ของเพลิวานคงไม่กล่าวว่าถ้าใช้ชื่อเพลิวานคงต้องมีการฟ้องร้องแน่นอน สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย ในขณะที่การสร้างประเพณีประดิษฐ์โดยชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำนั้นมักจะพบเห็นกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้น้อยมาก การเกิดขึ้นของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้มีทั้งในแง่ผลและผลเสีย กล่าวคือผลดีคือทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีความน่าสนใจมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่หลากหลายในการบริโภคมากยิ่งขึ้นแทนที่จะถูกจำกัดการบริโภคในพื้นที่ของ

เพลินวาน เท่านั้น ในขณะทีผลเสียคือถ้ากลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้มีความขัดแย้งกับเพลินวานมากขึ้นก็จะนำไปสู่การมีคิตีความและเป็นปัญหาสังคมตามมาในที่สุด

ประการที่หก การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดกลุ่มอำนาจที่แตกต่างกัน

คำอธิบายของ ฮอบส์บอว์ม ที่ว่า การประดิษฐ์ดังกล่าวมุ่งสนใจไปที่การสร้างผลประโยชน์ให้กับกลุ่มชนชั้นนำทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าวิถีคิดของ ฮอบส์บอว์ม ที่เชื่อว่าประเพณีประดิษฐ์เป็นการสร้างอำนาจ (power) ชนิดหนึ่งของชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำ คำอธิบายในประเด็นดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่หัวหินแล้ว พบว่า พื้นที่ของหัวหินตั้งแต่สมัยก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นั้นการประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นเป็นการประดิษฐ์โดยชนชั้นสูง (elite group) โดยร่องรอยของการประดิษฐ์ที่ยังคงหลงเหลือให้เห็นมาถึงปัจจุบันได้แก่ พระราชวังไกลกังวล สนามกอล์ฟหลวงหัวหิน โรงแรมรถไฟ ตลาดฉัตรไชย สถานีรถไฟหัวหิน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างมีอัตลักษณ์และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (unique) รูปแบบการประดิษฐ์ดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจที่แสดงให้เห็นว่า สถานที่เหล่านี้เป็นสถานที่สำหรับชนชั้นสูง (พระราชวัง) ในขณะที่บางสถานที่ชนชั้นที่ต่ำกว่าสามารถเข้าไปได้ (โรงแรม ตลาด สถานีรถไฟ) ดังนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการประดิษฐ์ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น “อำนาจ” ที่เกิดขึ้นได้ปรากฏอยู่ที่ชนชั้นสูงซึ่งเป็นการผนวกรวมบริบททางเศรษฐกิจ (การบริโภค) สังคม (สถานะ) และการเมือง (การปกครอง) เข้าไว้ด้วยกัน แต่พอหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาสู่ระบอบประชาธิปไตยนั้น ศูนย์กลางอำนาจที่เคยอยู่ที่ชนชั้นสูงก็ตกมาอยู่ที่ชนชั้นกลางซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านของชนชั้นทางอำนาจที่เกิดขึ้น

ยุคหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 เป็นยุคที่ถือได้ว่า สิ้นสุดการประดิษฐ์ที่เป็นวัตถุโดยสิ้นเชิง ดังจะเห็นได้ว่าในยุคนี้จะเน้นไปที่การประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม เช่น การใส่เสื้อนอก การสวมหมวกในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองได้ก่อให้เกิดกลุ่มชนชั้นขึ้นมาใหม่อีกกลุ่มคือ ชนชั้นกลาง¹⁷ ที่เดิมทีนั้นมีเพียงแค่ชนชั้นสูงและชนชั้นล่าง ชนชั้นกลาง

¹⁷ ซึ่งมาเริ่มมีความชัดเจนและมีการขยายตัวมากขึ้น ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ นักวิชาการชาวไทยได้กล่าวถึงชนชั้นกลางในสังคมทุนนิยมไว้อย่างน่าสนใจว่า “..ชนชั้นกลางไทยเป็นผลผลิตจากกระบวนการทางประวัติศาสตร์ของระบบทุนนิยมซึ่งมาจากข้างนอกและเริ่มปรากฏชัดเจนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา พวกเขาเริ่มมีการพัฒนา “นโยบาย” และ “อุดมการณ์” ของตนเองให้ปรากฏชัดเพื่อบรรลุผลประโยชน์ของกลุ่มตนและเพื่อรักษาอำนาจที่มีเหนือชนชั้นแรงงานและชาวนาชาวไร่ (แต่ก็) ไม่ไ้รับใช้ชนชั้น นายทุน หากแต่เป็นผู้สร้างสรรค์ระบบทุนนิยมมากกว่า ด้วยเหตุนี้ชนชั้นกลางไทยจึงเป็นพลังสำคัญในการผลักดันการพัฒนาทุนนิยมสมัยใหม่ แต่ไม่ก้าวไกลในการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อชนชั้นผู้ยากไร้” (อ้างถึงใน ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2536, น. 81-87)

เป็นชนชั้นที่ไม่มีจุดกำเนิด ไร้ราก (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2547, น. 61) ดังนั้นชนกลุ่มนี้จึงไม่มีอะไรที่เป็นของตนเองในแง่ของ ประวัติศาสตร์ ต้นกำเนิด วัฒนธรรมโดยเฉพาะความมีตัวตนในสังคม ดังนั้นคนชั้นกลางจึงต้องพยายามสร้างพื้นที่และสร้างอัตลักษณ์บางอย่างขึ้นมาเพื่อให้ตนเองมีที่ยืนในสังคม เมื่อชนชั้นกลางมีจุดด้อยในเรื่องสังคมก็พยายามที่จะนำบริบททางเศรษฐกิจและการเมืองเข้ามาเพื่อเป็นฐานในการสร้างอำนาจ ดังเช่นการสร้างพื้นที่ทางการเมือง การสร้างพื้นที่ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น พื้นที่ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจึงเป็นการนำบริบททาง เศรษฐกิจ สังคมและการเมืองมาเป็นฐานเพื่อสร้างอำนาจให้เกิดขึ้น ซึ่งการสร้างฐานดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องประกอบไปด้วย “ทุน” ที่เป็นสิ่งผลักดันให้ประสบความสำเร็จในการสร้างอำนาจดังกล่าว

อำนาจ (ทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และ การเมือง) ที่เกิดขึ้น เดิมทีตกอยู่กับชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำนั้นได้เริ่มเปลี่ยนผ่านมาสู่กลุ่มทุนหรือกลุ่มผู้ผลิต ทั้งนี้อำนาจที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นเพียงอำนาจที่เกิดขึ้นในมิติทางเศรษฐกิจโดยกลุ่มทุนที่อยู่ในพื้นที่หรือกลุ่มทุนที่อยู่นอกพื้นที่ได้เริ่มเข้ามาลงทุนเพื่อสร้างพื้นที่ทั้งด้านที่อยู่อาศัย และ ด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้อำนาจ (power) ไหลเวียนในพื้นที่ ซึ่งเป็นอำนาจที่ไม่ได้เกิดจากกลุ่มทุนที่เป็นผู้ผลิตแต่เพียงกลุ่มเดียวแต่อำนาจดังกล่าวยังเกิดขึ้นกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อด้วยเช่นกัน ซึ่งกลุ่มดังกล่าวก็คือ **กลุ่มของนักท่องเที่ยว** นั่นเอง ทั้งนี้ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีเริ่มมีอำนาจค่อนข้างมาก โดยอำนาจที่เกิดขึ้นดังกล่าวพิจารณาได้ว่าเป็นอำนาจที่เกิดขึ้นในมิติทางเศรษฐกิจ ที่เรียกว่าอำนาจซื้อ (purchasing power) กล่าวคือถ้าอำนาจซื้อหดหายอาจทำให้เศรษฐกิจเกิดการชะลอตัว เกิดภาวะฝืดเคืองขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบในวงกว้างต่อ ธุรกิจ ผู้ประกอบการและภาคส่วนอื่นได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญในมิติทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะประเทศที่ต้องการรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น ประเทศไทย ข้อมูลที่ได้จากการลงภาคสนามได้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างในเรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ลดลงของร้านค้าต่าง ๆ ของผู้ประกอบการในเพลินวานในช่วงที่มีการประกาศกฏอัยการศึกเทียบกับช่วงเทศกาลปีใหม่ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคมักแสวงหาที่ท่องเที่ยวใหม่ๆในแง่มุมมองหนึ่งอาจมองได้ว่าเป็นการเรียนรู้หรือหาประสบการณ์ แต่ก็มีบางส่วนที่แสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ไปตามกระแสที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นคุณลักษณะประการหนึ่งของชนชั้นกลาง ซึ่งประเด็นดังกล่าว นิธิ (2547) มีมุมมองเรื่องชนชั้นกลางว่าเป็นชนชั้น เป็นชนชั้นที่ไร้ราก ไม่มีที่ยึดเหนี่ยวและพร้อมที่จะเอนเอียงไปตามกระแส ทั้งนี้หากผู้วิจัยตีความว่า ถ้าคำว่า “ราก” ในสิ่งที่นิธิกล่าวถึงนั้นหมายถึงต้นกำเนิดแล้ว รากที่เกิดขึ้นของเพลินวานเองที่ดูเหมือนจะไม่นั้นน่าจะไม่ใช่ทั้งหมดแต่รากดังกล่าวของชนชั้นกลางนั้นจะมาจากการหยิบยืมและผสมผสาน อันพบเห็นได้จากการละเล่น การกิน หรือวิถีชีวิต อาทิ ดนตรีลูกทุ่ง วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เช่น สงกรานต์ งานวัด เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่นิธิกล่าวไว้

ว่า ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่ไม่มีราก ซึ่งผู้วิจัยกลับมองในมุมต่างว่าชนชั้นกลางนั้นมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองแต่วัฒนธรรมดังกล่าวอาจจะไม่ใช่วัฒนธรรมที่ดูโดดเด่นจนเป็นที่กล่าวถึงเพียงแต่วัฒนธรรมเหล่านี้กลับเป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ไปพร้อมๆกับการใช้ชีวิตของชนชั้นดังกล่าว

ในทัศนะของผู้วิจัยที่มองผ่านเพลินวานก็จะพบวัฒนธรรมในหลาย ๆ ด้านทั้งในด้านการกิน เช่น ขนมเบี๊ยะ ขนมถังแตก (ที่พยายามกล่าวอ้างความเป็นโบราณ) การแต่งกาย หรือแม้กระทั่งเทศกาลงานวัด เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เกิดขึ้นที่เพลินวาน อันสะท้อนให้เห็นว่าแม้ว่าจะเป็นชนชั้นกลางก็มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองเช่นกัน ทั้งนี้แม้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในเพลินวาน เป็นการประดิษฐ์ขึ้นทั้งหมดแต่ก็ประดิษฐ์ขึ้นจากสิ่งที่มีที่มาที่ไปที่ชนชั้นกลาง (กลุ่มทุน) พยายามที่จะสร้างขึ้น (ไม่สามารถนำเอาสิ่งที่เป็นของชนชั้นสูงมาประดิษฐ์ได้ เนื่องจากการนำเอาวัฒนธรรมของชนชั้นสูงมาประดิษฐ์ต้องมีการขออนุญาต เช่น การแสดงโขน เป็นต้น) ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่แปลกใจเลยว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในเพลินวานจึงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมักคุ้นเคยและเคยชินอยู่แล้ว ดังที่ เบียร์กล่าวให้กับผู้วิจัยฟังขณะทำการสัมภาษณ์ว่า “มาเพลินวานแล้วทำให้ผมคิดถึงตอนสมัยเด็ก ๆ ที่เคยวิ่งเล่นอยู่กับเพื่อนแถวบ้านใกล้ ๆ กันจะมีร้านขายของในร้านจะมีขนมอยู่หลายอย่าง เช่น ขนมหมากฝรั่งตาแมว ซึ่งผมพบเห็นอีกครั้งในร้านดอกบัวพานิช พอเรามาเห็นแล้วรู้สึกดี ตอนเด็ก ๆ กินบ่อย” และสิ่งนี้ก็แสดงให้เห็นได้ว่า อดีต ที่เกิดขึ้นนั้นยังคงมีอยู่ไม่ได้สูญหายไปไหนเพียงแค่ขาดตอนไปบางช่วงเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม “ชนชั้นกลาง” ซึ่งเป็นชนชั้นที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีบทบาทมากขึ้นทั้งในสังคมไทยและในพื้นที่หัวหิน กลุ่มทุนในฐานะที่เป็นผู้ผลิตที่เป็นผู้สร้าง เพลินวาน นับว่ามีความสำคัญในแง่ของการเป็นผู้ผลิตในสังคมสมัยใหม่ แต่จากการศึกษากลับพบว่า การเป็นผู้ผลิตดังกล่าวหาใช่กลุ่มสำคัญที่ทำให้การสร้างพื้นที่ดังกล่าวดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องได้ กลุ่มที่มีบทบาทสำคัญที่ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มที่ถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบสร้างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ความสำคัญของกลุ่มดังกล่าวเป็นเสมือนลมหายใจที่ทำให้สถานที่เหล่านี้สามารถมีชีวิตยืนยาวต่อไปได้ หากไม่เช่นนั้นแล้วพื้นที่เหล่านี้ก็ไม่สามารถดำรงต่อไปได้และต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในที่สุดดังเช่นกรณีของ ตลาดน้ำหัวหิน เป็นต้น

3.5 สรุปท้ายบท

จากข้อมูลที่น่าสนใจจนถึงเรื่องราวความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมาของหัวหินทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่า หัวหิน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างหรือประดิษฐ์มาตั้งแต่สมัยอดีต (เริ่มตั้งแต่พระราชวังไกลกังวลสร้างเสร็จใหม่ ๆ ราวปี พ.ศ. 2470) โดยการประดิษฐ์ดังกล่าวเป็นการประดิษฐ์ของชนชั้นสูงหรือชนชั้นผู้นำ การประดิษฐ์เหล่านี้ถือว่าการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง

อันจะพบได้จาก วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมการพักผ่อน ทั้งนี้เมื่อเวลาเปลี่ยนการสร้างหรือการประดิษฐ์ก็เปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะในทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมก็เปลี่ยนแปลงไปมาก มีการสร้างตลาดน้ำที่อยู่บนบก มาการสร้างเทศกาลงานวัดที่ไม่ได้อยู่ในวัด มีการสร้างสวนน้ำเพื่อที่อยู่ติดริมทะเล เป็นต้น

สิ่งที่เกิดขึ้นต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นและเป็นที่ประจักษ์ชัดว่า การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก โดยพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้ได้ก่อให้เกิดสองสิ่งพร้อม ๆ กันคือ การสลายความหมายเก่า และการสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้นดังเช่นในกรณีของเพลินวาน สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่าบริบทที่เปลี่ยนแปลงการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมก็เปลี่ยนไป โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์เรื่องราวความเป็นไปที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของหัวหินตั้งแต่อดีตว่า มีการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมกันในช่วงไหนและสร้างโดยใคร และสร้างอย่างไร ซึ่งก่อให้เกิดภาพรวมของการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของหัวหินอย่างละเอียด ทั้งนี้รายละเอียดต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปทั้งหมดในบทนี้เป็นรายละเอียดที่ผู้วิจัยได้หยิบยกเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเชิงประวัติศาสตร์มาสร้างคำอธิบายเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในแต่ละช่วงเวลา โดยในบทถัดไปนั้นผู้วิจัยจะกล่าวถึงเพลินวานว่ามีต้นกำเนิดอย่างไร และใครเป็นผู้สร้าง รวมไปถึงมีองค์ประกอบและกลยุทธ์ในการประกอบสร้างอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวโดยละเอียดต่อไป

บทที่ 4

เพลินวาน : พื้นที่แห่งการประดิษฐ์

*“ทุกครั้งที่นั่งคิดถึงวันเก่า เรื่องราวเหล่านั้นที่เกิดขึ้นเมื่อวาน
วันที่โลกยังหมุนช้า ๆ เวลาที่ค่อย ๆ ผ่าน
วันที่ชีวิตยังผลิตเพลินสนุกสนาน
กับสิ่งต่าง ๆ อย่างรื่นรมย์.....”*

บางส่วนของตอนของเนื้อร้องที่เมื่อนักท่องเที่ยวเดินเข้าสู่เพลินวานจะได้ยินเสียงเพลงนี้เปิดคลอไปตลอดทาง เนื้อหาของบทเพลงได้ถ่ายทอดถึงเรื่องราวของความสุขและความสนุกสนานที่เกิดขึ้นในวันวาน ยิ่งในท่อนสุดท้ายที่ร้องว่า “อยากกลับไปวันเมื่อวาน ไปพบกับเธอเพลินวาน กลับไปรีนเริงสำราญเหมือนวันที่เราเคยรู้จัก สุขนักเมื่อวัน ย้อนกลับไปวันเมื่อวาน ไปพบกับเธอเพลินวาน ให้จิตใจได้สำราญกับวันและคืนของชีวิต ถ้าได้มีโอกาสสักนิด คงสุขใจ” ยิ่งทำให้บทเพลงดังกล่าวอิมเมไปด้วยความสุขของวันวานอย่างยากที่จะบรรยาย จากบทเพลงและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทำให้เพลินวาน ถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากในช่วงปลายปี พ.ศ. 2552 รวมไปถึงชื่อของ ก้อย (ภัทรา สหวัฒน์¹) ก็เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นเช่นกัน แม้กาลเวลาจะเปลี่ยนไปความนิยมของเพลินวาน หาได้เสื่อมคลายลงแต่อย่างใด ซึ่งหากค้นหา “10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหิน” ² ผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ เราจะ

¹ ทายาทธุรกิจขายส่งไม้ วนชัย กรู๊ป มีพี่น้อง 4 คน ผู้ชาย 1 ผู้หญิง 3 ก้อย เป็นคนที่ 3 ซึ่งก่อนที่เธอจะก่อตั้ง เพลินวาน เธอเป็นผู้ดูแลดูแลฝ่ายต่างประเทศของวนชัย กรู๊ป บริษัทผู้ผลิตแผ่นไม้ทดแทนธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยธุรกิจของวนชัยกรู๊ปนั้นเริ่มต้นมาจากวิสัยทัศน์และความเป็นนักพัฒนาของคุณสมพร สหวัฒน์ (ซึ่งได้ล่วงลับไปแล้วเมื่อหลายปีก่อน) เขาคือ คนที่มองเห็น “อะไรบางอย่างที่คนอื่นมองข้าม” จึงคิดค้นพัฒนาแผ่นพาติเคิลบอร์ด (Particle Board) ขึ้นเพื่อทดแทนการใช้ไม้จากธรรมชาติ คุณสมพรศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองโดยนำเศษไม้ยางพาราที่คนทั่วไปเคยคิดว่าไร้ราคาและไร้ประโยชน์ มาแปรรูปเป็นวัตถุดิบในการผลิตแผ่น Particle Board จนประสบความสำเร็จเป็นรายแรกของโลก นอกจากนั้น เขายังเป็นผู้บุกเบิกการผลิตแผ่น MDF (แผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง) จากไม้ยางพารา จนทำให้กลุ่มวนชัยขึ้นแท่นเป็นผู้นำตลาดในฐานะผู้ผลิตแผ่น Particle Board รายใหญ่ที่สุดของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปัจจุบันธุรกิจของวนชัยกรู๊ปมีมูลค่ารวมกว่าหมื่นล้านบาท อ้างอิงจาก <http://www.tcdc.or.th/src/15147/www-tcdcconnect-com/สร้างธุรกิจร้อยล้านด้วยสัญชาติญาณบอก-ริชาร์ด-แบรนสัน-VS-ภัทรา-สหวัฒน์>

² www.toptenthailand.com/topten/detail.

พบว่า เพลินวาน ติดอันดับต้น ๆ ของสถานที่ดังกล่าว สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า เพลินวาน ยังคงอยู่ในกระแสและความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวอยู่มาก

ทั้งนี้กระแสความนิยมนี้นับว่าเกิดขึ้นของเพลินวาน ได้ทำให้พื้นที่ของหัวหินและพื้นที่ใกล้เคียง คือ อำเภอ ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตามมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2547-2557) พื้นที่รอยต่อระหว่าง อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีและ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นั้นได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะประติศฐานขึ้นอย่างมากมาย เริ่มตั้งแต่ ชานโตรินี เวนีเซีย เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน และตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ไร่เรียงไปตั้งแต่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ไปจนถึงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวทั้งหมดนี้ เพลินวาน ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นลำดับต้น ๆ และได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งการได้รับความนิยมของเพลินวานดังกล่าวมีส่วนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยว (ทั้งชาวไทยและต่างชาติ) เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเพิ่มสูงขึ้น

เพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ค่อนข้างน่าสนใจและมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่กล่าวมา กล่าวคือ เพลินวาน นอกจากจะเกิดขึ้นอย่างมีรูปแบบและเพื่อตอบสนองต่อการท่องเที่ยวแล้ว รูปแบบดังกล่าวของเพลินวานยังมีลักษณะที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมี ธีม (theme) ซึ่ง เพลินวาน ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างไร้ทิศทาง มีการออกแบบ มีการวางแผน และมีการเตรียมงานเป็นอย่างดี โดยใช้ระยะเวลาออกแบบและก่อสร้าง 2 ปี 7 เดือน ดังนั้นตำแหน่งแห่งที่และการจัดวางของร้านค้าต่าง ๆ แต่ละร้านนั้น ล้วนถูกจัดวางอย่างมีเหตุผลมิได้ถูกวางอย่างกระจัดกระจาย ซึ่งการจัดวางพื้นที่ดังกล่าวย่อมแสดงนัยยะบางอย่างที่เกิดขึ้นรวมไปถึงการใช้สีและตัวหนังสือหรือภาษาที่ใช้ของแต่ละร้านค้า ล้วนมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากกว่าตัวหนังสือดังกล่าวแสดงให้เห็นหรือสื่อถึงเรื่องราวอะไรที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เพลินวาน เกิดขึ้นพร้อมกับการมีพื้นที่ทางจินตนาการที่อยู่บนโลกของความเป็นจริง

อย่างไรก็ตาม เพลินวาน ไม่ได้มีแค่เรื่องราวที่น่าสนใจเพียงแค่การกล่าวถึงในบริบทข้างต้นดังกล่าวเท่านั้น การปรากฏขึ้นของเพลินวานที่หัวหิน ยังได้สร้างรูปแบบและความหมายใหม่บางอย่างให้เกิดขึ้น เช่น เทศกาลงานวัด ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นที่วัดเสมอไปแต่สามารถจำลองบรรยากาศ งานวัด ให้เกิดขึ้นได้ในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่ง การสร้างความหมายดังกล่าว เป็นการสร้างความหมายใหม่ในสังคมปัจจุบัน แม้ว่าสิ่งนี้จะสิ่งที่ ฮอบส์บอว์ม บอกว่าเป็นความสิ้นไหล (Hobsbawm, 1983, p. 2) ก็ตามที แต่ความสิ้นไหลที่ปรากฏให้เห็นใน “ประเพณีประติศฐาน” ของฮอบส์บอว์มได้ก่อให้เกิดรูปแบบและการประติศฐานเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมาอย่างน่าอัศจรรย์และน่าสนใจ ไม่เพียงแต่ เพลินวาน เท่านั้น ในพื้นที่ หัวหิน ยังมีการประติศฐาน ตลาดน้ำขึ้นมาใหม่โดยใช้ชื่อว่า ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ตลาดน้ำดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นตลาดน้ำประติศฐานที่พยายามสร้าง

ความหมายใหม่ของ ตลาดน้ำ ที่เดิมต้องอยู่ริมน้ำหรือริมคลอง ให้กลายมาเป็น ตลาดน้ำ ที่อยู่บนบกได้

ความน่าสนใจของเพลินวาน ของเพลินวานยังมีอยู่อีกมากมายและหลายประเด็นให้ศึกษาซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงในรายละเอียดต่าง ๆ ในบทถัดไป ทั้งนี้ในบทนี้ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงข้อมูลทั่วไป ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของเพลินวาน รวมไปถึงสิ่งที่มาที่ไปเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเพลินวาน เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นก่อนที่จะลงรายละเอียดทางด้านเทคนิค ซึ่งผู้วิจัยขอเริ่มต้นด้วยดังนี้คือ



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวในหัวหินและชะอำ
ที่มา: <http://AtSiam.com>

4.1 ข้อมูลทั่วไป

เพลินวาน ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยหัวหินเป็นอำเภอที่ติดกับทะเลอ่าวไทย ทั้งนี้อำเภอดังกล่าวพื้นที่มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทิศตะวันตกเป็นภูเขา ทิศตะวันออกเป็นพื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอ่าวไทยมีพื้นที่รวม 86.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 53,975 ไร่ มีถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ตัดผ่านจากทิศเหนือจรดทิศใต้ยาวประมาณ 22 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 230 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนเมืองหนาแน่น และการพาณิชยกรรมประมาณร้อยละ 3 และมีชุมชนที่กระจัดกระจายไม่หนาแน่นทางไกลออกไป พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ว่างและพื้นที่เขตทหาร การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นแนวยาวไปตามถนนเพชรเกษม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหารและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก ในปีหนึ่ง ๆ จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจำนวนมาก และ ก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดในท้องถิ่น ปีละกว่า 6 พันล้านบาท ปกครองโดยเทศบาลเมืองหัวหิน ครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบล คือ ตำบลหัวหิน และ ตำบลหนองแก โดยมีอาณาเขตดังนี้³

ทิศเหนือ จรดเขตเทศบาลเมืองชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ทิศใต้ จรดอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทิศตะวันออก จรดทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก จรดชายแดนสหภาพพม่า

เพลินวาน เป็นเสมือน "พิพิธภัณฑ์มีชีวิต (Life Museum) ของย่านการค้าวันวาน" สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นศูนย์รวมความสุข โดยรวบรวมเรื่องราวมากมายในอดีตไว้ เพื่อให้ความทรงจำดี ๆ ของวันวาน ย้อนคืนกลับมาสร้างความอิ่มเอมใจให้กับผู้คนยุคนี้ สมัยนี้ ทั้งยังเปิดโอกาสให้แก่คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านเมื่อครั้ง เก่า อันเป็นรากฐานของความเจริญทางด้านสังคมและการค้าในยุคปัจจุบัน เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม พ.ศ. 2552⁴ ทั้งนี้ภายในพื้นที่ดังกล่าวประกอบไปด้วยร้านค้า ร้านขายอาหาร ร้านขายของที่ระลึกโดยมี **จุดเด่นหรือสิ่งที่น่าสนใจ** คือ สถานที่การตกแต่ง และข้าวของย้อนยุคต่าง ๆ ด้วยเหตุผลดังกล่าว เพลินวาน จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น และทุกเชื้อชาติ ทั้งนี้ในเพลินวานยังมีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย อาทิ ชมบรรยากาศย้อนยุค ราลิกันวันวาน ชิมอาหาร หรือขนมรสอร่อย เลือกซื้อเสื้อผ้า จั๊บบายช้อของจากร้านค้าโชห่วยและรถเข็น กิจกรรมโพนงานวัด และชมหนังกลางแปลง นอกจากนี้ในบริเวณที่เรียกว่า ลานเพลินยังมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันเด็ก

³ อ้างอิงจาก http://www.huahin.go.th/site/index.php?option=com_content&view

⁴ อ้างอิงใน <http://www.teeteawthai.com/เพลินวาน>

วันสงกรานต์ วันลอยกระทง เทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ด้วยเช่นกัน เพลินวาน เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 11.00-24.00 น. ส่วนเพลิน เพลิน บาร์: เปิดบริการตั้งแต่เวลา 17:00 น. เป็นต้นไป ส่วนในบริเวณเทศบาลงานวัดเปิดบริการตั้งแต่เวลา 16:00 น. เป็นต้นไป โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมและค่าเข้าชม

ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพลินวาน : บันทึกโดยผู้วิจัยพร้อมผู้ช่วยวิจัยในการลงภาคสนามที่เพลินวาน ณ วันที่ 20-26 ธ.ค. 2556 แสดงผลได้ดังนี้⁵

ตารางที่ 4.1

แสดงปริมาณผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน วันจันทร์-ศุกร์ ในช่วงเวลาต่าง ๆ (หน่วยเป็นคน)

วัน เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	รวม
17:00-18:00 น.	214	150	181	340	136	1,021
18:00-19:00 น.	289	60	100	216	69	734
19:00-20:00 น.	242	90	108	182	153	775
20:00-21:00 น.	190	16	130	46	56	438
รวม	955	316	519	784	414	2,968

ตารางที่ 4.2

แสดงปริมาณผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน วันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาต่าง ๆ (หน่วยเป็นคน)

วัน เวลา	เสาร์	อาทิตย์	รวม
13:00-14:00 น.	400	218	618
14:00-15:00 น.	109	234	343
15:00-16:00 น.	390	126	516

⁵ เนื่องจากไม่มีการเก็บข้อมูลทางสถิติที่แยกประเภทของ อายุ เพศ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพลินวาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลโดยการบันทึกเป็นสถิติเพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการอ้างอิงในงานวิจัยชิ้นนี้

ตารางที่ 4.2

แสดงปริมาณผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน วันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาต่าง ๆ (หน่วยเป็นคน) (ต่อ)

เวลา \ วัน	เสาร์	อาทิตย์	รวม
16:00-17:00 น.	435	247	682
17:00-18:00 น.	357	236	593
18:00-19:00 น.	300	46	346
19:00-20:00 น.	200	110	310
20:00-21:00 น.	207	48	255
รวม	2,398	1,265	3,663

ตารางที่ 4.3

แสดงผู้คนที่มาใช้บริการ เพลินวาน โดยแยกเป็น เพศ

วัน \ เพศ	ชาย	หญิง	รวม
จันทร์	500	455	955
อังคาร	100	216	316
พุธ	214	305	519
พฤหัสบดี	425	359	784
ศุกร์	151	263	414
เสาร์	1,500	898	2,398
อาทิตย์	430	835	1,265
รวม	3,320	3,333	6,653

ตารางที่ 4.4

แสดงผู้ที่มาใช้บริการเพลินวาน โดยแยกตามอายุ

วัน \ อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	30-40 ปี	40-50 ปี	50 ปีขึ้นไป	รวม
จันทร์	175	550	118	106	6	955
อังคาร	141	35	100	30	10	316
พุธ	184	121	171	23	20	519
พฤหัสบดี	136	254	226	77	91	784
ศุกร์	74	75	197	61	7	414
เสาร์	1,141	788	303	127	39	2,398
อาทิตย์	1,187	1,450	549	49	128	3,333
รวม	2,880	3,273	1,634	473	301	8,719

ตารางที่ 4.5

แสดงผู้ที่มาใช้บริการเพลินวาน โดยแยกตามภูมิลำเนา

วัน \ ภูมิลำเนา	ต่างชาติ	กรุงเทพฯ	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคอีสาน	ภาคใต้	ผลรวม
จันทร์	46	290	120	171	100	228	955
อังคาร	11	74	50	141	10	30	316
พุธ	129	81	47	35	15	212	519
พฤหัสบดี	18	311	56	367	30	2	784
ศุกร์	95	100	12	104	30	73	414
เสาร์	42	800	204	473	390	493	2,398
อาทิตย์	248	500	80	450	1,040	1,015	3,333
รวม	589	2,156	569	1,741	1,615	2,053	8,719

จากตารางทั้ง 5 ดังกล่าวข้างต้นที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยรวบรวมไว้ในช่วงเดือน ธันวาคม 2556 นั้น แสดงให้เห็นว่า กระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว (ทั้งชาวไทยและต่างชาติ) ที่มาเที่ยว

เพลินวาน นั้นยังมีอยู่และไม่ได้จางหายไป ทั้งนี้จากตารางดังกล่าวทั้งหมดพอจะสรุปได้อย่างกว้าง ๆ ว่า สำหรับวันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์) วันพฤหัสบดีช่วงเวลาประมาณ 17:00-18:00 น. จะเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่เพลินวานมากที่สุด ส่วนวันอังคารช่วงเวลาประมาณ 20:00-21:00 น. จะเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่เพลินวานน้อยที่สุด ส่วนวันเสาร์และอาทิตย์ ช่วงเวลาประมาณ 16:00-17:00 น. จะเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่เพลินวานมากที่สุด สำหรับเพศชายและเพศหญิงนั้นมีปริมาณที่ใกล้เคียงกันคือ 3,320 และ 3,333 คน สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพลินวานนั้น นักท่องเที่ยวที่อายุระหว่าง 20-30 ปี จะเป็นกลุ่มอายุที่มาเที่ยวที่เพลินวานมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคเหนือนั้นมีจำนวนน้อยที่สุดซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน

4.2 ลักษณะทางกายภาพของเพลินวาน

เลียบถนนเพชรเกษมมุ่งหน้าสู่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระหว่างซอยหัวหิน 38 และ หัวหิน 40 จะพบสิ่งปลูกสร้างที่มีลักษณะคล้ายจะเป็นอาคารไม้ที่มีความสูงราวตึกสี่ชั้นและมีทางเข้าตรงกลางซึ่งมีลักษณะคล้ายประตูบานใหญ่ซึ่งมีลักษณะคล้ายทางเดินเข้าสู่มิติที่กำลังเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่ผ่านไปผ่านมาให้แวะเวียนเข้ามาชม เสมือนเป็นการเชิญชวนให้เข้าสู่ดินแดนหรือพื้นที่ทางจินตนาการบางอย่าง และด้วยลักษณะที่แปลกตาประกอบกับความโดดเด่นดังกล่าวจึงเป็นข้อสงสัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนหัวหินเป็นอย่างยิ่ง สิ่งดังกล่าวคืออะไร ความฉงนสงสัยดังกล่าวที่เกิดขึ้นของแต่ละคนที่ผ่านไปผ่านมานั้นเสมือนเป็นการเชิญชวนให้เข้าไปสัมผัสกับสิ่งดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง ประกอบกับทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดสนใจทางสายตาของผู้ที่ผ่านไปผ่านมายิ่งทำให้ผู้คนต้องการค้นหาคำตอบเป็นอย่างมากกว่าสิ่งที่ยู่ข้างในนั้นมีอะไรที่น่าสนใจ

บริเวณด้านหน้าทางเข้าของเพลินวานที่อยู่ติดกับถนนเพชรเกษมและห่างจากใจกลางเมืองหัวหินราว 2 กิโลเมตรโดยตั้งอยู่เยื้อง ๆ กับ วงโค้งกังวล ความได้เปรียบในทำเลที่ตั้งดังกล่าวของเพลินวานจึงทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสะดวกเป็นอย่างมาก และบริเวณดังกล่าวยังอยู่ไม่ไกลจากที่ตั้งของโรงแรมต่าง ๆ ที่กระจุกตัวอยู่ในใจกลางเมืองหัวหิน ทั้งนี้จากคำบอกเล่าของเอก (ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่เพลินวาน) ที่กล่าวให้ผู้วิจัยฟังว่า

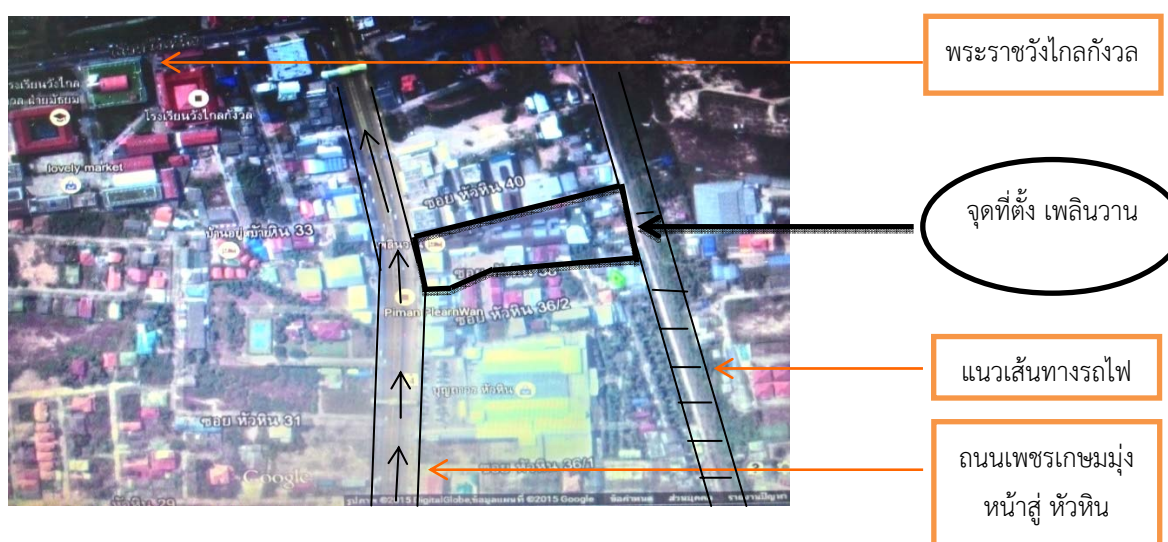
“เดิมทีที่ดินบริเวณนี้เป็นที่ดินโล่ง ๆ ไม่ค่อยมีบ้านเรือนอาศัยอยู่ ตึกแถว อาคารพาณิชย์ ที่เห็นบริเวณด้านหน้าก็ยังไม่มี อาคารพาณิชย์เหล่านี้มาสร้างขึ้นเป็นจำนวนมากหลังจากเรา (เพลินวาน) ได้เริ่มเปิดดำเนินการ” (เอก, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

จากคำบอกเล่าดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและประมวลภาพต่าง ๆ โดยได้ภาพที่ใกล้เคียงกับคำบอกเล่าของเอก ทั้งนี้ภาพดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงสภาพต่าง ๆ โดยรอบ ที่ไม่ค่อยจะพบเห็นอาคารพาณิชย์และร้านค้าต่าง ๆ ซึ่งจะแตกต่างจากความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ดังภาพที่ปรากฏ



ภาพที่ 4.2 แสดงพื้นที่ของที่ดินก่อนจะก่อสร้างเพลินวาน (ซ้าย) อาคารพาณิชย์ด้านข้างในปัจจุบัน (ขวา)

นอกจากนี้จากภาพถ่ายทางอากาศที่อ้างอิงจาก Google map ทำให้ทราบถึงตำแหน่งที่ตั้งของเพลินวานได้อย่างชัดเจนว่า ด้านหน้าของเพลินวาน จะติดกับถนนเพชรเกษมและด้านในยาวไปจนสุดซอยหัวหิน 38 และ หัวหิน 40 โดยบริเวณด้านท้ายซอยดังกล่าวจะชนกับแนวเส้นทางของรถไฟที่จะมุ่งหน้าเข้าสู่เมืองหัวหิน



ภาพที่ 4.3 ภาพถ่ายทางอากาศแสดงจุดตำแหน่งที่ตั้งของเพลินวาน
ที่มา: อ้างอิงจาก <https://www.google.co.th/maps/place/เพลินวาน>

จากภาพดังกล่าวที่ปรากฏจะพบว่า บริเวณด้านข้างทั้งซ้ายและขวาของเพลินวานแทบจะไม่มีบ้านเรือนอาศัยอยู่ ซึ่งจะแตกต่างเป็นอย่างมากกับบริเวณฝั่งตรงข้าม (หัวหิน 31 หัวหิน 33) ที่มีการตั้งบ้านเรือนอาศัยกันอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลผู้วิจัยก็พบว่า พื้นที่ด้านข้างส่วนใหญ่ของเพลินวานได้แปรเปลี่ยนไปเป็นที่รับฝากรถของเอกชน (ที่มีมากถึง 5 แห่ง ศึกษาเพิ่มเติมจากแผนผังชั้นล่างที่ผู้วิจัยจำลองขึ้นในหัวข้อสภาพแวดล้อมภายใน)

4.3 ลักษณะสภาพแวดล้อม

4.3.1 ลักษณะสภาพแวดล้อมภายนอก

ย้อนหลังกลับไปในช่วงเวลาก่อนที่จะเห็น เพลินวาน เป็นรูปเป็นร่างเหมือนในปัจจุบันนั้น บริเวณที่ตั้งดังกล่าวก็มีสภาพที่เป็นที่ดินอันว่างเปล่า และมีบ้านเรือน ที่อาศัยอยู่โดยรอบไม่มากเท่าใด จากคำให้สัมภาษณ์ของ บางส่วนบางตอนของ ก้อย (ภัทรา สหวัฒน์ เจ้าของเพลินวาน) ได้กล่าวไว้ว่า “พอดีกับที่ทางครอบครัวมีที่ดินตรงนี้ เราเลยเนรมิตพื้นที่โล่งกว่า 2 ไร่ ห่างจากตลาดหัวหินไปทาง จ.เพชรบุรีราว 1 กิโลเมตรให้กลายเป็นดินแดนย้อนยุคกลับไปเมื่อ 50 ปีที่แล้ว”⁶ ซึ่งเรื่องดังกล่าว เอก ขยายความต่อว่า

แต่เดิมที่ดินแปลงนี้เป็นของครอบครัวคุณก้อย พอคุณก้อยมาดูแลแล้วเห็นว่าที่ดินแปลงนี้ไม่ได้ใช้ทำประโยชน์อะไร ก็เลยเกิดความคิดขึ้นมาว่าน่าจะทำอะไรกับที่ดินแปลงนี้สักอย่าง ประกอบกับสิ่งที่มีอยู่แล้วในความคิด จึงเริ่มที่จะลงพื้นที่เพื่อสำรวจและประเมินความเป็นไปได้ในด้านต่าง ๆ (เอก, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

จากคำให้สัมภาษณ์ของ ก้อย ประกอบกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับจาก เอก ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ เพลินวาน ในการสัมภาษณ์เดี่ยว ทำให้พอจะประเมินภาพของที่ดินดังกล่าวได้ดังรูปที่ผู้วิจัยนำเสนอ ทั้งนี้หลังจากเพลินวานได้เริ่มก่อสร้างและเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมาได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยรอบบริเวณดังกล่าวเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ เกิดร้านขายของบริเวณด้านข้าง เกิดธุรกิจการให้บริการรับฝากรถ (จากการลงพื้นที่พบว่าโดยรอบ เพลินวาน มีพื้นที่ให้บริการรับฝากรถจำนวน 5 แห่ง) นอกจากนี้ยังเกิดรถบริการรับจ้าง บริเวณด้านหน้าทางเข้าเพลินวาน ด้วยเช่นกัน จากบริบทดังกล่าวทั้งหมดผู้วิจัยประมวลด้วยรายละเอียดสภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

⁶ อ้างใน <http://women.kapook.cihkom/view7828.html>

ร้านค้าแผงลอย หลังจากเพลิงไหม้ปรากฏขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา บริเวณด้านข้างทั้งซอยหัวหิน 38 และซอยหัวหิน 40 ก็มีร้านค้าแผงลอยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบริเวณหัวหินซอย 38 จะพบร้านค้าอยู่เป็นจำนวนมาก ในขณะที่ซอยหัวหินกลับไม่มีร้านค้าแผงลอยจะมีให้เห็นก็บริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่อยู่ติดกับเพลิงไหม้และซอยด้านข้างที่เป็นบริเวณที่จอดรถเอกชนหมายเลข 2 ซึ่งจากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเสื้อผ้าขายของที่ระลึก และขายของกิน เช่น ร้านขายไอศกรีม เป็นต้น ทั้งนี้ร้านค้าส่วนใหญ่ก็นิยมที่จะนำเสื้อผ้าที่มีลวดลายเกี่ยวกับ หัวหิน และเป็นเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการสวมใส่สำหรับเดินเล่นชายหาด มาจำหน่าย ซึ่งก็จะมีราคาไม่สูงมากนัก



ภาพที่ 4.4 แสดงสภาพร้านค้า บริเวณหัวหินซอย 40 (ภาพซ้าย) และ หัวหินซอย 38 (ภาพขวา)
ที่มา: อ้างอิงจาก <https://www.google.co.th/maps/place/เพลิงไหม้>

สถานที่รับฝากรถ ทั้งนี้จากภาพถ่ายทางอากาศที่เกิดขึ้นเราจะพบเห็นบริเวณที่โล่งกว้างที่มีอยู่ไม่มาก บริเวณดังกล่าวก็เป็นที่ยอมรับฝากรถเช่นกัน แต่เป็นบริเวณที่อยู่ไกล เพลินวานพอสมควร แต่บริเวณซอยหัวหิน 38 และหัวหิน 40 ที่อยู่ด้านข้างนั้น จากการลงพื้นที่พบว่ามียุคสถานที่รับฝากรถถึง 5 แห่งด้วยกัน (สถานที่หมายเลข 2 จะเป็นสถานที่ที่ผู้คนส่วนใหญ่จะขับรถเข้าไปจอดเนื่องจากอยู่ติดกับเพลิงไหม้ และเข้าใจว่าเป็นที่จอดรถของเพลิงไหม้) ซึ่งแต่ละแห่งนั้นก็คนละเจ้าของกัน พื้นที่หมายเลข 2 เป็นพื้นที่ที่ถูกเช่าเพื่อทำเป็นที่จอดรถ (จากการพูดคุยกับ หนุมที่เป็นพนักงานรับฝากรถ, 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557) ทั้งนี้แต่ละที่ก็มีการบริหารจัดการ ติดต่อ พูดคุยไม่แย่งลูกค้ากัน เช่น รถบัสใหญ่ รถตู้ จะเข้าไปจอดด้านใน (หมายเลข 4 และ 5) ส่วนรถเก๋งมอเตอร์ไซด์ จะจอดด้านหน้า (หมายเลข 1 และ 2) เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 สภาพแวดล้อมบริเวณที่จอดรถเอกชนด้านข้างในซอยหัวหิน 38 และ ซอยหัวหิน 40

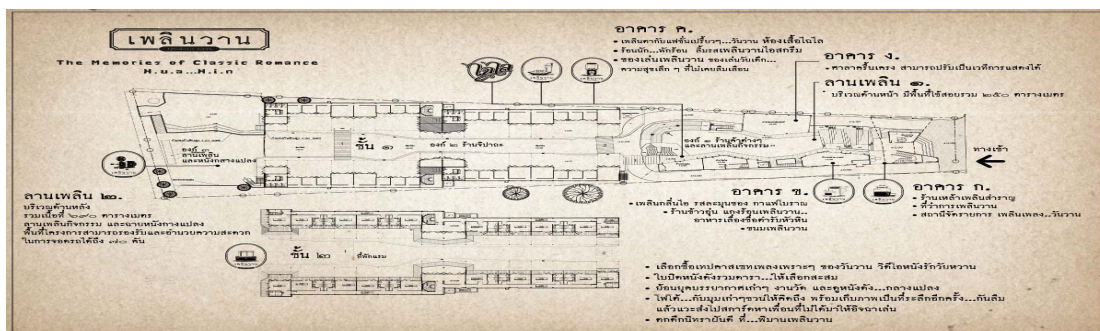
สภาพแวดล้อมชุมชนที่อยู่อาศัย สำหรับสภาพแวดล้อมของชุมชนที่อยู่อาศัยนั้น ผู้วิจัยกลับไม่พบเห็นเป็นชุมชน จะพบเพียงแต่บ้านเรือนอาศัยที่มีอยู่เพียงไม่กี่หลังในบริเวณซอยหัวหิน 38 ซึ่งก็จะพบเห็นเพียง 3-4 หลัง ในขณะที่บริเวณซอย หัวหิน 40 พบเป็นเป็นตึกแถวที่อยู่ด้านในซอยซึ่งมีอยู่ไม่มากเท่าใดนัก (มีประมาณ 5-6 ห้อง) ทั้งนี้บ้านแต่ละหลังล้วนอยู่กันแบบมีระยะห่าง เช่นบ้านเรือนในซอยหัวหิน 40 ก็ถูกคั่นด้วยที่จอดรถเอกชนหมายเลข 4 และ 5 ในขณะที่บ้านเรือนที่อยู่ด้านในเกือบ ๆ ท้ายซอยติดกับลานฉายหนังกลางแปลงก็ถูกคั่นด้วยที่จอดรถเอกชนหมายเลข 3 ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบ้านเรือนแต่ละหลังล้วนมีระยะห่างกันพอสมควร

4.3.2 ลักษณะสภาพแวดล้อมภายใน

เพลินวาน เกิดขึ้นภายใต้อดีตที่ถูกยึดมาจากหลายช่วงหลายเวลาที่เกิดขึ้นในอดีต ถูกผสมเข้าด้วยกัน เพลินวาน จึงออกมาเป็นลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่มีชีวิต (Eco Vintage Village) ที่มีรูปแบบค่อนข้างเฉพาะตัว ผสมกับบรรยากาศที่คล้ายกับงานวัดที่มีชิงช้าสวรรค์ และเกมส์ต่าง ๆ ในพื้นที่กว่า 2 ไร่ ของเพลินวานนั้น แบ่งออกเป็นส่วนสำคัญ 3 ส่วน อันได้แก่ **ส่วนแรก** คือส่วนที่จำลองให้มีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่มีชีวิต (Eco Vintage Village) ที่มีทั้งร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเสื้อผ้า ร้านขายขนม ร้านเหล้าในสมัยก่อน โดยเริ่มตั้งแต่บริเวณทางเข้าเรื่อยมาจนถึงชั้นใน **ส่วนที่สอง** จะเป็นส่วนที่เรียกว่า ลานเพลิน เป็นลานที่ใช้จัดกิจกรรมและฉายหนังกลางแปลง มีบรรยากาศคล้ายกับงานวัดในสมัยก่อน เป็นส่วนที่อยู่ชั้นในสุด และ**ส่วนที่สาม** คือ ส่วนของโรงแรมที่พัก ที่อยู่เหนือขึ้นไปจากร้านค้าในชั้นที่สอง โดยจำนวนร้านค้า (รวมรถเข็น) ชั้นบนมีจำนวนทั้งหมด 70 ร้านค้า ชั้นล่างมีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 28 ร้านค้า และบริเวณ ลานเพลิน มีซุ้มที่เป็นเกมส์ต่าง ๆ จำนวน 9 ซุ้ม⁷ สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ถูกสร้างขึ้นอย่างมีระบบ ระเบียบและมีการจัดเรียงของตำแหน่งต่าง ๆ อย่างไม่ระเกะระกะ ทั้งนี้ความต่อเนื่องของพื้นที่ที่ทอดยาวไปจนสุดสามารถแสดงถึง

⁷ สํารวจเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2557 โดย ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย

บรรยากาศที่เกิดขึ้นคล้ายกับการมีชุมชนและตลาดเล็ก ๆ แห่งหนึ่งตั้งอยู่และมีบรรยากาศที่อบอุ่นไปด้วยเทศกาลงานวัด

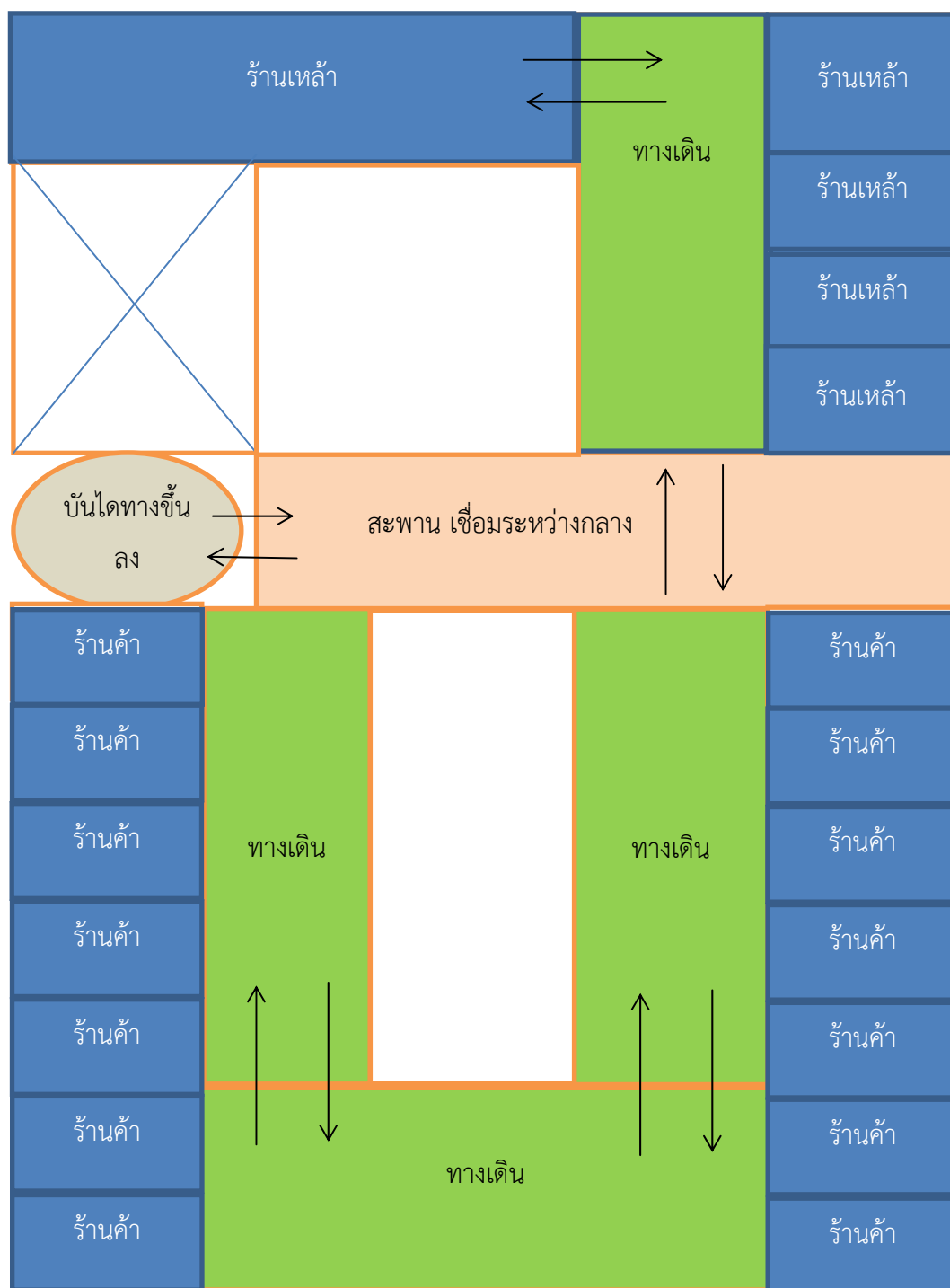


ภาพที่ 4.6 แสดงแผนผังของเพลินวาน

ที่มา: อ้างอิงจาก <http://www.Plearnwan.com>

จากแผนผังดังกล่าวสามารถจำลองภาพเพื่อความเข้าใจที่สะดวกขึ้นได้ดังนี้

ภาพที่ 4.7 ภาพจำลองแผนผัง เพลินวาน ชั้นล่าง



ภาพที่ 4.8 ภาพจำลองแผนผัง เฟลีนวาน ชั้นสอง

จากแผนภาพดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า เมื่อเดินผ่านประตูบานใหญ่บริเวณทางเข้าด้านหน้าก็จะพบกับร้านค้าขายข้างทั้งทางด้านซ้ายและขวา โดยบริเวณทางด้านซ้ายมือจะเป็นร้านขายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำมาจากผ้า เช่น กระเป๋ เสื้อผ้า รองเท้า (เดิมเป็นร้านขายแอมเบอร์เกอร์ที่ชื่อว่า Casper เป็นร้านที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์กับผู้จัดการใหญ่ และผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557) ติดกันก็เป็นบันไดขึ้นไปสู่ชั้นสอง เป็นลักษณะบันไดไม้ เดินเข้าไปด้านในจะเป็นร้านเหล้าที่ชื่อว่า เพลิน เพลิน บาร์ ซึ่งเปิดบริการในช่วงเย็น ก่อนถึงร้านเหล้าดังกล่าวจะผ่านพื้นที่นั่งพักผ่อนเป็นลักษณะโต๊ะไม้ (มีป้าย sangsom และ แม่โขงติดอยู่ด้านหน้า) อยู่ประมาณ 5-6 โต๊ะ เอาไว้นั่งเล่น พูดคุย หากไม่ต้องการเข้าไปนั่งฟังเพลงด้านใน

หากไม่ได้ขึ้นบันไดแล้วเดินต่อไปทางด้านซ้ายจะพบกับร้านขายเครื่องดื่มที่เป็นลักษณะน้ำหลากสีที่ชื่อว่า ร้านมะเน็ด วางขายอยู่บนรถเข็นข้าง ๆ กันมีไอติมหลอดที่ทำจากน้ำหวานหลากสีหลายรสเป็นแท่งยาว ๆ เสียบไม้ จำหน่ายแท่งละ 5 บาท (ปัจจุบันบริเวณดังกล่าวเปลี่ยนเป็นร้านขายเนกิวไรโบราน) เดินต่อไปสักครู่ก็ด้านซ้ายจะเป็น ร้านของเล่น เพลินวาน จะมีของเล่นสมัยก่อนวางจำหน่ายอยู่มากมาย มีโหลหยอดเหรียญที่หมุนแล้วจะได้ของออกมาเป็นลักษณะลูกกลม ๆ เล็กเมื่อแกะออกมาจะมีของอยู่ข้างใน เช่น ตัวการ์ตูนของเล่น นอกจากนี้ยังมี ป้องแปง หน้ากาก ลูกข่าง ติดอยู่เป็นแผงและแขวนโชว์อยู่หน้าร้าน พร้อมทั้งยังมีตู้แช่สมัยก่อนที่ทำจากสแตนเลสที่มีลักษณะเป็นสองตอน ด้านล่างไว้แช่เครื่องดื่มน้ำอัดลมที่เป็นขวด ด้านบนจะเอาไว้อัดเครื่องดื่มที่เป็นแก้ว เช่น น้ำเก๊กฮวย โดยมีกระบอกบานไม่ใหญ่มากไว้เลื่อนเปิดปิด ซ้ายขวา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคสินค้าในตู้แช่ดังกล่าวได้ (สมัยก่อนจะมีตู้แช่ห่อหนึ่งที่ตั้งดังมาก มีคุณภาพดี และคงทน เป็นที่นิยมใช้กันในร้านขายของสมัยก่อน โดยยี่ห้อดังกล่าวชื่อว่า Apache) เดินเลยไปเล็กน้อยบริเวณด้านขวามือจะเป็นร้านขายของที่เป็นรถเข็นซึ่งมีอยู่ประมาณ 8 ร้าน โดยร้านต่าง ๆ จะขายสินค้าทั่วไป เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า เครื่องประดับ สมุดโน้ต ของที่ระลึก เป็นต้น

เมื่อเดินต่อไปก็จะพบทางเดินที่เป็นสะพานไม้เชื่อมเข้าสู่อีกโซนบริเวณด้านใน โซนนี้ส่วนใหญ่ก็จะเป็นโซนที่ขายของเครื่องใช้ แต่ก็มีของกินบ้างประปรายเป็นลักษณะรถเข็นเช่นกัน เมื่อลงสะพานไม้ดังกล่าวแล้วทางซ้ายมือจะเป็นร้านขายนาฬิกา มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบทั้งเก่าและใหม่ (ชื่อร้าน กาลครั้งหนึ่ง) ถัดไปก็จะเป็นร้านขายแว่นตา และติดกันก็จะเป็นร้านขาย ซีดีเพลงที่มีทั้งเพลงสมัยไทยสมัยเก่าและเพลงสากล (ร้านที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์พูดคุยเพื่อเก็บข้อมูล) ติด ๆ กันก็จะเป็นร้านที่ชื่อว่า ไอติมผัด ซึ่งก็เป็นสินค้าที่มีความแปลกและน่าสนใจพอสมควร ด้านตรงข้ามบริเวณทางเดินที่เป็นรถเข็นนั้น มีอยู่ประมาณ 7 คัน มีร้านขายกล้วยปิ้ง (น้ำจิ้มสูตรโบราณ) ขนมเบื้องทองม้วนสด ข้าวแกงทอด วาฟเฟิล เป็นต้น เดินต่อไปก็จะพบโซนขายอาหารที่มีอยู่ประมาณ 4-5 ร้านค้า มีร้านผัดไทโบราณ โกะเท่งสามย่าน (ขายข้าวมันไก่) ขนมจีนสี่สหาย ในโซนนี้ก็มีร้านค้าที่เป็นรถเข็นวางเรียงรายอยู่เช่นกัน โดยขายของกิน อาทิ ไข่กะโหลก ไส้กรอกทอด กุ้งทอด ไส้กรอก

ลูกชิ้นพะละ (ลูกชิ้นมีขนาดใหญ่มาก) ในโซนนี้มีร้านขายขนมปังอยู่หนึ่งร้านที่มีชื่อร้านเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมากชื่อว่าร้าน “ขนมปังพะละคะ” สินค้าก็เป็นขนมปังที่พบเห็นได้ทั่วไป เช่นขนมปังลูกเกด ขนมปังกระเทียม ขนมปังเนยสด ท็ออบสด ๆ จากเตา ซึ่งมีกลิ่นหอมและชวนให้ลิ้มลองเป็นอย่างมาก (ขณะที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล) ส่วนด้านในก็จะเป็นร้านขายเครื่องดื่ม

ในฝั่งตรงข้ามที่เชื่อมด้วยทางเดินที่เป็นสะพานไม้ เมื่อเดินข้ามฝั่งไป (บริเวณสะพานดังกล่าวจะมีนักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายรูปกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจะเห็นเป็นฉากหลังที่เป็นชิงช้าสวรรค์ หนังกกลางแปลง และลานกิจกรรม) ร้านที่พบเป็นร้านแรกที่ตั้งอยู่ตรงบริเวณทางลง คือ ร้านกาแฟเพลินวาน เป็นร้านขายกาแฟและชา ถัดไปด้านซ้ายมือจะเป็นที่ตั้งคล้าย ๆ โรงรับจำนำ โดยมีภาษาจีนติดไว้ที่หน้าร้าน (โหวง-ตึง) เป็นสถานที่ที่ใช้แลกคูปองเพื่อเล่นเกมส์ ถัดไปโซนด้านในก็จะเป็นลานเพลิน ที่ใช้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ และมีบรรยากาศของเทศกาลงานวัด ย้อนกลับมาเมื่อลงจากสะพานแล้วเมื่อเลี้ยวขวาและเดินต่อไปก็จะพบร้านขายของฝากที่ชื่อร้าน “ทานเพลิน” (เป็นร้านที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เจ้าของที่เป็นเจ้าของร้าน) ที่ร้านก็จะจำหน่ายสินค้าที่เป็นของฝากของทางหัวหิน คือ ขนมชีสเชค ที่เป็นขนมปังประกบกันสองแผ่นและมีไส้สับปะรด รวมไปถึง ของอบแห้ง อีกหลายอย่าง เช่น มะพร้าว พุทรา เซอร์รี่ เป็นต้น ถัดไปก็จะเป็นบริเวณทางขึ้นไปยัง โรงแรมที่พักที่ชื่อ พิมานเพลินวาน ถัดจากทางขึ้นดังกล่าวก็จะพบร้านขายของที่เป็นรถเข็นอีก 4 ร้าน ที่ขาย น้ำปลาหวานสูตรโบราณ สับปะรดหอมสุวรรณ โมจิไอศกรีม ขนมถั่วแฉะ และบริเวณเดียวกันยังพบร้านค้าที่ขายพวกเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เช่น หมวก กระเป๋า ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ ที่ติดตุ๊กตา เป็นต้น

เมื่อเดินจนสุดทางก็จะย้อนกลับมาสู่ทางเดินที่เป็นสะพานไม้ด้านหน้าอีกครั้ง หนึ่ง ในบริเวณดังกล่าวก็จะมีทางลงไปชั้นล่างซึ่งก็ยังมีร้านค้าให้เดินเลือกซื้อสินค้าอยู่อีกหลายร้านค้า เช่น “ร้านละมุน” ขายรองเท้ากระเป๋ “ร้านหนีเที่ยว” ขายเสื้อผ้า “ร้าน twice” ก็ขายเสื้อผ้าเช่นกัน “ร้านคิดถึงทะเล” “ร้านผ้าขาวม้าพาเพลิน” ที่ขายเสื้อผ้าออกแนวลายผ้าขาวม้า เป็นต้น ทางเดินบริเวณด้านล่างดังกล่าวสามารถที่จะเดินเชื่อมต่อไปยังลานเพลิน ซึ่งเป็นลานที่ใช้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีตลอดทั้งปีและเป็นลานที่มีการจัดเทศกาลงานวัดที่จัดทุกวันและจัดตลอดทั้งปี ทั้งนี้ในบริเวณลานเพลินดังกล่าวก็จะมาลานกลางแจ้งที่เปิดโล่ง มีโต๊ะนั่งประมาณ สิบโต๊ะซึ่งสามารถรองรับผู้คนที่มาเที่ยวชมพร้อม ๆ กันได้ในปริมาณหลายร้อยคน ซึ่งลานเพลิน ถือเป็นลานกิจกรรมที่สำคัญของเพลินวานที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และผู้วิจัยมองว่าอาจจะเป็นการวางตำแหน่งดังกล่าวให้อยู่ด้านในสุด เพื่อดึงคนให้เดินเข้ามาเที่ยวชมข้างใน หากวางไว้ในโซนด้านหน้าแล้วอาจจะไม่มีผู้คนบริเวณด้านในก็เป็นได้

ลานเพลิน เทศกาลงานวัด และการจัดกิจกรรม

ด้วยความที่นำเสนอในเรื่องของพื้นที่และเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเพลินวาน จึงทำให้ผู้คนเป็นเข้ามาเที่ยวชมหมู่บ้านย้อนอดีตแห่งนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามมีสถิติที่เป็นตัวเลขที่ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกประหลาดใจไม่น้อยจากจำนวนตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ เพลินวาน มีจำนวนมากถึง 8,719 คน⁸ ต่อสัปดาห์ ซึ่งตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กระแสความนิยมของเพลินวาน ไม่ได้หดหายหรือลดน้อยลงไปแต่อย่างใด โดยเฉพาะถ้าเป็นช่วงเทศกาล เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ ด้วยแล้วจำนวนผู้คนที่หลั่งไหลเข้ามาเที่ยวเพลินวานเพิ่มมากขึ้นอีกหลายเท่าตัว จนทำให้พื้นที่กว่า 2 ไร่ดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แม้ว่าบางช่วงจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงและหดหายไปบ้าง เช่น ในช่วงหน้าฝน หรือในช่วงที่เกิดภาวะไม่สงบภายในประเทศ แต่เมื่อเหตุการณ์ต่าง ๆ เริ่มคลี่คลาย จำนวนนักท่องเที่ยวก็เริ่มกลับมามีจำนวนมากขึ้นเหมือนเดิม ทั้งนี้เพลินวานก็ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องแม้กาลเวลาที่แปรเปลี่ยนไป สิ่งที่เอ่ยบอกให้ผู้วิจัยฟังว่า เพลินวานได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากในช่วงแรก (พ.ศ. 2552) นั้น ผู้วิจัยเริ่มเห็นสอดคล้องไปกับสิ่งที่เอ่ยกล่าวเมื่อพิจารณาจากตัวเลขทางสถิติที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้การจัดพื้นที่ของเพลินวานที่แบ่งพื้นที่ทางด้านในสุดโดยกันไว้เป็นพื้นที่สำหรับจัดให้เป็นบรรยากาศคล้าย ๆ เทศกาลงานวัดนั้น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เหตุผลสำคัญน่าจะมาจากการที่เจ้าของกิจการเองมีความชื่นชอบในเทศกาลดังกล่าวมาตั้งแต่ในสมัยเด็ก ๆ ดังนั้นจึงจำลองบรรยากาศดังกล่าวขึ้นในพื้นที่ ทั้งนี้การประดิษฐ์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวหากขาดซึ่งกิจกรรมแล้วย่อมเปรียบเสมือนอาหารที่ขาดรสชาติ เสื้อผ้าที่ไร้สีสัน ขาดความสมบูรณ์ในตัวเอง เพลินวานเองจึงพยายามสร้างสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ให้เกิดขึ้น ทั้งนี้มีตัวอย่างที่เกิดขึ้นจริงที่แสดงให้เห็นถึงการประดิษฐ์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวโดยเกิดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น สถานที่ดังกล่าวมีชื่อว่า โนโบริเบ็ตสึ คาเตะ จิโดมูระ⁹ ซึ่งจากการศึกษาพื้นที่ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย

⁸ อ้างอิงจากตารางที่ 4.4

⁹ สถานที่ดังกล่าวตั้งอยู่ใน เมืองโนโบริเบ็ตสึ บนเกาะฮอกไกโด โดยสถานที่ดังกล่าว เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยการจำลองบ้านเมือง บรรยากาศต่าง ๆ ในสมัยเอโดะ (ย้อนไปประมาณ 400 ปีก่อน ซึ่งเป็นยุคเอโดะที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานถึง 250 ปี เป็นสมัยที่เต็มไปด้วยสันติภาพและความมีชีวิตชีวาซึ่งไม่ค่อยจะพบเห็นได้ในประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่น วัฒนธรรมและจารีตประเพณีอันหลากหลายที่เกิดขึ้นในช่วงยุคสมัยนี้ยังคงฝังรากลึกในจิตใจและความเป็นอยู่ของคนญี่ปุ่นจนกระทั่งปัจจุบัน) ซึ่งมีทั้งคฤหาสน์ นักรบ ทั้งร้านรวงที่ตั้งเรียงรายตามถนนในเมือง อีกทั้งยังมีบ้านนินจา ซึ่งเต็มไปด้วยกลไกซับซ้อนมากมาย มีเหล่านักรบนินจา โออิรันและชาวบ้านใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน อ้างใน เอกสารแผ่นพับแนะนำสถานที่ดังกล่าว ฉบับภาษาไทย www.edo-trip.jp

เกิดมมมองบางประการขึ้นมาว่า ที่ ดาเตะ จิโดมูระ เป็นการจำลองบ้านเมืองสมัยเอโดะนั้น นอกจากจะทำการจำลองบรรยากาศต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นแล้ว ลักษณะที่น่าสนใจของสถานที่แห่งนี้คือ สถานที่ดังกล่าวมีโรงละครที่แสดงเกี่ยวกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต มีโรงละครและการแสดงเกี่ยวกับนินจาซึ่งเรื่องราวดังกล่าวเกิดขึ้นในสมัยเอโดะ ทั้งนี้โรงละครต่าง ๆ เหล่านี้มักจะใช้เป็นสถานที่ถ่ายทอดถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวได้ชม ในขณะที่เพลินวานไม่มีสิ่งนี้ การไม่มีสิ่งดังกล่าวดูเหมือนจะทำให้เพลินวานเองขาดอะไรไปบางอย่าง

โรงละครที่เกิดขึ้นทั้งสามโรงดังกล่าวใน ดาเตะ จิโดมูระ¹⁰ นั้นล้วนสื่อไปถึงเรื่องราวและความสำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงยุคสมัยดังกล่าว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่เห็นภาพรวมไปถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น (แม้ว่าจะรู้เรื่องบ้าง และไม่รู้เรื่องบ้าง เนื่องจากภาษาที่ใช้ในการแสดงทั้งหมดเป็นภาษาญี่ปุ่น) สิ่งดังกล่าวนี้เองน่าจะส่งผลให้เพลินวานจำต้องหากิจกรรมบางอย่างเพื่อให้เกิดความสนุกสนานและครึกครื้น ทั้งนี้เรื่องราวความเป็นอดีตที่ถูกส่งผ่านกิจกรรมของไทยเราก็คงหนีไม่พ้นเทศกาล งานวัด ซึ่งเป็นสิ่งที่ก้อยได้เคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่าก้อยชอบงานวัดมาตั้งแต่เด็ก ๆ ดังนั้นเทศกาลงานวัดจึงถูกสร้างขึ้นภายใต้ บรรยากาศ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำลองขึ้น หากจะกล่าวถึงบรรยากาศงานวัดที่มีผู้คนนิยมหลั่งไหลไปท่องเที่ยวและจัดต่อเนื่องมากันอย่างยาวนานนั้นคงหนีไม่พ้นงานวัดภูเขาทองที่วัดสระเกศ ซึ่งในแต่ละปีจะมีผู้คนจำนวนมากหลายหมื่นคนมาเที่ยวที่งานดังกล่าว ผู้คนจำนวนมากเบียดเสียดและแออัดแน่นจนทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าว แคลงไปถนนตัด เช่นเดียวกันในปีนี้ (พ.ศ. 2556) งานดังกล่าวได้จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 10-19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ซึ่งผู้วิจัย ได้เลือกวันอาทิตย์ที่ 17 พ.ย. 56 ซึ่งตรงกับวันลอยกระทงเป็นวันที่ลงพื้นที่โดยลงพื้นที่ตั้งแต่เวลา 16:30-19:30 น. ดังรายละเอียดตามภาพดังกล่าว



ภาพที่ 4.9 แสดงบรรยากาศและผู้คนอันเนืองแน่น (ซ้าย บริเวณงานภูเขาทอง ขวา เพลินวาน)

¹⁰ ศึกษาภาพประกอบเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ข

ดังจะเห็นในภาพว่าบริเวณงานวัดสระเกศผู้คนจะเนืองแน่นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงเวลาหลัง 18:00 น. เนื่องจากมีบรรยากาศที่เย็นสบายและไม่ร้อน ผู้คนจำนวนมาก เข้ามาร่วมกิจกรรมรวมไปถึงซื้อของที่วางขายอยู่ในบริเวณงานอันมีความหลากหลายและหาทานได้ยาก อาทิ แมลงทอด ไส้กรอกชุบแป้งทอดเป็นลูกกลม ๆ ขนมลา เป็นต้น ขณะที่นักท่องเที่ยวในเพลินวานก็มีอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยเช่นกัน ซึ่งในพื้นที่ของเพลินวานเองก็มีทั้งกิจกรรมและอาหารอันหลากหลายสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า งานวัด ยังเป็นที่นิยมอย่างไม่เสื่อมคลายของผู้คนทุก ๆ ปีจะมีผู้คนมาเที่ยวชมงานวัดที่ภูเขาทองเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในคำคืนที่เป็นคืนลอยกระทงจะมีมากเป็นพิเศษ

ทั้งนี้นอกจากจะเป็นความชอบส่วนตัวและความผูกพันในวัยเด็กของเจ้าของเพลินวานเกี่ยวกับเทศกาลงานวัดแล้ว ผู้วิจัยพิจารณาว่า เทศกาลงานวัดเป็นพื้นที่ที่แสดงออกของชนชั้นกลางที่บริเวณงานจะประกอบไปด้วยของกิน ของใช้ กิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถหากินได้ทั่ว ๆ ไป เช่น ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ไก่ย่าง ขนมปัง ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก ไม่มีความสลับซับซ้อน สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย และที่สำคัญคือไม่เสียค่าเข้าชม สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวที่เพลินวานได้เริ่มความหมายใหม่ขึ้นมาว่า เทศกาลงานวัด สามารถไปได้ทุกวันและไม่ต้องไปที่วัด ในขณะที่ถ้าจะไปงานวัดดังกล่าวอาจจะต้องรอนานเป็นปีกกว่าจะจัดขึ้น นั่นกำลังหมายความว่าอย่างเดียวกับสิ่งที่ว่า ตลาดน้ำไม่จำเป็นต้องอยู่ริมน้ำเสมอไป สามารถอยู่บนบกได้ เช่น ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นต้น

ขณะเดียวกันเพลินวาน นอกจากจะจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาลงานวัดแล้ว เพลินวานยังได้สร้างพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเรื่องดังกล่าวเมื่อดูจากปฏิทินกิจกรรมแล้วจะพบว่า เพลินวานเอง พยายามจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับกิจกรรมที่มีในแต่ละเดือน เช่น วันเด็ก วันวาเลนไทน์ วันสงกรานต์ หรือวันแม่ เป็นต้น “ในเรื่องกิจกรรมก็เช่นกัน คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเพลินวานล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ถูกคิดขึ้นอย่างมีโจทย์คือเราจะไม่ใช่ว่าอะไรแล้วใส่เป็นกิจกรรมเข้าไปในแต่ละเดือน เราจะต้องดูว่ากิจกรรมดังกล่าวเหมาะสม สอดคล้องไปกับธีมของเราหรือไม่ หรือกิจกรรมที่เราจะจัดนั้นเป็นกิจกรรมที่จัดแล้วก่อให้เกิดประโยชน์อะไรบ้าง ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นล้วนมีเหตุผลและคำอธิบายต่างรองรับอยู่” (เอก, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

ตารางที่ 4.6

แสดงการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี 2557 ของเพลินวาน

เดือน	กิจกรรม	เทศกาล
มกราคม		เทศกาลวันเด็ก
กุมภาพันธ์	เพลินวานกับความรัก	
มีนาคม	พลอร์เฟื่องฟ้าครั้งที่ 5	
เมษายน	เพลินสงกรานต์	
พฤษภาคม		เทศกาลมวยไทย
มิถุนายน	เพลินวานรามา	
กรกฎาคม		เทศกาลเข้าพรรษา
สิงหาคม	วันแม่	
กันยายน	Dog festival	
ตุลาคม	ดวงพาชะตาเพลิน	
พฤศจิกายน	วันลอยกระทง	
ธันวาคม	วันพ่อ/ส่งท้ายปีเก่า	เทศกาลงานวัด

สิ่งที่เอากล่านั้น ผู้วิจัยค่อนข้างเห็นด้วยเนื่องจากผู้วิจัยได้ติดตามหน้าเว็บไซต์ของเพลินวานมาโดยตลอด พบว่า มีการเคลื่อนไหวในแต่ละช่วงของการกิจกรรม เช่น เมื่อเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2557 ก็จัดกิจกรรมเกี่ยวกับสุนัข (Dog Show) เป็นต้น และก็มีมีการเปลี่ยนหน้าเว็บไซต์เป็นกิจกรรมวันแห่งความรัก ซึ่งส่วนหนึ่งผู้วิจัยคาดว่าเป็นไปตามกระแสที่เกิดขึ้น และเพื่อให้มีกิจกรรมในพื้นที่ของหัวหินที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหัวหินแล้วไม่มีกิจกรรมใดทำดั่งนั้นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นจึงมักจะได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นล้วนแสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของเพลินวานผ่านกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งก็จะได้รับการตอบสนองจากนักท่องเที่ยวพอสมควรหากแต่กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลแล้วจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น ช่วงสงกรานต์ ช่วงลอยกระทง ช่วงส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ เป็นต้น

4.4 กำเนิดเพลินวาน

ภัทรา สหวัฒน์ หรือ ‘ก้อย’ เจ้าของโครงการสร้างสรรค์ที่กำลังถูกจับตามองแห่งนี้ เล่าให้ TCDC CONNECT¹¹ ฟังถึงความตั้งใจและแนวคิดในการทำงานว่า “อันที่จริงแล้ว เพลินวาน คือ พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต (Live Museum) แต่คำว่าพิพิธภัณฑ์นั้นอาจฟังดูไม่ค่อยสนุกเท่าไร เราเลยไม่ได้ใช้คำนี้ เราอยากนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ ให้คนเข้ามาแล้วสนุกพร้อมกับได้ความรู้ คือ Play and Learn โดยไม่เจาะจงว่าเป็น พ.ศ. ไດ แต่เป็นช่วงปี 70s-90s ที่มายั่วรวมกัน เป็นทั้งอดีตของคนรุ่นแม่และรุ่นลูก โดยแต่ละรุ่นที่เข้ามาจะได้สัมผัสกับความทรงจำสักอย่างที่แตกต่างกันไป”¹² แม้วันนี้ใคร ๆ อาจจะรู้จักภัทราในฐานะ ‘จิกโกเพลินวาน’ ซึ่งเป็นตำแหน่งเท่ ๆ บนนามบัตรของเธอสำหรับบริหารจัดการโครงการนี้ แต่อันที่จริงแล้วในอีกภาคหนึ่งนั้น ภัทราเป็นผู้บริหารของบริษัทวนชัย กรุ๊ป ผู้ผลิตแผ่นไม้ทดแทนธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวที่เธอเองช่วยดูแลในด้านการตลาดและการส่งออกมาโดยตลอด “ก้อยจบด้านบริหารธุรกิจมาจากต่างประเทศและก็ช่วยกิจการของที่บ้านมาตลอด สองปีที่ผ่านมาที่เริ่มทำเพลินวาน เลยต้องทำงานแบบไม่มีวันหยุด เพราะเพลินวานไม่ใช่แค่งานอดิเรกแต่คือตัวตนของเรา บางคนทำงานกับครอบครัวอาจจะต้องทิ้งฝันไป แต่โชคดีที่งานตรงนี้มันมาช่วยสร้างความสมดุลให้เราได้ในสิ่งที่ต้องการ”¹³

ย้อนกลับไปราวปลายปี พ.ศ. 2552 ได้เกิดสถานที่ประดิษฐ์แห่งหนึ่งขึ้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบฯ เป็นสถานที่ที่แปลกตา แปลกใหม่ และไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนที่หัวหิน โดยสถานที่ดังกล่าวมีชื่อเรียกกันว่า เพลินวาน คำว่า เพลินวาน¹⁴ จะเป็นคำที่เรียบง่ายพื้น ๆ แต่เป็นคำที่ไม่ได้

¹¹ TCDC CONNECT คือ เว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อนักออกแบบไทยในสาขาต่าง ๆ รายชื่อผู้ผลิตตลอดจนผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นตลาดนัดทางความคิด แลกเปลี่ยนความรู้และทรรศนะด้านการออกแบบ ข่าวสารด้านนวัตกรรมและกระแสความนิยมของตลาดโลก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักออกแบบ และผู้ประกอบการไทยใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ TCDC ย่อมาจาก Thailand Creative & Design Center

¹² อ้างอิงจาก <http://www.tcdc.or.th/src/14851>

¹³ อ้างอิงจาก <http://www.tcdc.or.th/src/14851>

¹⁴ คำว่า เพลินวาน เป็นคำที่ไม่มีในพจนานุกรมไทยแต่คำดังกล่าวเมื่อแยกออกมาจะเป็นคำว่า เพลิน ซึ่งตามความหมายในพจนานุกรมแล้วจะแปลว่า อาการที่ปล่อยอารมณ์อยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ชอบใจจนลืมจนลืมถึงสิ่งอื่น ๆ เช่น ทำงานเพลิน ฟังดนตรีเพลิน กินเล่นเพลิน ๆ (หน้า 847) ส่วนคำว่า วาน นั้นตามความหมายในพจนานุกรมจะมีทั้งสิ้น 3 ความหมาย ความหมายแรก (น) คือ กงเรือ

มีความหมายตามพจนานุกรมแต่อย่างใด แต่ทว่าคำว่า “เพลิน” กับคำว่า “วาน” รวมกันแล้วย่อมสื่อความหมายบางอย่างได้ว่า เป็นการปล่อยอารมณ์อยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ชอบใจจนลืมนึกถึงสิ่งอื่น ๆ ในเรื่องที่เกิดขึ้น (เมื่อวาน) ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่สอดคล้องไปกับสิ่งที่คุ้นเคย (ภัทรา สหวัฒน์) ได้กล่าวไว้ว่า “ก้อยชอบงานวัดมาตั้งแต่เด็ก ๆ แล้ว คือบ้านก้อยอยู่ไม่ไกลจากวัดเท่าไร เมื่อมีงานก็จะเข้าไปร่วมและสัมผัสแทบทุกครั้ง ประกอบกับยุคนั้นก้อยเป็นเด็ก ไม่ต้องคิดอะไรมาก ไปโรงเรียนกลับบ้านมาดูโทรทัศน์ วิ่งเล่นกับเพื่อนแถวบ้าน ปั่นจักรยาน กินไอติม เล่นโดดอย เราสร้างที่นี่เพื่อให้คนมาเยือนได้คิดถึงเรื่องเล็ก ๆ พวกนั้นที่ยังอ่อนอยู่ในหัวใจของหลาย ๆ คนคุณเข้ามาที่นี่ไม่ต้องซื้ออะไรก็ได้เข้ามาเดิน มายิ้ม มาคิดถึงใครสักคนก้อยก็มีความสุขไปด้วย”¹⁵

และความที่ “ก้อยต้องเดินทางไปโน่นไปนี่ตลอดเวลา ซึ่งเมื่อครั้งที่ไปประเทศญี่ปุ่นก้อยได้ไปเห็นหมู่บ้านเก่าที่ญี่ปุ่นคือบรรยากาศในนั้นก็คล้าย ๆ กับวิถีชีวิตสมัยเก่า ๆ ซึ่งเราเห็นแล้วรู้สึกชอบเลยกลับมาคิดว่าเราต้องทำบ้างในแบบของเรา”¹⁶ ดังนั้น เพลินวานจึงถือกำเนิดขึ้นจากความ

เป็นช่องที่จะระบายความรู้สึกเพื่อให้ใจเย็น เรียกว่า ช่องวาน ความหมายที่สอง (น) แปลว่า วันก่อนวันหนึ่งวันหนึ่ง มักใช้ว่า เมื่อวาน หรือ เมื่อวานนี้ ส่วนความหมายที่สาม (ก) แปลว่า ขอให้ช่วยทำแทนตัว เช่น วานเขียนหนังสือให้หน่อย (หน้า 1111-1112) อ้างใน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

¹⁵ อ้างอิงจาก <http://www.tcdc.or.th/src/14851>

¹⁶ สิ่งที่ก้อยกล่าวถึงนั้นผู้วิจัยตีความว่าคล้ายกับหมู่บ้านเมืองจำลองย้อนยุคโบราณสมัยเอโดะที่เต็มไปด้วยสีสันของมนต์เสน่ห์ในอดีต อันมีแนวทางการผสมผสานของดิสนีย์แลนด์และดินแดนแห่งชาบูโรผู้กล้า โดยสถานที่ดังกล่าวได้รวบรวมไว้ซึ่ง สถานที่ช้อปปิ้ง ร้านอาหารอร่อยและการแสดงโชว์ต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางตามถนนสองข้างทางที่เต็มไปด้วยตึกรามบ้านช่องร้านค้าโบราณพบปะและสนทนากับผู้คนซึ่งไว้ทรงผมและแต่งตัวตามยุคสมัยโชกุนโตกุว่านั่นก็เป็นกิจกรรมที่เพลิดเพลินใจอยู่ไม่น้อย ทั้งหมู่บ้านเหล่านี้เป็นฉากถ่ายทำภาพยนตร์ รายการทีวีและละครอยู่บ่อย ๆ สิ่งที่น่าสนใจแปลกตาในเมืองจำลองที่มีสิ่งปลูกสร้างโดยมากเป็นไม้และอิฐแห่งนี้ อาจจะเป็นป้ายโฆษณาเชิญลูกค้าให้เข้าไปชิมอาหารและขนมญี่ปุ่น อย่าง ยากิโซบะ ขนมดังโกะ เครื่องดื่มโบราณและอื่น ๆ จากพนักงานที่แต่งตัวในชุดพื้นเมืองโบราณในยุคปี 1600 เมื่อใดก็ตามที่ท่านได้สัมผัสจะมีความรู้สึกประหนึ่งว่าตัวเองเป็นคนในยุคสมัย เอโดะ โดยท่านจะได้พบกับ ที่ทำการไปรษณีย์ จุดตรวจจราจร บ้านชาบูโร โรงละคร ถนนสายการค้าและสะพาน Ryogoku สะพานแห่งแรกที่สร้างข้ามแม่น้ำสุมิเดะในกรุงโตเกียว ร้านรวงต่าง ๆ มีสิ่งของจำหน่ายที่น่าสนใจ อาทิ ของเล่น ของที่ระลึก วิกผมชาบูโร ดาบปลอมและอีกมากมาย ในเมืองนี้ยังมีเกมโบราณนานาชนิดที่เล่นกันตามถนนแสดงให้เห็น มีนางงามมีการแสดงอันน่าตื่นตาตื่นใจ อาทิ มายากล การแสดงละครประวัติศาสตร์ รวมถึงการจำลองการตัดสินคดีพิริชงา และการแสดงของนินจาในบ้านปริศนาค่ายกล (อ้างอิงใน <http://www.CompaxWorld.com>)

ประทับใจและแรงบันดาลใจบางอย่างที่เกิดขึ้นในอดีตจนถูกนำมาสร้างขึ้นใหม่ในสมัยปัจจุบัน สิ่งดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์และความคิดของผู้ที่สร้าง เพลินวาน ว่าความสุขหรือบรรยากาศเก่า ๆ ในอดีตกำลังจะถูกประดิษฐ์ให้เกิดขึ้นอีกครั้งหนึ่ง โดย เพลินวาน ได้พยายามที่จะสร้างบรรยากาศและนำเรื่องราวรวมถึงวิถีต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตให้วนกลับมาปรากฏขึ้นอีกครั้งในปัจจุบัน

ทั้งนี้เรื่องดังกล่าวผู้วิจัยมองว่าจากการที่เจ้าของกิจการที่ต้องเดินทางบ่อย ๆ ซึ่งเชื่อได้ว่า เจ้าของกิจการเองย่อมมีประสบการณ์ในการพบเห็นสิ่งต่าง ๆ มากมาย (ซึ่งก็มีทั้ง ดิสนีย์แลนด์ พิพิธภัณฑราชมงคล และหมู่บ้านสมัยอดีตที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น) แต่สิ่งที่ถูกหยิบยกและนำกลับมาสร้าง เพลินวาน ให้เกิดขึ้นนั้นกลับกลายเป็นสิ่งที่มีลักษณะเป็นหมู่บ้านจำลอง ซึ่งในแง่มุมมองดังกล่าว ผู้วิจัยเกิดคำถามตามมาว่าทำไมไม่เป็น ดิสนีย์แลนด์ทั้งที่น่าจะเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นได้อยู่ไม่น้อย จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ช่วยและผู้จัดการใหญ่เพลินวานพบว่าด้วยเหตุผลของความชอบและความผูกพันในอดีตที่เกี่ยวกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นเหตุผลหลักในการนำมาผลิตซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้การนำเอาแนวคิดเรื่องพิพิธภัณฑราชมงคลหรือบรรยากาศหมู่บ้านสมัยก่อนมาเป็นปัจจัยประกอบนั้น อาจเป็นการสะท้อนให้เห็นในเรื่องความเป็นชาติและประวัติศาสตร์ในอดีต ขณะที่ดิสนีย์แลนด์ไม่มีในจุดนี้ ดังนั้นความคล้ายคลึงดังกล่าวจึงอาจกลายมาเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำกลับมาใช้เป็นต้นทุนบางอย่างในการประกอบสร้างความเป็นเพลินวาน

การเกิดขึ้นของเพลินวานนั้นหาได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่ง เอก¹⁷ เล่าให้ฟังว่า ก่อนหน้าที่จะสร้างเพลินวานทางคุณก้อยและทีมงานได้ทำการสำรวจและลงพื้นที่อยู่หลายจังหวัดเพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้เวลากว่า 2 ปี ในเพลินวานจะเป็นการจำลองบรรยากาศเก่า ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตโดยบรรยากาศดังกล่าวได้ถูกคิดหรือถูกกำหนดไว้ว่าให้อยู่ในยุค พ.ศ. 2488 (ในช่วงปลาย ๆ สงครามโลกครั้งที่ 2) ก่อนที่จะมาปรับเปลี่ยนบรรยากาศอีกครั้งให้อยู่ในยุคราว พ.ศ. 2499 ซึ่งเป็นยุคดิสโก้เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้ามามากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับ หัวหินที่เป็นเมืองเก่าคือเมื่อพูดถึงหัวหินจะนึกถึงความคลาสสิกเป็นเมืองตากอากาศลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย (เอก, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

ทั้งนี้สิ่งที่เอกกล่าวให้ผู้วิจัยฟังนั้นทำให้เกิดมุมมองขึ้นมามีว่า อดีต ที่เคยเกิดขึ้น (ในยุค พ.ศ. 2499) กำลังจะถูกนำมาผลิตซ้ำใหม่อีกครั้งหนึ่ง แต่การผลิตซ้ำดังกล่าวไม่ใช่เป็นการผลิตซ้ำผ่านแผ่นฟิล์ม หรือภาพยนตร์ แต่กำลังจะถูกผลิตขึ้นบนโลกของความเป็นจริง คำถามที่ตามมาในความคิด

¹⁷ ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ที่ดูแลความเป็นไปต่าง ๆ ที่เพลินวานตั้งแต่ เพลินวาน เริ่มเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552

ของผู้วิจัยคือว่า ทำไมต้องเป็นอดีตในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนหนึ่งจากการให้สัมภาษณ์ทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ออกมาว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวมีเรื่องราวต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายในประเทศไทยจนมีการเปรียบเทียบไว้ว่า เป็นยุคอันธพาลครองเมือง กล่าวคือในยุคดังกล่าวจะมีแต่ความวุ่นวาย มีนักเลงและอันธพาลเกิดขึ้น มีการแบ่งกลุ่มแบ่งฝ่ายและสร้างอาณาเขตของตนโดยที่กฎหมายไม่สามารถเข้าไปจัดการได้ เรื่องราวเหล่านี้ถูกนำมาประติประต่อและสร้างให้เกิดขึ้นบนโลกความเป็นจริง ความที่มีเรื่องราว (story) ดังกล่าวจึงอาจเป็นไปได้ว่าเป็นจุดสนใจที่ทำให้ผู้คนเข้าไปเยี่ยมชมและท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เพลินวานถูกพูดถึงอย่างมากในช่วงเวลาดังกล่าว

การเกิดขึ้นของเพลินวานบนโลกของความเป็นจริง เป็นผลผลิตจากการใช้จินตนาการผนวกกับประสบการณ์จึงทำให้เกิดเพลินวานดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

เริ่มแรกของเพลินวาน นั้นเกิดมาจากเจ้าของที่นี่ (คุณก้อย) เป็นคนที่รักความเป็นไทย เค้าไปได้แรงบันดาลใจมาจากการที่ได้ไปเที่ยวสถานที่แห่งหนึ่งที่ชื่อว่า Ramen Museum ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งพอไปเห็นแล้วรู้สึกเลยว่าอยากทำอะไรให้คนไทยได้มีอะไรที่เหมือนกับที่ญี่ปุ่นทำ แต่จะให้อยู่ได้ดินนั้นคงเป็นไปได้ คงอยู่บนผิวดินนี้แหละ และมีแรงบันดาลใจอีกที่หนึ่งคือ Disney land คือเมื่อเราเดินเข้ามาในเพลินวานเหมือนกับเราหลุดเข้ามาอีกโลกหนึ่ง (ก้อย, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เพลินวาน พยายามที่จะใช้ต้นทุนในการผลิตของตนเองแต่ต้นทุนดังกล่าวมาจากหลายแหล่งมาหลอมรวมกันเพื่อผสมให้ออกมาแล้วนำมาสร้างความเป็นลักษณะเฉพาะของตนเองขึ้น นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าเพลินวานกำลังผลิตอดีตโดยการนำเอาอดีตในแต่ละช่วงเวลา มาเป็นต้นทุนในการผลิต อดีตดังกล่าวก็หาซื้ออดีตที่เกิดขึ้นของเพลินวานแต่เป็นอดีตที่ถูกหีบห่อมาเช่นกัน

4.5 เพลินวาน: อัตลักษณ์และตัวตน

ปริศนาของการเกิดขึ้น เพลินวาน เปรียบเสมือนคำถามที่ถูกเขียนขึ้นเพื่อรอคำตอบ ทราบเพียงว่าเพลินวานเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์อะไรบางอย่าง ทำไมเพลินวานจึงเกิดขึ้นและเกิดขึ้นเพื่ออะไร หากเกิดขึ้นแล้วจะดำรงอยู่หรือคงอยู่ต่อไปได้ไหม ถ้าได้ ได้เพราะอะไร? ถ้าไม่ได้ ไม่ได้เพราะอะไร? ล้วนเป็นโจทย์ที่ทำให้ผู้วิจัยขบคิดเป็นอย่างมากว่าการเกิดขึ้นของเพลินวานนั้นเพียงเพื่อตอบสนองการโอหยหาอดีตอย่างที่ว่า หรือตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ หรือตอบสนองความต้องการทั้งสองอย่างนี้กันแน่

ด้วยบรรยากาศของความเก่าต่าง ๆ เช่น ทางเดินที่เป็นไม้ ร้านค้า ร้านขนม ร้านขายเทปเพลง ร้านถ่ายรูป เป็นต้น ซึ่งบรรยากาศต่าง ๆ เหล่านี้เริ่มจางหายไปจากปัจจุบัน จากการลงพื้นที่

ที่หัวหินและเพลินวานหลายครั้ง ผู้วิจัยมีทัศนะเกี่ยวกับ เพลินวาน ว่าเป็นเสมือนสถานที่ที่จัดแสดงของที่เราไม่สามารถหาได้ง่าย ๆ ในปัจจุบัน อาทิเช่น หมากฝรั่งตาแมว (เป็นหมากฝรั่งที่มีรูปร่างคล้ายบุหรี่ปรรจุอยู่ในกล่องสี่เหลี่ยม ไขสี ดำ แดง และมีตัวแมวเป็นสัญลักษณ์ที่ด้านหน้ากล่อง) ไม้ขีดไฟตราพญานาค (เป็นไม้ขีดไฟ มีทั้งกล่อง เล็ก และกล่องใหญ่ ด้านหน้ากล่อง จะเป็นรูปพญานาค ซึ่งผู้วิจัยจำได้ว่าผู้ศึกษาเคยเห็นไม้ขีดไฟชนิดนี้ เมื่อราว 30 ปีที่แล้ว ในร้านขายของข้างบ้านที่ต่างจังหวัด) หรือหากมองไปในร้านขายของเล่น ก็จะเห็นของเล่นใส่ถุงพลาสติกแล้วเย็บติดบนแผงกระดาษ เมื่อลูกค้าต้องการซื้อก็ดึงออกมาเป็นซองแล้วจ่ายดั่งค์หรือแม้กระทั่งถ่านไฟฉายตราคบเป็นต้น ผู้วิจัยเริ่มตั้งคำถามย้อนกลับไปว่า ของเก่าบรรยาศเก่า แต่เวลาและสถานที่ไม่เก่า สิ่งเหล่านี้มีบริบทความสัมพันธ์กันอย่างไร



ภาพที่ 4.10 แสดงร้านขายสินค้าในอดีตของเพลินวาน



ภาพที่ 4.11 แสดงหมากฝรั่งตาแมวและภาชนะบรรจุสินค้าต่าง ๆ ในอดีต

ที่มา: อ้างอิงจาก [http://www. Plearnwan.com](http://www.Plearnwan.com)

ผู้วิจัยตั้งคำถามต่อเนื่องไปว่า หากเพลินวานไม่ได้ตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความเก่าแล้ว เพลินวานจะเกิดขึ้นเพื่อธุรกิจหรือไม่ แม้ว่าเพลินวานจะประกาศชัดว่า

“จุดเริ่มต้นของเพลินวานเกิดขึ้นมาจาก...ความเชื่อ
 เชื่อในการทำธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการให้มากกว่าผลกำไร
 เชื่อในความสุขที่ได้จากการคิดดี...ทำดี
 และ เชื่อว่า...ถ้าเรามีความตั้งใจแล้ว สิ่งเหล่านี้จะเป็นจริงได้”

นี่คือข้อความที่ได้โพสต์ลงในหน้าเว็บไซต์ของเพลินวาน เป็นข้อความที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นที่มาและเป็นจุดกำเนิดของความเชื่อในการผ산ความผืนจินตนาการ และธุรกิจเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ (บางส่วนในข้อความยังกล่าวไว้ว่า) “เพลินวานยังเป็นเป็นศูนย์รวมความสุข สถานที่หยุดเวลา เรื่องราวมากมายในอดีตไว้ เพื่อให้ความทรงจำดี ๆ ของวันวาน ย้อนคืนกลับมาสร้างความอึดใจให้กับผู้คนยุคนี้ สมัยนี้ อีกครั้ง...ก่อนที่สิ่งเหล่านี้ จะจางหายไปตามกาลเวลา” (อ้างถึงใน [http://www. Plearnwan.com](http://www.Plearnwan.com))

จากจุดเริ่มต้นของความเชื่อที่ว่าในการทำธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการให้มากกว่าผลกำไร นั้น ผู้วิจัยตีความว่าไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่อะไรในการทำธุรกิจที่เริ่มต้นจากความเชื่อ มีธุรกิจมากมายหลากหลายที่เริ่มต้นจากความเชื่อ เชื่อในคุณภาพ เชื่อในความคงทน เชื่อในการบริการ เป็นต้น แต่การเชื่อในการทำธุรกิจที่ให้มากกว่าผลกำไร เป็นสิ่งที่พูดได้ง่าย แต่การแปรเปลี่ยนจากความเป็นนามธรรมมาสู่ความเป็นรูปธรรมแล้วเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก นอกจากนี้ผู้วิจัยมีทัศนะต่อสิ่งดังกล่าวว่า หากเพลินวานมุ่งแต่การทำธุรกิจโดยการให้มากกว่าผลกำไรแล้วธุรกิจอาจไปไม่รอด แต่ในขณะเดียวกัน หากมุ่งทำธุรกิจโดยไม่ได้มุ่งหวังเพื่อผลกำไรแล้วคงอยู่ได้ไม่ยืนยาวและยังยืนดังนั้นการหาจุดลงตัวโดยการสอดประสานผลประโยชน์ของเพลินวานจึงน่าจะเป็นคำตอบที่ดูจะมีเหตุผลมากที่สุดที่ทำให้เพลินวานอยู่ได้มาจนปัจจุบันนี้ เพลินวานพยายามบอกให้สังคมรับรู้ถึงการให้ การคืนกำไรให้กับสังคม ผวนกับการใช้ของรีไซเคิล แต่ทว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่ได้สะท้อนความเป็นเพลินวานมากนัก หากแต่เป็นการสะท้อนถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจในแง่ของ CSR (Corporate Social Responsibility) มากกว่า หรือแม้กระทั่งการให้ การทำบุญ ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงแนวคิดของ CSR ไปได้เช่นกัน

ในแง่หนึ่ง เพลินวาน ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มทุนที่เป็นชนชั้นกลาง ซึ่งชนชั้นดังกล่าวถูกมองว่าเป็นชนชั้นที่ไม่มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ชนชั้นกลางมักจะไม่มีตัวตนโดดเด่นหรือเป็นที่ยอมรับของสังคมเท่าใด ดังนั้นความพยายามในการสร้างอัตลักษณ์บางอย่างเพื่อให้สังคมรับรู้ว่ามี “มีฉัน” และ “ฉัน” ก็มีพื้นที่ในสังคมซึ่งจะทำให้คนรู้จักตัวตนของชนชั้นกลางมากยิ่งขึ้น ความที่ต้องการที่จะมีที่ยืนในสังคมจึงเป็นสิ่งที่ต้องสร้างความแตกต่างขึ้นมา (ถ้าไม่แตกต่างก็ไม่โดดเด่น) ซึ่งนอกจากตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่ชนชั้นกลางสร้างขึ้นแล้วการเป็นที่ถูกกล่าวถึงก็มีส่วนที่ทำให้ชนชั้นกลางดังกล่าวสามารถสร้าง “สร้างสถานะ” บางประการทางสังคมขึ้นมาได้ และแน่นอนเป็นอย่างยิ่งว่าสิ่งสำคัญคือ การสลายความหมายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น งานวัดไม่จำเป็นต้องจัดที่วัดเสมอไป สถานที่

แลกคูปองถูกแทนที่ด้วยโรงรับจำนำ บาร์ในบรรยากาศสมัยก่อนแต่มีเพลงในร่วมสมัย เป็นต้น สิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนสลายความหมายเดิมที่มีอยู่ในขณะเดียวกันก็สร้างความหมายใหม่ขึ้นมาพร้อม ๆ กัน

ทั้งนี้คงไม่มีคำตอบที่เป็นการยืนยันอย่างแน่ชัดว่า เพลินวาน เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองสิ่งใด ซึ่งคำตอบดังกล่าวขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคนมากกว่า แต่ผู้วิจัยกลับเชื่อว่าเพลินวานน่าจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการทำธุรกิจมากกว่า ด้วยเหตุผลที่ว่า หากเราลองเปรียบเทียบ เพลินวาน ณ วันนี้ กับเพลินวาน เมื่อ ห้าปีก่อน แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ณ วันนี้ เพลินวานขยายตัวเองออกไปสู่การตั้งโรงแรม ซึ่งทำให้มองได้ว่า เพลินวานคงตั้งใจทำเป็นโครงการที่มีความต่อเนื่องในส่วนขยาย มองผิวเผินแล้วเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือตลาดสามชุกแล้ว โดยเฉพาะกรณี ตลาดสามชุก ซึ่งตั้งมานานเป็นร้อยปี ณ ปัจจุบันก็ยังคงแบบเดิม ๆ ไว้ โดยไม่มีอะไรที่เปลี่ยนแปลงไปมาก ไม่ได้มีส่วนขยายเฉกเช่นเดียวกับ เพลินวาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเกิดขึ้นของเพลินวานที่มาจากความเชื่อนั้นถูกมองไปได้ว่าเชื่อในการทำธุรกิจเสียมากกว่า

แต่ไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุผลใดก็ตาม เพลินวาน ในปัจจุบันที่มีรูปแบบการดำรงตนของการประกอบสร้างความเป็นอดีตขึ้นมาล้วนมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพลินวาน อาจจะไม่มีคุณค่าในแง่ของประวัติศาสตร์ แต่เพลินวานอาจจะมีประโยชน์ในแง่ของกรณีศึกษาทางการตลาด ณ วันนี้ เพลินวานอาจจะประสบความสำเร็จ แต่ไม่ว่าจะอีก ห้าปี สิบปี ข้างหน้า ชื่อของเพลินวานอาจจะเลือนหายไปก็เป็นได้ หากเพลินวานหายไป ก็อาจจะใช้เป็นกรณีศึกษาได้แต่หากเพลินวานยังอยู่ยังยืนยง เพลินวานอาจจะเป็นการสร้างประวัติศาสตร์รูปแบบใหม่ในยุคของการบริโภคนิยมก็เป็นได้ ทั้งนี้เป็นสิ่งที่น่าศึกษาและน่าติดตามเป็นอย่างยิ่งว่าการประดิษฐ์แบบ เพลินวาน จะสามารถสร้างบทพิสูจน์ของชนชั้นกลางได้หรือไม่ว่าจะสามารถสร้างอัตลักษณ์และพื้นที่ทางสังคมให้กับตนเองได้มากน้อยเพียงใด

เพลินวาน เป็นกรณีตัวอย่างที่น่าสนใจโดยผู้วิจัยได้หยิบยกมาเป็นกรณีศึกษาซึ่งความน่าสนใจดังกล่าวนี้มีอยู่หลายประเด็นคือ ปัจจัยในการสร้าง วิธีการ และ องค์ประกอบในการประกอบสร้างซึ่งโดยพื้นฐานแล้วผู้วิจัยเชื่อว่ามีแตกต่างจากการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของที่อื่น ๆ เช่น การสร้างตลาดน้ำ ด้วยเหตุผลที่ว่า เพลินวาน เองไม่มีการอ้างอิงถึงเรื่องราวหรือสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนของพื้นที่หัวหิน แต่อาศัยการอ้างอิงว่ามีหรือเคยมีสิ่งเหล่านี้ และสิ่งที่เกิดขึ้นในเพลินวานนั้น ก็หาใช่ว่าจะ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในหัวหินมาก่อน เช่น เทศกาลงานวัด แก้วอืดผสมสมัยก่อน ผัดไทโบราณ เฉาก๊วยโบราณ โปสเตอร์แผ่นหนัง เป็นต้น นอกจากนี้การสร้างพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวานนอกจากจะถูกสร้างขึ้นด้วยคำว่าโบราณ (เพื่อให้ดูเก่า) แล้วแต่สิ่งที่เกิดขึ้นกลับไม่ได้เก่าหรือย้อนอดีตที่เกิดขึ้น เช่น เพลิน บาร์ บริเวณชั้นสอง แทนที่จะนำเสนอบทเพลงสมัยก่อน เช่น สุนทราภรณ์ กลับเสนอบทเพลงสมัยใหม่ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้น ก็มีการจัดกิจกรรมเพลินวานกับความรัก ในเดือนกุมภาพันธ์ ดวงชะตาพาเพลิน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความย้อนแย้งที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของเพลินวาน

4.6 เพลินวาน: การสร้างพื้นที่แบบมีกลยุทธ์

การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวานเป็นการสร้าง “พื้นที่” ที่มีวิธีการจัดวางรูปแบบอย่างมีขั้นตอนและกระบวนการ เป็นการผสมผสานความจริงกับโลกจินตนาการโดยมีสิ่งก่อสร้างและอาณาบริเวณที่เป็นพื้นที่จริง ๆ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเที่ยวชมได้ สิ่งที่เกิดขึ้นของเพลินวานจัดได้ว่าเป็นการก้าวข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมและเป็นการผสมผสานทั้ง ดิสนีย์แลนด์ ราชามิวเซียม หมู่บ้านจำลองโบราณในญี่ปุ่น ที่นำมาผสมกับบริบทความเป็นท้องถิ่นของไทยจนก่อให้เกิดการปะทะ ต่อรอง โต้แย้ง แข่งขันทางวาทกรรมที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ (newness) ขึ้น อีกทั้งยังเป็นการผสมผสานกลายพันธุ์ (hybrid) จนนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่าง จนทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ไม่หยุดนิ่ง (dynamic) และมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ใช้กลยุทธ์คำว่า โบราณ คำว่า “โบราณ” เป็นคำที่มีความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554, น. 689) ว่า มีมาแล้วช้านาน เก่าก่อน เช่น อักษรโบราณ หนังสือโบราณ หรือ มีความหมายอีกนัยว่า เก่า เก่าแก่ ไม่ทันสมัย เช่น แพทย์แผนโบราณ ของโบราณ คนหัวโบราณ เป็นต้น ทั้งนี้จะสามารถพบเห็นคำว่าโบราณตั้งแต่แรกเดินเข้ามาในพื้นที่ของเพลินวาน ได้แก่ **เจ้าก๊วยโบราณ** ที่ตั้งวางอยู่ตรงบริเวณทางเดินเข้าข้างในด้านซ้ายมือ ซึ่งตั้งวางอยู่บนรถเข็นที่ประกอบขึ้นเพื่อตั้งวางเจ้าก๊วยโดยแบ่งเป็นช่องต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกชมหรืออุดหนุนได้ ทั้งนี้ภาชนะที่มาใส่เจ้าก๊วยดังกล่าวเป็นโหลแก้วที่นิยมใช้กันมากในแถบต่างจังหวัด และด้านบนรถเข็นก็เป็นฝาปิดแบบพับเพื่อกันสิ่งสกปรกเข้าไปในสินค้าหรืออีกนัยหนึ่งฝาปิดดังกล่าวสามารถกักเก็บความเย็นที่มาจากน้ำแข็งให้คงสภาพความเย็นไว้และละลายช้าลง ซึ่งภาชนะดังกล่าวเหล่านี้มักจะไม่ค่อยพบเห็นมากนักในสังคมเมือง แต่ในต่างจังหวัดโดยเฉพาะตามเทศกาลงานต่าง ๆ เช่น งานวัด ยังสามารถพบเห็นได้อยู่



ภาพที่ 4.12 แสดงร้านขายเจ้าก๊วยโบราณและร้านน้ำตาลปั่น

ประกอบกับการจัดวางพื้นที่บริเวณด้านข้างด้วยรถจักรยานสองล้อถีบสมัยก่อนที่ปัจจุบันแทบจะไม่พบเห็นแล้ว เพื่อให้ความหมายของคำว่าโบราณ มีความขลังและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากสภาพดังกล่าวยังสามารถพบเห็นขนมชนิดหนึ่ง ที่วางจำหน่ายอยู่บริเวณด้านข้าง เป็นขนมที่ทำมาจากน้ำตาลโดยถูกตั้งชื่อว่า “**เพลินวาน น้ำตาลปั้น**” โดยขนมดังกล่าวทำมาจากน้ำตาลมากวนจนข้น เหนียว สามารถปั้นเป็นรูปต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ในกล่องสีน้ำตาลหน้าคนปั้นนั้นจะมีภาชนะสำหรับใส่น้ำตาลกวนที่ละลายจนข้นในภาชนะคล้าย ๆ กระทะที่มีขนาดย่อม มีหลายช่อง เพื่อที่จะบรรจุน้ำตาลกวนต่าง ๆ ในการเพิ่มสีสัน ทั้งนี้ด้านใต้กระทะดังกล่าวจะมีมีเตาขนาดเล็กบรรจุไว้เพื่อให้ความร้อนแก่น้ำตาลกวนตลอดเวลา เพื่อให้น้ำตาลละลายและสามารถได้ปั้นเป็นรูปต่าง ๆ ได้

ผัดไท โบราณ ผัดไทเป็นอาหารที่ถือได้ว่าสามารถหาทานได้ทั่วไปได้ไม่ยากนัก แม้ว่าในสังคมเมืองที่คลาคล่ำไปด้วยผู้คนและความเร่งรีบ หากแต่ว่าการสรรหาอาหารที่ประกอบหรือต่อท้ายด้วยคำว่าโบราณ แล้วดูเหมือนจะทำให้อาหารชนิดดังกล่าวดูมีความเอร็ดอร่อยขึ้นมาในทันที เช่นเดียวกันกับผัดไทโบราณ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของเพลินวาน นอกจากผัดไทโบราณแล้ว ยังมีร้านค้าที่เป็นรถเข็น (Kiosk) เช่นร้านก๊วยฮ่ายโบราณ ร้านขนมถังเต๋มสูตรโบราณ ร้านสาเลาะปิสสูตรโบราณ เป็นต้น

ประการที่สอง ใช้กลยุทธ์ของการ ตีความหมายใหม่ การสร้างความหมายใหม่ที่เกิดขึ้น ได้แก่ เรื่องของเทศกาล “งานวัด” ที่ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นที่ “วัด” เสมอไป สามารถเกิดที่ไหนก็ได้ (ห้างสรรพสินค้าก็สามารถจัดได้เช่นกัน หากมีพื้นที่ที่เพียงพอ) ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ในบริเวณลานเพลิน ให้เป็นพื้นที่ที่มีบรรยากาศคล้ายกับเทศกาลงานวัด มีชิงช้าสวรรค์ มีหนังกางแปลง และมีเกมส์ต่าง ๆ เช่น ยิงปืน ปาโป่ง แต่เพลินวานยังขาดสิ่งหนึ่งที่เป็นสีสันของเทศกาลงานวัดไป คือ “ม้าหมุน” ม้าหมุน เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งมักจะขาดไม่ได้ในเทศกาลงานวัด ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวสามารถเล่นได้ทุกเพศ ทุกวัย ไล่ไปตั้งแต่เด็กจนผู้ใหญ่ ผู้หญิง ผู้ชาย สามารถเล่นได้หมด เป็นกิจกรรมที่เล่นเป็นรอบ โดยผู้เล่นขึ้นไปนั่งบนสัตว์ที่เราชื่นชอบ จากนั้นพอเริ่มเล่นสัตว์ที่เรานั่งดังกล่าวก็จะถูกดันขึ้นและกดลงพร้อมทั้งหมุนไปรอบ ๆ ตามวงที่ถูกจัดไว้ เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างสีสันได้เป็นอย่างมากในงานวัด ทั้งนี้การสร้างนิยามของคำว่า “เทศกาลงานวัด” ขึ้นมาใหม่ว่าเป็นงานวัดที่ไม่จำเป็นต้องจัดที่วัดเสมอไป การสลายนิยามพร้อมทั้งสร้างความหมายใหม่ดังกล่าวเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางความคิดของยุคหลังสมัยใหม่ (postmodern) ที่ได้สลายเส้นแบ่งของพื้นที่ดังกล่าวระหว่าง “พื้นที่วัด” กับ “พื้นที่ทั่วไป” ให้มารวมกันได้ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวไม่ว่าจะเรียกว่า พื้นที่ที่สาม (third space) หรือระหว่างพื้นที่ (in between space) (Bhabha, 1994) ก็ตาม ล้วนแสดงให้เห็นถึงสถานะที่เปิดโอกาสให้เกิดการปะทะ ตอรอง โต้แย้ง แข่งขันทางวาทกรรมที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ (newness) ขึ้น จากร่องรอยของความพยายามที่จะสร้างความเชื่อมต่อระหว่างอดีตกับปัจจุบันและอนาคตให้เป็นเส้นเดียวกัน ซึ่งนอกจากจะเป็นพื้นที่ของการปะทะ ตอรอง และโต้แย้งแล้ว พื้นที่เหล่านี้ยังแสดงให้เห็นถึงความหมายบางอย่างที่ถูกตีความใหม่ด้วยเช่นกัน

สิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนของการสร้างความหมายใหม่หรือการตีความที่เกิดขึ้น ได้แก่ การแลกเปลี่ยน เพื่อนำมาเล่นเครื่องเล่นต่าง ๆ โดยผู้ที่เล่นในกิจกรรม หรือเกมส์ต่าง ๆ นั้นจะต้องไปแลกเปลี่ยนซึ่งสถานที่จำหน่ายคูปองนั้นอยู่ในบริเวณที่คล้ายกับ “โรงรับจำนำ” ทั้งนี้เพลิวนาน นำความหมายของการแลกเปลี่ยนมาตีความหมายใหม่โดยให้ความหมายของการแลกเปลี่ยนนั้นว่า เป็นการนำ เงิน มาจำนำเพื่อแลกกับคูปอง (แทนที่จะนำของมาจำนำเพื่อแลกกับเงินที่ได้รับ) โรงรับจำนำดังกล่าวยังถูกแทนด้วยตัวหนังสือภาษาจีน แทนที่จะเขียนเป็นคำภาษาไทยว่า “โรงรับจำนำ” ทั้งนี้ตัวหนังสือภาษาจีนดังกล่าวเมื่อแปลเป็นภาษาไทยแล้วจะมีความหมายตรงกับภาษาไทยว่า “โรงรับจำนำ” ความตั้งใจในการใช้ตัวหนังสือภาษาจีนนั้น แสดงให้เห็นถึง โรงรับจำนำ เป็นกิจการที่ถูกริเริ่มมาจากคนจีนที่แพร่เข้ามาสู่ประเทศไทย การสร้างความหมายดังกล่าวจะเป็นที่น่าสนใจและสร้างความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

นอกจากแล้ว พื้นที่ของเพลิวนาน ยังเป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยโลกของความหมายและการตีความใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ตัวอักษร ภาษา เทศกาล หรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงการตีความ และถูกนำมาประดิษฐ์ให้เกิดคำและความหมายใหม่ ๆ ขึ้น เช่น ตัวอักษรที่ใช้ในพื้นที่เป็นตัวอักษรที่ใช้ในยุคสมัยหนึ่ง ในปัจจุบันแทบจะไม่เคยพบการใช้ตัวอักษรดังกล่าว ดังเช่น คำว่า แม่โขง ที่ถูกนำมาประดิษฐ์เป็นคำใหม่ว่า “พ่อโขง” โดยการเขียนตัวหนังสือเลียนแบบคำว่า “แม่โขง” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในช่วงยุคสมัยหนึ่งตัวหนังสือ สไตล์การเขียนเป็นแบบดังกล่าว หรือ ยาน้ำสตรีเพ็ญภาค ก็ถูกประดิษฐ์คำขึ้นใหม่ให้คล้ายของเดิมเป็น “ยาน้ำสตรีสภาค” หรือ แป้งน้ำสมัยก่อนที่เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก ที่ชื่อว่า “มองเล่เยะ” ก็ถูกนำมาประดิษฐ์เป็นคำใหม่ขึ้นว่า “มอง เล่ อัย ยะ” นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ในสมัยก่อนที่ชื่อว่า “ผงวิเศษตรา ร่มชูชีพ” ที่เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากใช้ รักษาสิ่ว ทาหน้า รักษาแผล และประโยชน์อีกสารพัด บรรจุอยู่ในซองสีเหลี่ยมสี่เหลี่ยม มีตราสัญลักษณ์เป็นร่มชูชีพ ก็ถูกนำมาประดิษฐ์ในใส่คำพูดใหม่แต่ยังเป็นโลโก้สีเหลี่ยมผืนผ้าดังเดิม เป็น “ผงวิเศษ เป็นยาบำรุงหัวใจ” เป็นต้น

การสร้างความหมายใหม่ของเพลิวนาน นอกจากสามารถที่จะอธิบายผ่านวิธีคิดของการสร้างวัฒนธรรมภายใต้สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้แล้ว การเกิดขึ้นของพื้นที่ดังกล่าวของเพลิวนานสามารถอธิบายได้ถึงการเกิดขึ้นของ พื้นที่ที่สาม (third space) อันเป็นการผสมผสานทั้งความเก่ากับความใหม่ จินตนาการกับความเป็นจริง บริบทโลกกับบริบทท้องถิ่น พิพธิภรณ์กับความมีชีวิต ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าว เป็นพื้นที่ที่แสดงให้เห็นการผสมผสานในขณะเดียวกันก็พยายามสร้างอัตลักษณ์บางอย่างให้เกิดขึ้น การนำเข้าทางความคิดในรูปแบบจำลองของหมู่บ้านญี่ปุ่น หรือดิสนีย์แลนด์ พิพธิภรณ์ราเมงนั้น ล้วนถูกตีความและสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้น เช่น เป็นพิพธิภรณ์ที่มีชีวิต เป็นการผสมผสาน (hybrid) ที่ผนวกรวมความโดดเด่นของแต่ละแห่งแล้วนำมาสร้างเป็นพื้นที่ใหม่ขึ้นมา เป็นพื้นที่แห่งความย้อนแย้งที่เกิดขึ้น แต่ก็ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

ประการที่สาม ใช้กลยุทธ์ของการผสมผสานแบบย้อนแย้ง

การผสมผสานที่เกิดขึ้นของเพลินวาน เป็นการผสมผสานจากบริบทโลกที่เกิดจากแนวคิดเรื่อง หมู่บ้านโบราณในญี่ปุ่น ดิสนีย์แลนด์ ราเมงมิวเซียม ทั้งนี้แม้ว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ที่เป็นที่มาของต้นธารทางความคิดที่เกิดขึ้น แต่สิ่งเหล่านี้ก็หาได้ปรากฏขึ้นอย่างเด่นชัดในพื้นที่ของเพลินวาน โดยเพลินวานเองเป็นเสมือนภาพจำลองของหมู่บ้านแบไทย (ที่ไม่ใช่แบบญี่ปุ่น) เพลินวานถูกสร้างขึ้นบนฐานคิดของความจริง (มิใช่จินตนาการแบบ สัตว์ พุดได้) และเพลินวานเองก็เป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ซื่อซายได้จริง (ไม่ได้เป็นเพียงแค่ตั้งโชว์) สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านั้นในเพลินวานแสดงให้เห็นถึง การนำเข้าสู่ทางความคิดแต่สิ่งที่ปรากฏบนโลกของความเป็นจริง เป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นวิถี ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย เช่น วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมเรื่องเพลง วัฒนธรรมการแต่งกาย ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นโดยเฉพาะในพื้นที่ของลานเพลินที่จัดเป็นกิจกรรมงานวัด พนักงานจะแต่งตัวเป็นเสื้อลายดอก สีสดใส และมีการปะแป้งที่ใบหน้าแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมความรื่นเริง สนุกสนาน

นอกจากนี้บริเวณชั้นสอง โชนหน้าสุดที่ชื่อว่า เพลิน เพลิน บาร์ พื้นที่ดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นให้เหมือนโรงเหล้าในสมัยก่อน ทั้งนี้คำว่า บาร์ (bar) นั้นความหมายใกล้เคียงกับคำในภาษาอังกฤษอยู่หลายคำ อาทิ saloon, tavern, nightclub, pub เป็นต้น ทั้งนี้ บาร์ หรือ ผับ มีลักษณะที่ตรงกันอย่างหนึ่งคือ เป็นสถานที่ที่มีการขายเหล้า นอกจากจะมีเหล้าแล้วยังมีเสียงดนตรีด้วย (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 3) การจัดพื้นที่ดังกล่าวให้ดูเป็นผับ บาร์ ดังเช่นในอดีต แต่ดนตรี หรือ บทเพลงที่เล่นนั้นกลับเป็นบทเพลงร่วมสมัย (แทนที่จะเล่นเพลงไทยเดิม หรือสุนทราภรณ์ ให้เข้ากับบรรยากาศ) อันแสดงให้เห็นการสร้างควมหมายอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นคือ ความเก่าสามารถอยู่ร่วมกับความเป็นสมัยปัจจุบันได้ ความย้อนแย้งที่เกิดขึ้นดูจะเป็นความย้อนแย้งที่เกิดขึ้นพร้อมกับการสร้างมิติที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งสองยุค คือยุคสมัยที่เกิดมาทันกับบรรยากาศดังกล่าว (น่าจะเป็นช่วงราว ๆ ทศวรรษที่ 2490) ในขณะที่นักท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ก็สามารถนั่งฟังเพลงร่วมสมัยไปในบรรยากาศอดีตได้เช่นกัน ความย้อนแย้งที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นสิ่งที่ดูเหมือนจะเข้ากันหรือไปกันไม่ได้ แต่เมื่อปรากฏขึ้นบนโลกของความเป็นจริงแล้วกลับได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งซึ่งความย้อนแย้งที่ปรากฏขึ้นเหล่านี้เป็นความย้อนแย้งมักปรากฏขึ้นในรูปของความหมายและสัญลักษณ์

แม้กระทั่งการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นของเพลินวานก็มีความย้อนแย้งเกิดขึ้นเช่นกัน เช่น กิจกรรมเพลินวานกับความรักที่จัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ โดยกิจกรรมดังกล่าวได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศโดยในวันที่ 14 เดือนกุมภาพันธ์ ของทุกปีจะเป็นวัน วาเลนไทน์ หรือวันแห่งความรัก หรือกิจกรรม dog festival ในเดือนกันยายน และ กิจกรรม ดวงชะตาพาเพลินในเดือนตุลาคมก็ดูจะไม่สอดคล้องกับพื้นที่ของเพลินวาน ทั้งนี้กิจกรรมที่เกิดขึ้นยังไม่รวมถึงการจัดมินิคอนเสิร์ตที่มีศิลปินร่วมสมัยมาแสดง ความย้อนแย้งที่เกิดขึ้นดูจะเป็นการสร้างวัฒนธรรมแบบผสมผสาน ซึ่งการผสมผสาน

วัฒนธรรมดังกล่าวจะสอดคล้องไปกับวิธีการสร้างวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง กล่าวคือ ลักษณะของชนชั้นกลางไทยนั้นมีความหลากหลาย (heterogeneity) และภายในชนชั้นกลางเองมีการแตกตัว (fraction) มากมาย เนื่องจากชนชั้นกลางในสังคมไทยเป็นชนชั้นที่แทรกตัวขึ้นมาใหม่ระหว่างชนชั้นผู้นำหรือชนชั้นปกครองกับชนชั้นที่ถูกปกครอง การเกิดขึ้นดังกล่าวที่ดูจะไม่น่ามีความมั่นคงมีการเอนเอียงและปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงทำให้สถานภาพทางสังคมและอัตลักษณ์ของชนชั้นนี้มีความไม่แน่นอน ดังนั้นชนชั้นดังกล่าวนี้จึงพยายามที่จะพัฒนารูปแบบชีวิตใหม่ ๆ ให้กับชนชั้นตนเอง ด้วยวิธีการเปิดรับวัฒนธรรมอื่น ๆ ในทุกรูปแบบ ซึ่ง นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของชนชั้นกลางไว้อย่างชัดเจนในงานเรื่อง วัฒนธรรมของชนชั้นกลางไทย ซึ่งชนชั้นกลางก็มีความย้อนแย้งในตัวเองเช่นกัน

ประการที่สี่ ใช้กลยุทธ์ทางสื่อ

ทั้งนี้ในยุคปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) คงยากที่จะปฏิเสธได้ว่าสื่อต่าง ๆ ที่ถูกผลิตขึ้นในสังคม มักจะมีบทบาทและความสำคัญกับวิถีชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ สื่อทางสังคม (social media) เหล่านี้ได้รุกคืบและมีบทบาทมากเกี่ยวกับชีวิตความเป็นส่วนตัวของเรา มากขึ้น ในกรณีของเพลินวาน เป็นกรณีที่เราเห็นได้ค่อนข้างชัดเจนเป็นอย่างมาก ในเรื่องดังกล่าว เอกเล่าให้ผู้วิจัยฟังเกี่ยวกับความสำเร็จของเพลินวานว่า

“ลูกค้าที่มาจากเพลินวานได้บอกต่อ ๆ กันและบางส่วนก็นำไปโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ ถ้าเข้าไปดูจะพบว่ามีคนพูดถึงเราเยอะมาก ส่วนใหญ่ก็จะกล่าวถึงความประทับใจที่มีต่อเพลินวานพร้อมทั้งแสดงความชื่นชอบและความประทับใจที่เกิดขึ้น” (เอก, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2557)

นอกจากสิ่งที่เอกกล่าวเกี่ยวกับเรื่องของการนำเรื่องราวของเพลินวานไปบอกเล่าขยายความต่อกันในสังคมออนไลน์แล้ว ในช่วงระยะเวลาของการเปิดตัวใหม่ ๆ ของเพลินวาน (ปลายปี พ.ศ. 2552) เพลินวานก็ถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากเช่นกัน ดังตัวอย่างการโพสต์ข้อความในสื่อสังคมช่วงเพลินวานเปิดตัวใหม่ ๆ

“ร้านนี้คนประจวบฯชอบขับเลยเพราะเลย4แยกวังไกลกังวลมา 500 เมตร ติด ๆ กับร้านแป๊ะกายภาพบำบัด ป้ายร้านแป๊ะใหญ่มาก ๆ เด่นกว่าเพลินวานซะงั้น ผมไปมาเมื่อ 5/5/52 ครึ่งเคาบอกว่าเปิดอย่างเป็นทางการไปเมื่อ 30/4/52 ผมคุยกับคุณเปิ้ล ผู้หญิง ตัวเล็ก ๆ อธิษาศัยดีมาก ๆ ด้านหลังจะทำห้องพักแค่ 20 ห้อง เค้าจะรวบรวมของอร่อย ๆ มาไว้ที่นี่เพื่อให้คนที่อยากจะหนีความแออัดจากตัวเมืองหัวหินอะครับ สำหรับแนวของร้านนี้คือเข้ามาแล้วเหมือนหยุดเวลาเอาไว้ตอนเรายังเป็นเด็ก ๆ เหมือนเรื่องแฟนฉัน วันเดียว กันนั้นก็เจอ พี่ต๋อ ศุภกร กับ น้องอุ้ย แฟนสาว น่ารักมาก และก็เจอน้อง บัวชมพู ฟอร์ด ด้วยมากะเพื่อน ๆ กลุ่มใหญ่ ลืมบอกไปเจ้าของร้าน ชื่อคุณ ก้อย เป็น... กับ น้อง พิม ซาซ่า หุหุ (ญ+ญ) ผมชอบทุกร้านของเค้านะ ชื่อของเล่นมา 3 ชั้น เสื่อยัดไข่ 4 ตัว

โพสการ์ด 8 ใบ หมดไป พันกว่าบาท แะก็ ยาตอง อ้อสะพายควาย กับ ม้ากระต๊อบโรง อย่างละเป็ก ๆ ละ40บาท ร้านเหล้าปิดเที่ยงคืน ร้านอื่น ๆ 2 หุ่มเอง มะแนใจ 6 โมงรีปาว มีร้านกาแฟ ร้านเสื้อไหม ไไล ร้านของเล่น ร้านน้ำมะเน็ด ร้านอาหาร เออ ส้มบอกไป ร้านนี้มา 2 ชั้นเดินเล่นเพลิน ๆ ได้เลย” ความคิดเห็นที่ 59 จากคุณ:ไฮบิวรี (ไฮบิวรี) [7 พ.ค. 52 15:27:14] อ้างอิงจาก pantip.com

“ครับผม ผมก็ชอบเหมือนกันครับ คุณเจลาติน เพลินวานมีเพลงของตัวเองด้วยนะครับ ไม่ทราบรู้อย่างไร ชั้ร้องโดยบุรินทร์ กรูฟไรเดอร์ครับแต่งขึ้นมาใหม่ วันเปิดงานมีละครเพลง เล็กด้วย นะครับ มีน้อต 3 สาวซาซ่า 3ใบเถารุ่นเดอะด้วยครับ พิธีกรในงานเป็นคุณ ตั๊ยตั๊ย ครับผม” ความคิดเห็นที่ 46 จากคุณ : guitarfino [6 พ.ค. 52 12:26:00] อ้างอิงจาก pantip.com

ข้อความต่าง ๆ ที่โพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาดังกล่าว (พ.ศ. 2552) ที่มาจากนักท่องเที่ยวได้แสดงให้เห็นถึงความนิยมของเพลินวานในช่วงเวลานั้นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเว็บเพจของ pantip.com ที่มีการโพสต์ข้อความและรูปถ่ายกันเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยตีความเรื่องดังกล่าวว่า ในขณะนั้น (พ.ศ. 2552) เป็นช่วงที่เริ่มมีกระแสของการโยกหาอดีต โดยที่ก่อนที่เพลินวานจะได้รับความนิยมนั้นมีการกล่าวถึง ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กันเป็นจำนวนมากในโลกออนไลน์ ประกอบกับการโพสต์รูปต่าง ๆ ลงในสื่อสังคม เช่น เฟสบุ๊ก อินสตราแกรม เป็นต้น กระแสความนิยมดังกล่าวได้เป็นการจุดประกายให้การโยกหาอดีตเริ่มกลับมาอีกครั้ง ซึ่งเรื่องดังกล่าวก็ได้รับการยืนยันเช่นกันว่า “เพลินวาน เองเกิดขึ้นมาพร้อมกับกระแสของการโยกหาอดีต ซึ่งเป็นการเกิดขึ้นอย่างถูกที่ถูกเวลาพอดี ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าทำไมเพลินวานจึงได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน” (มนตรี ชูภู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557)

ดังจะเห็นได้ว่าทั้งในระยะเริ่มแรกที่เปิดดำเนินการใหม่ ๆ ก็มีการช่วยแนะนำสถานที่ดังกล่าวแบบปากต่อปากดังที่เอกได้กล่าวถึง จนมาถึงปัจจุบันก็มีการบอกกล่าวกันผ่านโซเชียล เช่นเดิมแต่รูปแบบการบอกต่อกันนั้นอาจมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปวิธีการดังกล่าวเป็นการสร้างกระแสรูปแบบหนึ่ง นอกจาก เพลินวาน จะใช้กลยุทธ์ทางสื่อสังคม (social media) ทางเว็บไซต์แล้ว เพลินวานยังมีการประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่น (มีรถประชาสัมพันธ์) กลยุทธ์ทางการตลาดถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการประกอบสร้างของเพลินวาน ทั้งนี้จากการลงพื้นที่หลายครั้งที่ผ่านม พบว่า แทบจะไม่เห็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพลินวานมีเพียงการโฆษณาตามข้างรถโดยสารขนาดเล็กที่วิ่งอยู่ในอำเภอหัวหินเท่านั้น



ภาพที่ 4.13 แสดงรถที่ติดป้ายประชาสัมพันธ์เพลินวาน

นอกจากนี้แล้ว มีการใช้ช่องทางในการทำการตลาดโดยการใช้วิธีปากต่อปากและใช้สื่อทางโซเชียล (social media) ระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเองโดยมีการลงข้อความและคำแนะนำที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นตัวอย่างดังนี้

“เริ่มตั้งแต่สถานที่จอดรถ ที่มีพนักงานคอยบอกอำนวยความสะดวก แต่มีค่าจอดรถแค่ 40 บาท แล้วเดินเข้าตลาดเพลินวานทางด้านหลัง เราไปวันที่ 30/12/14 ผู้คนไม่ค่อยเยอะ เพลินวานเป็นตลาดย้อนยุคน่าจะประมาณยุค 60-70 ส่วนใหญ่เน้นไปทางของกินเล่นเป็นส่วนใหญ่ ของกินบางอย่างที่ไม่เคยรู้จัก สามารถหาได้ที่นี่ เราชิมหลายร้านเหมือนกัน แต่อาหารเราว่าไม่อร่อย โชนด้านหลังเป็นแนวของเล่นเหมือนงานวัดอย่างสอยดาว สาว (ไม้) น้อยตกน้ำ ปาปอง สำหรับเรารู้สึกไม่ประทับใจกับที่นี่” (อ้างอิงจาก trip advisor, 10 มกราคม 2558)

“เพลินวาน อยู่ไม่ไกลจากพระราชวังไกลกังวล หัวหิน ที่นี่จำลองบรรยากาศเป็นแบบตลาดเก่าในสมัยก่อน โดยแต่ละร้านก็จะมีตกแต่งแบบย้อนยุคให้เข้ากับบรรยากาศร้านพ่อแม่ ที่น่าสนใจก็มีร้านถ่ายรูปสมัยก่อน ซึ่งสามารถไปถ่ายได้จริง ค่าจะทำรูปแบบสมัยก่อนให้เรา คลาสสิกดีนะค่ะ นอกจากนั้นก็ยังมีร้านอาหาร ขนมรุ่นพ่อแม่ที่สมัยนี้ไม่ค่อยเห็นมีขายซักเท่าไร พวกขนมสายไหม ขนมเบี๊ยะ ขนมดังเม มีโชนที่จำลองบรรยากาศงานวัดด้วย ก็จะมีพวกปาโป่ง ปาเป้า สนุกดีค่ะ เหมือนกลับไปเป็นเด็กอีกครั้งเลย ใครยังไม่เคยมาที่นี่แนะนำให้มานะค่ะ” (อ้างอิงจาก trip advisor, 7 กันยายน 2557)

“ถ้าใครไปเพลินวาน แล้วคิดว่าสิ่งที่คุณเห็นนั่นเป็นสิ่งที่คุ้นเคย ขอเดาเลยว่าคุณต้องอายุ 25 ขึ้นไปแน่ ๆ จริงมั๊ยคะ ไปทุกครั้งก็ทำให้นึกถึงสมัยที่ยังมีร้านโชห่วย อยู่ข้างบ้าน นั่งเป่าลูกโป่งจากหลอดเล็ก ๆ กลิ่นเหม็น ๆ เคี้ยวหมากฝรั่งกล่องบุหรืรูปแมว หอมอร่อย หยอดเหรียญ หมุนไข่เอาแหวน มาใส่ นั่งเล่นตุ๊กตากระดาษ ไม่ว่าอะไรก็

ตามที่คุณอาจหาไม่ได้จากห้างสรรพสินค้าสมัยนี้ ถ้าไปเพลินวาน เราจะได้พบมันและได้คุยกับเพื่อน ถึงชีวิตแสนสุขในวัยเด็ก” (อ้างอิงจาก trip advisor, 26 กุมภาพันธ์ 2557)

ตัวอย่างรีวิวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพลินวานที่โพสต์ลงใน trip advisor ที่ผู้วิจัยคัดลอกมาข้างต้นนั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงการกระจายข่าวในโซเชียลมีเดีย (social media) ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากรีวิวส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยได้สืบค้นมามักจะเป็นการบอกเล่าถึงว่า เพลินวาน คืออะไรและมีอะไรบ้าง น่าสนใจขนาดไหนแต่ก็มีบ้างที่รีวิวเหล่านั้นยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน เช่น รีวิวที่บอกว่ามีพนักงานคอยโบกรถอำนวยความสะดวก ซึ่งแท้จริงแล้วสถานที่จอดรถเหล่านี้ไม่ใช่ของเพลินวาน การที่ผู้คนส่วนใหญ่เข้ามาอ่านรีวิวต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ว่าจะเป็น trip advisor, pantip, sanook ก็ตามล้วนทำให้คนเหล่านี้มีข้อมูลและการรับรู้เพลินวานส่วนหนึ่งแล้วว่าเป็นอะไรและอยู่ที่ไหน

แต่ทว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นจะมีข้อเท็จจริงหรือมีที่มาที่ไปอย่างไรนั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นมีมิติและความสัมพันธ์กันอย่างไร ประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงเกี่ยวกับเพลินวานไม่ว่าจะเป็น การใช้กลยุทธ์ของคำว่าโบราณก็ดี การผสมผสานแบบย้อนแย้งก็ดี การสร้างความหมายใหม่ก็ดี รวมไปถึงกลยุทธ์ทางสื่ออื่น ล้วนเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างพื้นที่เพื่อให้ความน่าสนใจและเพื่อให้พื้นที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป อย่างไรก็ตามความน่าสนใจหลังจากพื้นที่ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นอย่างมีกลยุทธ์แล้ว พื้นที่ดังกล่าวจะมีรูปแบบ กระบวนการ วิธีการ ในการสร้างพื้นที่อย่างไรจะมีความคล้ายคลึงหรือมีความแตกต่างจากการสร้างพื้นที่อื่น ๆ หรือไม่ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจและต้องการศึกษาโดยจะศึกษาในรายละเอียดต่อไป

4.7 สรุปท้ายบท

สิ่งที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในบทนี้คือการบอกเล่าเรื่องราวของเพลินวานผ่านลักษณะทางกายภาพรวมไปถึงสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ด้วยพื้นที่ราว 2 ไร่เศษที่ถูกสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ทางจินตนาการจนเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พื้นที่เพลินวานเป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นด้วยเหตุผลหลายประการ ด้านหนึ่งเพลินวานถูกสร้างขึ้นในเชิงธุรกิจ กล่าวคือเป็นพื้นที่สร้างโดยมีการวางแผนแบบมีกลยุทธ์ โดยเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีการศึกษาทั้งความเป็นไปได้ของโครงการ มีการหาข้อมูล และมีการวิเคราะห์อย่างละเอียด ซึ่งการสร้างพื้นที่ดังกล่าวเป็นการสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ (product differentiation) ในขณะที่อีกด้านหนึ่งเพลินวานถูกสร้างให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม ที่พยายามสร้างอัตลักษณ์และสร้างพื้นที่ทางสังคมขึ้นมา ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่

ทางสังคมเป็นพื้นที่ที่ชนชั้นกลางมีอยู่ไม่มาก ดังนั้นจึงทำให้ชนชั้นกลางพยายามสร้างพื้นที่เหล่านี้ขึ้นในสังคม

ทั้งนี้สิ่งที่ผู้วิจัยกล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนั้นมีลักษณะบางประการที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ของเพลินวาน มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไปทั้งในแง่ของการสร้างความหมาย การใช้กลยุทธ์การสร้างวาทกรรม ซึ่งความต่างจะเป็นเช่นไรนั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยละเอียดในบทถัดไป อย่างไรก็ตามความแตกต่างดังกล่าวทำให้พื้นที่ของเพลินวานมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าพื้นที่ดังกล่าวมีกระบวนการสร้างพื้นที่และการสร้างความหมายอย่างไร เรื่องราวที่เกิดขึ้น เช่น งานวัด ความสุข ความสนุกสนาน เหล่านี้ถูกสร้างขึ้นพร้อมกับการลบล้างพื้นที่ว่าเป็นพื้นที่ของความทุกข์และสนุกสนานนั้น จะมีความสอดคล้องหรือแตกต่างอย่างไรกับการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ใช้พื้นที่ดังกล่าวแล้วมีการถอดรหัสและสร้างความหมายดังกล่าวอย่างไร โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาข้อมูลภาคสนามทั้งฝั่งของผู้ผลิตและฝั่งของผู้บริโภคโดยละเอียดเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความเหมือนหรือความแตกต่าง

อย่างไรก็ตามความน่าสนใจของเพลินวานไม่ได้มีเพียงแค่บริบทของการสร้างพื้นที่ทางกายภาพเท่านั้น การประกอบสร้างพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวานยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในมิติทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยภายในพื้นที่ดังกล่าวจะประกอบไปด้วย ประเพณี วัฒนธรรม เช่น เทศกาลงานวัด วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการแต่งกาย เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนี้ล้วนเกิดขึ้นอย่างมีบริบทที่สัมพันธ์และสอดคล้องกัน ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาและแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของบริบทดังกล่าวโดยละเอียดต่อไป ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าวจะเป็นการศึกษาข้อมูลภาคสนามโดยนำเทคนิคที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงไว้ในบทแรกมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้เห็นกระบวนการ ปัจจัย และ องค์ประกอบในกระบวนการสร้างพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวาน

บทที่ 5

กระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวาน

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอเรื่องกระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวานโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นสองส่วนคือ **ส่วนแรก** จะเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับกระบวนการสร้างพื้นที่เชิงกายภาพ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนรวมไปถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตนำมาใช้ในการประกอบสร้างเพลินวาน (จะเป็นส่วนของการลงรหัส (encode)) โดยในส่วนแรกจะประกอบไปด้วยหัวข้อย่อยสองหัวข้อคือ 1) วัตถุดิบและต้นทุนการผลิต ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ และ 2) จากวัตถุดิบสู่การออกแบบและกระบวนการผลิต ทั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาประเด็นดังกล่าวผ่านข้อมูลเชิงเอกสาร ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และสังเคราะห์ **ส่วนที่สอง** จะเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการใช้พื้นที่และการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยว (จะเป็นส่วนของการ ถอดรหัส (decode)) โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะศึกษาโดยการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเพลินวานตามกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยจะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลนั้นจะแบ่งเป็น 5 กลุ่มย่อยตามช่วงอายุ อันได้แก่ กลุ่มที่หนึ่ง นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี กลุ่มที่สอง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี กลุ่มที่สาม นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มที่สี่ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี และกลุ่มที่ห้า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยผู้วิจัยจะนำเทคนิค การสัมภาษณ์เดี่ยว การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ในลำดับถัดไป

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเกี่ยวกับ มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ในบทที่ 2 นั้น แสดงให้เห็นว่าการศึกษาเรื่องพื้นที่ถูกแบ่งแยกออกเป็นการศึกษาในหลายมิติ คือ พื้นที่ทางกายภาพ (physical space) พื้นที่ทางสังคม (social space) และพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก (mental space) (Dear, 1997) พื้นที่ทางกายภาพที่ดูจะเป็นมิติที่ปรากฏให้เห็นในแง่ที่สัมผัสได้จากภายนอก ในขณะที่พื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจกนั้นเป็นพื้นที่ที่อยู่ภายในภายใต้ความคิดที่มีความแตกต่างกันของแต่ละคน ทั้งนี้พื้นที่ที่มีความน่าสนใจและผู้วิจัยนำมาเป็นประเด็นในการศึกษาผ่านงานวิจัยชิ้นนี้คือ พื้นที่ทางสังคม กล่าวคือ พื้นที่ทางสังคม เป็นพื้นที่ที่เปรียบเสมือนตัวกลางของปฏิบัติการทางสังคมที่มีลักษณะอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความหมายแฝงอยู่ในตัว หรือกล่าวอีกนัยได้ว่า พื้นที่ทางสังคมคือเวทีที่เกิดการกระหว่างกันทางสังคม เป็นการปะทะ ประสานกันและก่อให้เกิดการสร้างความหมายอยู่ตลอดเวลา พื้นที่ใดมีการปะทะประสานกันมากก็ย่อมมีการไหลเวียนแลกเปลี่ยน (สนับสนุน) และผลิตซ้ำทางความหมายมากกว่าพื้นที่ที่ไม่ได้มีการปะทะ ประสานกัน (Yoshimi, 1992, p. 137)

พื้นที่เหล่านี้เป็นผลผลิตทางวัตถุในลักษณะความสัมพันธ์กับผลผลิตทางวัตถุอื่น ๆ รวมทั้งผู้คน ผู้ซึ่งเกี่ยวข้องอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมที่ถูกกำหนดไว้ (ในเชิงประวัติศาสตร์) ซึ่งได้นำรูปร่าง หน้าที่ และความหมายทางสังคมมาสู่ตัวพื้นที่ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้พยายามชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว Castells (1999) เป็นหนึ่งในนักวิชาการที่ศึกษาเรื่องพื้นที่ โดยพยายามชี้ให้เห็นว่า พื้นที่คือสิ่งที่เกิดขึ้นจากพลวัตของวัตถุซึ่งเกิดขึ้นโดยผ่านการกระทำหรือปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ ของผู้คน ซึ่งในเชิงทฤษฎีแล้วจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีวัตถุและวัตถุนั้นถูกจัดระเบียบให้เป็นระบบความสัมพันธ์ โดยการกระทำทางสังคมของมนุษย์ ซึ่งการจัดระเบียบดังกล่าวจะก่อให้เกิดพลวัตและความหมายทางสังคมของพื้นที่แห่งนั้น หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “พื้นที่คือเวทีหรืออาณาบริเวณแห่งหนึ่งที่อนุญาตให้มีปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ นานาเกิดขึ้นมาได้อย่างพร้อม ๆ กันซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อเป็นการประสานรวมหรือแลกเปลี่ยนกันทางวัตถุในสังคม การกระทำดังกล่าวย่อมก่อให้เกิดเป็นระบบความสัมพันธ์ในลักษณะสังคมขึ้นมาบนพื้นที่แห่งนั้น” (Castells, 1999, p. 411)

เพลินวาน: พื้นที่ปฏิบัติการเชิงความหมาย (spatial practice)

ด้วยนัยยะดังกล่าวทำให้เห็นว่า พื้นที่ เป็นปฏิบัติการที่เกิดขึ้นโดยมีระบบความสัมพันธ์ในรูปของกระบวนการ มีการปะทะ ประสาน ต่อรอง และสร้างความหมาย อยู่ตลอดเวลา ซึ่งในประเด็นดังกล่าวอาจมองได้ว่า พื้นที่ เป็นสิ่งที่มีชีวิต (live) มีความเคลื่อนไหวและมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นพื้นที่ในเชิงสังคม จึงค่อนข้างมีความแตกต่างเป็นอย่างมากกับมิติของพื้นที่เชิงกายภาพและพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก อย่างไรก็ตามพื้นที่ในความหมายเชิงสังคมได้กลายมาเป็นประเด็นที่น่าสนใจและนำไปศึกษาต่อของนักวิชาการอีกหลายท่าน เช่น Henri Lefebvre และ David Harvey เป็นต้น ทั้งนี้ Lefebvre ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ทางการผลิต โดย Lefebvre เสนอว่า ความสัมพันธ์ทางการผลิตของพื้นที่ทางสังคมสามารถวิเคราะห์ได้จาก 1) โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เป็นที่มาของอำนาจในการสถาปนาความสัมพันธ์ทางสังคม 2) การใช้เวลาและการใช้สถานที่ในชีวิตประจำวันของผู้คน ตลอดจนปฏิสัมพันธ์ของคนที่มาใช้พื้นที่ 3) ความหมาย/รหัสหมายที่ผู้คนให้กับพื้นที่ ซึ่งความหมายของพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากผู้ที่มีอำนาจในการสถาปนาความหมายมีหลายกลุ่ม ในหลายสถานการณ์ ความหมายต่อพื้นที่จึงมีทั้งที่เสริมซึ่งกันและกัน และความหมายที่ขัดแย้งกัน (Lefebvre, 1991, pp. 158-164)

“พื้นที่” ของเพลินวานถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทที่มีความหมายไปมากกว่าแค่มิติทางกายภาพ โดยพื้นที่ดังกล่าวจัดเป็นพื้นที่ทางสังคมรูปแบบหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ทั้งนี้พื้นที่ทางสังคมดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์ทางการผลิต ซึ่งความสัมพันธ์ทางการผลิตนี้เองที่เป็นสิ่งเชื่อมโยงเรื่องของการใช้เวลาและการใช้สถานที่ในชีวิตประจำวันของผู้คน ตลอดจนปฏิสัมพันธ์ของคนที่มาใช้พื้นที่ ซึ่งทำให้นิยามหรือความหมายของคำว่า “พื้นที่” มีความหมายที่

แตกต่างไปจากความหมายทางกายภาพ ดังนั้นการสร้างคำอธิบายในเชิง “พื้นที่” ของเพลินวานในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้สร้างคำอธิบายถึงสถานการณ์ ปรากฏการณ์ รวมไปถึงการใช้พื้นที่ (ของนักท่องเที่ยว) เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าว

ทั้งนี้ เพลินวาน ถูกสร้างขึ้นมาให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง อันประกอบไปด้วย ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น ของกิน ของใช้ ของเล่น ซึ่งของต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีคำอธิบายและมีความหมายในตัวเอง ซึ่งสิ่งของเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึง วัฒนธรรม บางอย่างที่สามารถแม้ว่าจะไม่ได้มีคำอธิบายได้อย่างชัดเจนแต่ก็สะท้อนให้เห็นว่าในช่วงระยะเวลาหนึ่งมีวัฒนธรรมและการใช้ชีวิตรวมไปถึงรสนิยมบางอย่างเกิดขึ้น เช่น แก้วน้ำตมในสมัยก่อนที่วางแสดงไว้ที่บริเวณชั้นสอง แก้วใบมวน ทรงขาตาที่ตั้งไว้บริเวณชั้นล่างหน้าร้านฤดูกล เป็นต้น สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ถูกนำมาประกอบสร้างขึ้นใหม่ภายในพื้นที่ของเพลินวาน อันแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ดังกล่าวถูกประกอบสร้างขึ้นมาให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ของเพลินวาน ในแง่ของการสร้างวัฒนธรรม จะมีความหมายแบบไม่หยุดนิ่งหรือตายตัว ดังนั้นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง (created) และถูกสร้างขึ้นใหม่ (recreated) อยู่ตลอดเวลาผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้นวัฒนธรรมดังกล่าวจึงมีความเป็นพลวัต (dynamic) และมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

5.1 กระบวนการสร้างพื้นที่เชิงกายภาพ (encode)

ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับเพลินวานในบทที่ผ่านมาทำให้ทราบถึงความเป็นไปเกี่ยวกับเพลินวานได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะลงรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการและขั้นตอนในการสร้างพื้นที่ของเพลินวาน อันประกอบไปด้วยเทคนิคและวิธีการที่หลากหลายซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากในแต่ละขั้นแต่ละตอนนั้นมีรายละเอียดเป็นเช่นไร ทั้งนี้กระบวนการในการสร้างพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวาน นั้นค่อนข้างที่มีลักษณะเฉพาะตัวและมีความแตกต่างจากการสร้างพื้นที่ทั่วไป เช่น ตลาดน้ำ กล่าวคือ พื้นที่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง อันได้แก่ ตลาดน้ำหัวหิน และตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม นั้นมีการสร้างพื้นที่โดยมีการอ้างอิงกับภาพของตลาดน้ำที่เกิดขึ้นในอดีต เช่น มีสภาพบรรยากาศของเรือ คลอง และมีสินค้า ขนม ผลไม้ มาวางขายในเรือ ซึ่งจะแตกต่างจากพื้นที่ของเพลินวาน เป็นอย่างมาก เพลินวาน ไม่มีการอ้างอิงถึงภาพหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์เหล่านี้ เพลินวานถูกสร้างขึ้นจากการออกแบบโดยทีมงานที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศซึ่งทีมงานดังกล่าวสามารถสร้างสรรค์งานดังกล่าวออกมาอย่างน่าสนใจ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงกระบวนการในการประกอบสร้างพื้นที่ของเพลินวาน โดยจะเป็นการศึกษาเชิงวิเคราะห์ผ่านการค้นคว้าข้อมูลเอกสารประกอบกับข้อมูลที่ได้รับจากการลงพื้นที่โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 วัตถุดิบและต้นทุนการผลิต ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ

ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยนำเข้าเป็นสิ่งที่เหมือนวัตถุดิบที่ถูกป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้สอดคล้องกับสิ่งที่ Lefebvre ได้ทำการขยายมณฑลความหมายของคำว่า การผลิต ออกไปได้ไกลถึง ความรู้ ภาษา และ สัญลักษณ์ เช่นเดียวกันกับการผลิตทางอุตสาหกรรม ซึ่ง Lefebvre เสนอว่าการผลิตทางสังคมมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ คือ (Lefebvre, 1991, p. 77) หนึ่ง พลังทางการผลิต (force of production) ซึ่งหมายถึง พลังที่นำมาใช้ในการผลิต พลังนี้เป็นผลของความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเพียงธรรมชาติ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แต่เป็นผลของความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเพียงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับความรู้-เทคโนโลยี อุดมการณ์ และข้อมูลข่าวสาร และสอง ความสัมพันธ์ทางการผลิต (relation of production) ซึ่งเป็นตัวกำหนดกระบวนการผลิตตลอดจนกระบวนการบริโภค การแบ่งแรงงาน (division of labor) ว่าใครจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่ อย่างไร ทั้งสองส่วนนี้รวมเรียกว่าวิธีการผลิต (mode of production) ซึ่งมีทั้งระบบทุนนิยมที่ควบคุมโดยรัฐ (state capitalism) สังคมนิยม (state socialism) และอาจเป็นวิธีการผลิตแบบที่เรียกว่า การจัดพื้นที่แบบรวมหมู่ (collective management of space)

ในกรณีของเพลินวาน พลังการผลิต (productive force)¹ ดังกล่าว นอกจากจะมี แรงงานมนุษย์ เครื่องจักร และเทคโนโลยี แล้ว สิ่งสำคัญที่เพิ่มเติมเข้ามาคือเรื่องของทุนวัฒนธรรมและความรู้ในรูปของ “ข้อมูล” ทั้งนี้แหล่งที่มาข้อมูลในกรณีดังกล่าวนี้มาจากสองแหล่งใหญ่ ๆ ที่สำคัญคือ ข้อมูลที่มาจากต่างประเทศ และ ข้อมูลที่มาจากภายในประเทศ แหล่งของข้อมูลที่มาจากต่างประเทศดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปในบทที่ผ่านมาว่ามาจากไหนบ้าง ดังเช่น ดิสนีย์แลนด์ พิพิธภัณฑ์ราเมฆ หมู่บ้านโบราณที่ญี่ปุ่น ประกอบกับข้อมูลที่มาจากภายในประเทศเช่น ตลาดน้ำดำเนินฯ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก เป็นต้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากพื้นที่ต่าง ๆ เหล่านี้ในทัศนะของผู้วิจัยแล้วผู้วิจัยมองว่ายังเป็นวัตถุดิบที่ถูกนำมาเป็นต้นทุนทางการผลิต โดยวัตถุดิบเหล่านี้เป็นข้อมูลเป็นข้อมูลที่ถูกต้องเลือก คัดสรร มาเป็นบางส่วน การจำเพาะเจาะจงบางพื้นที่ เช่น ดิสนีย์แลนด์ พิพิธภัณฑ์ราเมฆ หมู่บ้านโบราณที่ญี่ปุ่น เป็นการแสดงให้เห็นถึง การคัดเลือกพื้นที่ที่มีทั้งอ้างอิงจากของจริงที่มีในอดีต (เช่นหมู่บ้านเอโดะ พิพิธภัณฑ์) และ พื้นที่ทางจินตนาการ (ดิสนีย์แลนด์, สัตว์พูดได้ เป็นต้น) ดังนั้นแหล่งที่มาดังกล่าวจึงมีทั้งการอ้างอิงของจริงที่มีในอดีตและพื้นที่ทางจินตนาการที่เกิดขึ้นบนโลกความจริง

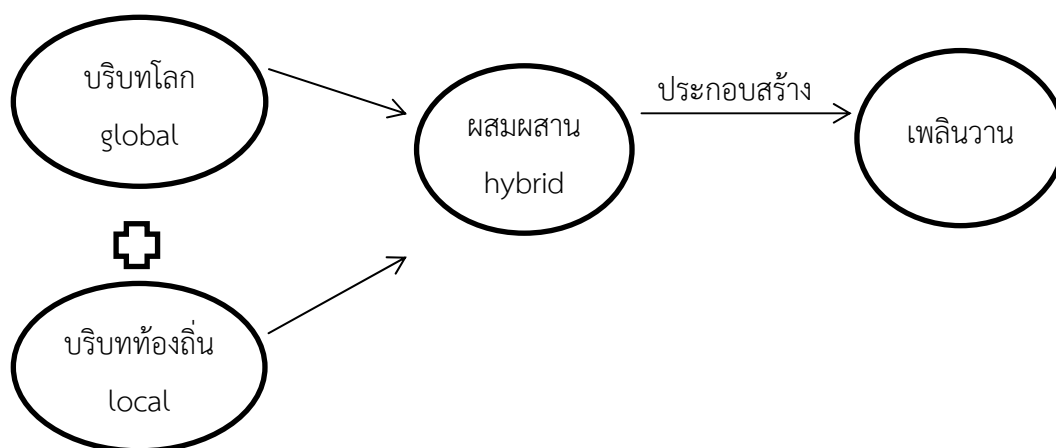
¹ คำว่า พลังการผลิต (production force) นี้หมายถึง กิจกรรมของมนุษย์ในการผลิตที่จะใช้เครื่องมือ (tool) ใช้เครื่องจักร ใช้เทคโนโลยี ใช้ความรู้ความสามารถ/ทักษะของแรงงานมนุษย์ และมีส่วนประกอบย่อย 3 ส่วน อันได้แก่ แรงงานมนุษย์ เครื่องจักร เทคโนโลยี (Knuttila, 2002, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 62)

ทั้งนี้จากการตีความผู้วิจัยพบว่า อดีต ที่เกิดขึ้นของเพลินวานถูกหยิบยืมมาจากหลายช่วงเวลา ทั้งในช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ช่วงยุค พ.ศ. 2499 ช่วงยุค ดิสโก้ (แสงไฟระยิบระยับ) เป็นต้น การหยิบยืมเอาอดีตของช่วงเวลาดังกล่าวของเพลินวานมักจะหยิบยืมมาเป็นบางส่วน จากการให้สัมภาษณ์ของเอกและตุนที่ว่า

เริ่มแรกของเพลินวาน นั้นเกิดมาจากเจ้าของที่นี่ (คุณก้อย) เป็นคนที่รักความเป็นไทย เค้าไปได้แรงบันดาลใจมาจากการที่ได้ไปเที่ยวที่หนึ่งที่ชื่อว่า Ramen Museum ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งพอไปเห็นแล้วรู้สึกเลยว่าอยากทำอะไรให้คนไทยได้มีอะไรที่เหมือนกับที่ญี่ปุ่น แต่จะให้อยู่ได้ดินนั้นคงเป็นไปไม่ได้ อยู่บนผิวดินนี้แหละและมีแรงบันดาลใจอีกที่หนึ่งคือ Disneyland คือเมื่อเราเดินเข้ามาในเพลินวาน เหมือนกับเราหลุดเข้ามาอีกโลกหนึ่ง (สัมภาษณ์, 7 ก.พ. 2557)

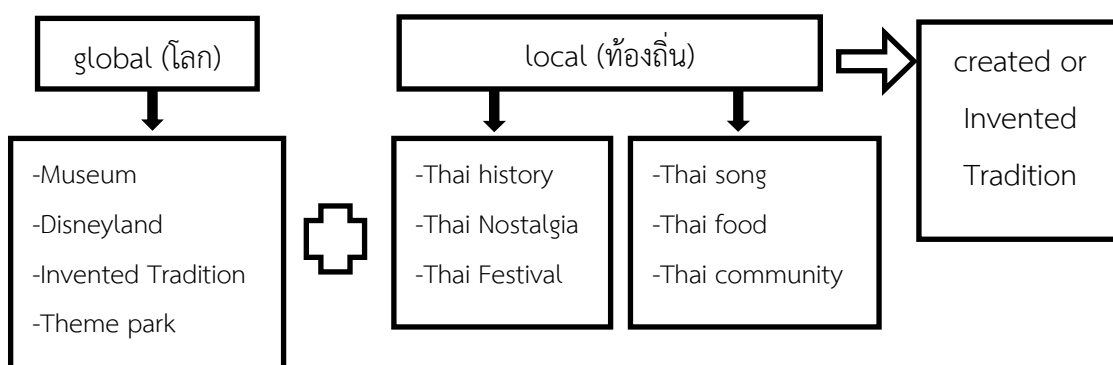
บทสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยตีความได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่เมืองไทยนั้นไม่เพียงพอ จึงทำให้ชนชั้นกลางที่เป็นกลุ่มทุนจำเป็นต้องเดินทางไปต่างประเทศเพื่อหาข้อมูลหรือทุนทางวัฒนธรรมเพิ่มเติมเพื่อสร้างแนวคิดและมุมมองใหม่ในการประดิษฐ์ อย่างที่กล่าวไว้ตั้งแต่ต้นว่าชนชั้นกลางไม่ได้มีวัฒนธรรมที่เป็นของตนเองอย่างชัดเจน ดังนั้นชนชั้นกลางจึงได้หยิบยืมวัฒนธรรมพื้นบ้าน (folk culture) มาจากชาวบ้าน ทั้งนี้หากชนชั้นกลางต้องการนำเสนอด้วยรากของวัฒนธรรมดังกล่าว (ที่หยิบยืมมา) จึงอาจดูไม่ค่อยน่าสนใจ ซึ่งกรณีของเพลินวาน ไม่ได้นำเสนอเพียงแค่วัฒนธรรมพื้นบ้านเพียงเท่านั้นแต่ยังมีการหยิบยืมเอาวัฒนธรรมและแนวคิดต่างถิ่นเข้ามาเพื่อใช้ในการผสมผสานให้เป็นสูตรผสมของตนเอง จากข้อมูลการสัมภาษณ์ดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นวัตถุดิบอีกหนึ่งก่อนที่เป็นข้อมูลที่ได้มาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศญี่ปุ่นที่ถูกหยิบยืมมาใช้อย่างมากมาย ทั้ง มิวเซียม ดิสนีย์แลนด์ หมู่บ้านที่ญี่ปุ่น

นอกจากนี้สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่าจากแนวคิดดังกล่าวที่ดูจะเป็นที่มาที่ไปของเพลินวานว่ามีจุดกำเนิดและก่อตัวขึ้นมาได้อย่างไรแม้ว่า เพลินวานจะถือกำเนิดขึ้นด้วยรูปแบบและอัตลักษณ์ที่แสดงออกของวิถีความเป็นไทยในอดีต แต่ก็ได้รับอิทธิพลทางความคิดจากบริบทโลก (global) เช่นกัน ซึ่งเรื่องราวดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นผ่านการบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของก้อยหรือเอก เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้เป็นอย่างดีว่า เพลินวาน เป็นการผสมผสาน (hybrid) และหลอมรวมสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบริบทต่าง ๆ จนกลายมาเป็น เพลินวาน ดังที่เห็นในปัจจุบัน สิ่งที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงที่มาที่ไปของแหล่งข้อมูลของเพลินวานนั้น เมื่อนำมาเขียนเป็นแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นสามารถเขียนเป็นแผนภาพดังกล่าวได้ดังนี้ คือ



ภาพที่ 5.1 แสดงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของวิธีการในการประกอบสร้างเพลิวนาน

จากแผนภาพดังกล่าวอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกรณีของเพลิวนาน ได้ดังนี้ เพลิวนาน เกิดขึ้นจากการผสมผสาน (hybrid) และหลอมรวมสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบริบทต่าง ๆ ทั้งนี้ สิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนั้นเป็นการรวมกันระหว่าง global และ local ซึ่งการผนวกรวมดังกล่าวนี้ได้อาศัยความเป็นไทยและประวัติศาสตร์ที่มีอยู่ในพื้นที่ของหัวหินเป็นส่วนผสมเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น ซึ่ง เพลิวนาน เองก็พยายามที่จะรวบรวม และนำเสนอถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นทั้งที่ หัวหินเอง หรือ อดีตในยุคสมัยที่มีเรื่องราวที่กล่าวขานกันเป็นอย่างมาก (เช่น ช่วง พ.ศ. 2499 เป็นต้น) โดยเรื่องราว และความเป็นมาต่าง ๆ มักจะถูกหยิบยกขึ้นมาแล้วนำมาใช้ในการประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ เพลิวนาน เองไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากสุญญากาศ (มีที่มาที่ไปรวมไปถึง เรื่องราวที่เคยเกิดขึ้นในอดีตของแต่ละช่วงเวลา เช่น ตู้อิทธิพลลักษณะทรงกลมสีแดง จักรยาน ของเด็กเล่น) และไม่ใช่เกิดจากจินตนาการ เพียงอย่างเดียว (เช่น ตัวการ์ตูนในดิสนีย์แลนด์) ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นจึงมีที่มาที่ไป โดยเรื่องราวต่าง ๆ ได้ถูกนำมาประกอบสร้างและผลิตซ้ำ (repetition) ขึ้นในปัจจุบัน สิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดดังกล่าวนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ แล้วสามารถนำเสนอได้ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 5.2 แสดงที่มาขององค์ประกอบของแต่ละบริบท

สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า อิทธิพลของ บริบทโลก อันได้แก่ พิพิธภัณฑ์ สวนสนุก อิมปาร์ค ถูกนำมาเป็นส่วนผสมที่ทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ขึ้นมาใหม่โดยหลอมรวมเข้ากับ ความเป็นท้องถิ่น อาทิ ความเป็นประวัติศาสตร์ การโยกย้ายอดีต เทศกาลของไทยในยุคสมัยก่อน หรือ วิถีชีวิตชุมชนในอดีต ซึ่งเกิดขึ้นโดยชนชั้นกลาง ที่ได้แสดงให้เห็นถึง การสร้างวัฒนธรรมที่ไม่มีรากเหง้า การสร้างวัฒนธรรมแบบตัดแปะ และเป็นสิ่งที่พยายามหยิบยืมมาจากส่วนต่าง ๆ ที่ผ่านมาในแต่ละยุค สมัย ดังนั้นจึงเป็นหนทางที่ ชนชั้นกลางดังกล่าวนำมาสร้างโดยผ่านรูปแบบดังที่เห็น สิ่งที่เกิดขึ้น ดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นที่ เฟลิวาน แห่งเดียวเท่านั้น ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ล้วน วิธีการประกอบสร้างที่คล้ายคลึงกันเพียงแต่จะใช้บริบทใดที่มากน้อยต่างกัน สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวผู้วิจัย มิมุมมองที่แตกต่างบางประการตรงที่ การดึงเอาบริบทโลก (global) เข้ามาเป็นส่วนผสมในการสร้าง เฟลิวาน ผู้วิจัยมองว่าอาจทำให้เฟลิวานดูมีความเป็นสากลมากขึ้น (การมี ramp สำหรับคนพิการ การทำให้พิพิธภัณฑ์มีชีวิต) ในขณะที่ความน่าสนใจอยู่ตรงที่ความเป็นความเป็นท้องถิ่น (local) ที่ นำเอาความเป็นไทยในแง่มุมต่าง ๆ เข้ามาเป็นส่วนผสม

ทั้งนี้การดึงเอาวัฒนธรรมดังกล่าวเข้ามาผสมผสานนั้นเป็นการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการปรับตัวหรือผสมผสานเข้าหากันอย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา ตามทฤษฎีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมนั้น โฮมี บาบ่า (Homi Bhabha) ผู้ซึ่งเสนอความคิดว่า โดยธรรมชาติแล้วไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียวแต่ทุกวัฒนธรรมจะมี ลักษณะเป็นแบบพหุทาง (hybrid) หรืออีกนัยหนึ่งไม่มีวัฒนธรรมใด ๆ ที่จะสมบูรณ์ในตัวเอง แต่ทุก วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา กระบวนการผสมผสานข้าม สายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองและสร้างสรรค์ ความหมายใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกแห่งวัฒนธรรม (Bhabha, 1990) ดังนั้นกระบวนการ ผสมผสานข้ามวัฒนธรรมในแต่ละบริบทได้ทำให้เกิดความแตกต่าง (different) และความหลากหลาย

(diverse) ต่อไปเรื่อย ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง สิ่งที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นว่าไม่สามารถหาอะไรที่บริสุทธิ์ผุดผ่องได้บนโลกความเป็นจริง ทุกอย่างย่อมมีการผสมผสานกันอยู่ตลอดเวลา อันทำให้เห็นถึงความเป็นพลวัต (dynamic) ที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับกรณีของเพลิวานความชัดเจนในเรื่องการผสมผสานที่เกิดขึ้นแม้จะไม่ได้เป็นการผสมที่เป็นไปในลักษณะของชาติพันธุ์ แต่การผสมดังกล่าวเป็นการผสมที่ข้ามวัฒนธรรม ทั้งนี้เนื่องจากการผสมดังกล่าวไม่มีสัดส่วนการผสมที่ระบุไว้ว่าต้องมีปริมาณเท่าใด แต่การผสมในแบบการผสมแบบพันทาง (hybrid) ของ โฮมี บาบานั้น สามารถอธิบายกรณีที่เกิดขึ้นของเพลิวานได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามแนวคิดของ บาบานั้นที่ผู้วิจัยหยิบยกขึ้นมาสามารถอธิบายได้ถึงวิธีการที่เกิดขึ้นว่ามีรูปแบบและกระบวนการผสมผสานอย่างไร ซึ่งในงานของฮอบส์บอว์มไม่ได้กล่าวถึงเรื่องดังกล่าว ฮอบส์บอว์ม กล่าวเพียงว่าประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มชนชั้นนำในสังคม (elite) ที่ทำการคัดสรร (selection) วัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมของสังคมในอดีตมาตีความหมายใหม่ (redefined) เพื่อเป้าหมายในการสร้างความรู้สึกร่วมกัน (sense of belonging) โดยสิ่งที่เลือกสรรขึ้นมานั้นต้องเป็นภาพตัวแทนที่นำไปสู่การต่อยอดความชอบธรรมทางการเมืองของกลุ่มที่ได้ผลประโยชน์ด้วย ดังนั้นแม้ว่าประวัติศาสตร์จะมีหลายเหตุการณ์ หลายเรื่องราว แต่มีเฉพาะบางเหตุการณ์ บางบุคคล บางวัฒนธรรม เท่านั้นที่ถูกคัดเลือกขึ้นมาเล่าพร้อมกับมีการปรับแต่งให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นดังเช่นกรณีของเพลิวานที่ผู้วิจัยได้หยิบยกขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา

5.1.2 จากวัตถุดิบสู่ การออกแบบ และกระบวนการผลิต

ดังที่ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นไปแล้วว่า ข้อมูล เป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่นำมาใช้ในการผลิตและการสร้างพื้นที่ของเพลิวาน จากข้อมูลดังกล่าวเพียงอย่างเดียว เพลิวาน ไม่สามารถถือกำเนิดเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมบนโลกความเป็นจริงได้ ดังนั้นขั้นตอนต่อไปซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญและเป็นหัวใจของการสร้างพื้นที่เชิงกายภาพของเพลิวาน คือขั้นตอนของการออกแบบ ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวมีรายละเอียดและกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้พื้นที่ของเพลิวานเป็นพื้นที่ที่เริ่มจากความไม่มีอะไรเลย มีแต่ความว่างเปล่า ไม่มีการอ้างอิงทางมิติของประวัติศาสตร์ทั้งของพื้นที่หัวหิน แทบจะเรียกได้ว่าเพลิวานมีจุดเริ่มต้นจากจุดที่เป็นศูนย์หรือเป็นที่ดินเปล่าเลยทีเดียว

หลังจากผมกลับมาจาก Singapore ใหม่ ๆ เริ่มเปิดออฟฟิตผมและปราง (ภรรยา) มีโอกาสได้รู้จักกับคุณก้อย และทำงานร่วมกัน โดยเริ่มจากการทำแค่ทำภูมิสถาปัตย์เกี่ยวกับการจัดสวนภายในบ้านคุณก้อย จนขยายต่อไปถึงการสร้างบ้านหลังใหม่ เป็นบ้านขนาดใหญ่ที่อยู่ร่วมกัน 5 ครอบครัว ทำอยู่นานพอสมควร ก็เลยมีความสนิทสนมกันทั้งคุณก้อยและคนในครอบครัว จนคุณก้อยเห็นว่าเราสามารถ fit โจทย์ที่ยากลงไป

ในพื้นที่ไม่ใหญ่มากได้ กระทั่งที่ทำงานนี้ละครับที่ คุณก้อยตัดสินใจงานชิ้นนี้ (เพลินวาน) มาคุยกับเรา ประมาณ 3 ปี ที่เรารู้จักกันและ สนทนากันเหมือนเพื่อน พอในช่วงนั้นจะมีการโปรโมทเรื่อง creative economy สิ่งที่คุณในตอนนั้นคือจะทำอย่างไรให้จับใจคนก่อนเป็นลำดับแรก คุณก้อยมาคุยกับเราว่าเค้ามีความฝัน เค้าอยากทำงานวัด นี่คือการเหตุการณ์ในช่วงระหว่างกำลังทำบ้านอยู่ และก็ไม่ได้คิดว่าจะมีโปรเจกต์แบบนี้มาก่อน ผมก็ไม่ได้มองภาพไว้ล่วงหน้าว่าจะกลายเป็นอะไร เหมือนมีโจทย์แล้วค่อย ๆ หาข้อมูลไปเรื่อย ๆ ก่อน เริ่มต้นจากงานวัด เค้าบอกว่ามีที่ของครอบครัวอยู่แปลงหนึ่งอยากจะทำงานวัด เราก็บอกว่างานวัดก็ได้ เราช่วยวางแผน ความเข้าใจของเราคือ เป็นงานชั่วคราว มีเครื่องเล่น มีร้านค้า ในลักษณะที่เป็นชั่วคราว (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

คำให้สัมภาษณ์ของ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์² สถาปนิกผู้ออกแบบเพลินวานแสดงให้เห็นถึงที่มาที่ไปของเพลินวานว่ามีจุดเริ่มต้นจากตรงไหนและเริ่มต้นจากสิ่งใด ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เพลินวาน เองถือกำเนิดขึ้นจากความฝัน จินตนาการ แต่เป็นความฝันและจินตนาการที่มีที่มาที่ไปเกี่ยวกับเรื่องของ งานวัด มีเรื่องราวของความเป็นอดีตที่เป็นความสุขสนุกสนาน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวว่า เทศกาลงานวัด ซึ่งปกติจะเป็นเทศกาลที่จัดขึ้นที่วัด แต่ถ้าเทศกาลงานวัดไม่ได้เกิดขึ้นที่วัดแล้วจะเป็นเช่นไร ซึ่งดูจะมีความน่าสนใจอยู่ไม่น้อย น่าจะเป็นอะไรที่มีความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่หัวหินที่จะสอดคล้องกับ creative economy ที่เป็นกระแสที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว



ภาพที่ 5.3 แสดงพื้นที่เดิมของที่ดินที่มีลักษณะเป็นแนวยาวคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวของเพลินวาน
อ้างอิงจาก: port folio ของ คุณ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ สถาปนิกผู้ออกแบบ เพลินวาน

² รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ มีชื่อเล่นว่า หนุ่ย ซึ่งผู้วิจัยจะเรียกชื่อเล่นดังกล่าวในช่วงการสัมภาษณ์

ทั้งนี้จากจุดเริ่มต้นดังกล่าวที่เป็นเพียงการนำที่ดินมาคุยกันว่ามีลักษณะแบบไหน และเป็นอย่างไร ผนวกรวมกับความฝันในเรื่องของงานวัด ที่ประกอบไปด้วยความสุข ความสนุก และความทรงจำที่ดี ๆ ในวัยเด็กจึงเป็นจุดเริ่มต้นของที่มาที่ไปของ โปรเจกต์ชิ้นนี้ หลังจากมีโจทย์ดังกล่าว แล้วคุณหนูและทีมงานก็ช่วยกันคิดและตีความคำว่า งานวัด ว่ามีความหมายอย่างไรในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งต้องอธิบายว่าในช่วงแรก ๆ นั้นเราศึกษาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวัดก่อนแล้วค่อยขยายขอบเขต ปริณพจน์ที่เกี่ยวข้องออกไปเรื่อย ทั้งนี้หลังจากที่ทีมงานของเราได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวัด แล้วก็มานั่งพูดคุยกันสรุปเป็นรายละเอียดซึ่งโดยรวม ๆ แล้วเป็นดังนี้

สำหรับผมแล้ว งานวัดก็คือ กิจกรรม เป็น festival เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ fix อยู่ตรงนั้น ตลอด เวลา เพราะว่าลักษณะวัฒนธรรมไทยจะเป็นลานส่วนกลางที่เป็นของชุมชนที่ใช้สำหรับทุกอย่าง เช่น มีประเพณี เช่น สงกรานต์ ก็จะไปจัดกันที่ลาน งานบุญใหญ่ก็จัดแบบหนึ่ง งานแต่งก็จัดแบบหนึ่ง งานวัดก็จะจัดอีกแบบหนึ่ง ซึ่งบางวัดต้องการที่จะหาเงินเข้าวัดเพื่อทำนุบำรุงวัด สร้างอะไรเพิ่ม ก็เลยต้องมีการจัดเทศกาลงานวัดขึ้น แต่คำว่างานวัดสำหรับผมก็จะเป็นเรื่องของ feeling เรื่องของความสุข ความสนุก อะไรที่ไม่ได้เป็นของถาวร ทั้งนี้ของถาวรที่ผมหมายถึง คือ สิ่งปลูกสร้างถาวรที่อยู่ไปถึง 20 30 ปี สิ่งปลูกสร้างชั่วคราวคืออะไรที่อยู่ได้สัก 6 เดือนแล้วจางหายไป สำหรับผมงานวัดไม่ใช่ของที่จะอยู่ถาวรและมันก็นั่นไปที่การเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย เช่นบางปี ชิงช้าสวรรค์ เคยอยู่ตรงนี้ปีหน้าก็อาจจะเลื่อนไปอยู่ที่อื่นได้ เพราะเป็นของชั่วคราวที่เป็นการประกอบซึ่งเปลี่ยนแปลงตามความต้องการได้ ก็มาด้วยconcept งานวัดก่อน แต่คุณก้อยก็บอกว่าไม่ใช่เราไม่ได้ทำเรื่องงานวัด แต่อยากจะได้ feeling แบบนั้น อะไรที่มีสีสัน มีความสนุก ซึ่งเป็นความสนุกที่ได้ก็ไม่ได้ไปวิ่งเล่นที่ห้างแต่เป็นความสนุกที่อยู่ข้างนอก มีสีสัน มีเกมส์ มีกิจกรรม เป็นที่ที่ครอบครัวใช้เวลาด้วยกัน ผมเริ่มทำคอนราดภาพแรก คือยังไม่ได้เป็นงาน design อะไร มีการวางโซนนิ่ง อย่างที่บอกนะครับว่าเป็นการคิดในช่วงแรก ๆ เป็นอะไรชั่วคราวมากกว่า เดิมเคยวางชิงช้าสวรรค์ไว้ข้างหน้า เราก็คุยกันด้วยภาพสเก็ตที่ยังไม่ได้ลง detail (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)



ภาพที่ 5.4 ภาพสเก็ตที่เกิดขึ้นในช่วงแรก ๆ ของการวางผังพื้นที่การใช้งานของเพลินวาน
อ้างอิงจาก: port folio ของ คุณ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ สถาปนิกผู้ออกแบบ เพลินวาน

หลังจากมีการคุยกันในรายละเอียดต่าง ๆ แล้ว คุณหนู³และทีมงานก็เริ่มลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูล เราใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศใช้เวลาประมาณเกือบ 2 ปี

คือระหว่างที่เราทำภาพ ๆ นี้เราก็ไปศึกษาดูงานที่อื่น ๆ เช่น ตลาดสามชุก ตลาดน้ำอัมพวา ส่วนใหญ่จะเป็นพวกอินเทรนด์ ตามกระแส ตามความนิยมของคน ที่สามชุก คึกคัก และที่อัมพวาก็เริ่มที่จะมีกระแสขึ้นมา สองที่นี้เป็นตลาดที่เป็นของจริงอยู่แล้ว เราก็เลยลองศึกษาดูก็พบว่า ทั้งตลาดทั้งสองแห่งนี้ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ได้รับการโปรโมทอย่างมีระบบ ระเบียบ ทั้งสองสถานที่นี้ได้รับการออกแบบมาทำเนียบ ๆ แต่เป็นของเก่าจริง เราก็เลยเรียนรู้ว่า วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือของความทรงจำในอดีตที่เราสามารถนำมาใช้งานได้ คือผมเรียกสิ่งนี้ว่า *nostalgic value* คือเป็นอะไรที่ทุกคนสามารถเชื่อมโยงกับสิ่งนี้ได้ ยิ่งถ้าเป็น *nostalgic value* ที่เป็นภาพของความสุข คนอายุขนาดผมนะ ภาพที่เห็นนี้จะเป็นภาพสมัยเด็ก ๆ ที่ส่วนใหญ่เห็นก็จะมีความสุขอยู่แล้ว (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

คุณหนู ขยายความต่อว่า *nostalgia* มีความหมายว่าอย่างไรในมุมมองของเขา

คือยุคสมัยที่เรากำลังโตมาในบ้านที่อบอุ่น ในบ้านที่เรากำลังเล่น ในตอนนั้นเรายังไม่รู้ถึงความรวย ความจน แตกต่างกันอย่างไร คนมีการศึกษา คนไม่มีการศึกษา เป็นอย่างไร เรารู้แต่เราอยู่กับบ้านเรามีคุณพ่อ คุณแม่ มีญาติผู้ใหญ่อยู่ แล้วเรารู้สึกมีความสุข ได้วิ่งเล่นทุกวัน ได้ใช้ชีวิต ใช้เวลาอยู่กับครอบครัว ได้สัมผัสกับอะไรที่เป็นรากโดยที่แท้จริง

³ หนู เป็นชื่อเล่นของ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ เจ้าของบริษัท openbox architects

บ้านที่เราเติบโตมาทุกวัน ซึ่งสิ่งนี้มัน tie กับคนไทยเราทุกคน ไม่ได้เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง จากสิ่งนี้เราก็เริ่มขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขึ้น มีการเข้าไปศึกษาพูดคุยกับคนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอัมพวา เคื่อก็บอกว่าตัว role model เคื่อก็คือหมู่บ้านแห่งหนึ่งที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่น ไม่แน่ใจเรื่องชื่อเมือง แต่จะมีชื่อหนึ่งคือชื่อเมือง Beppu เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่มีถนนเส้นเดียวอยู่กลางเมืองใหญ่ ที่นี่เทศบาลเค้าจงใจรักษาสถาณณเส้นนี้ไว้ ไม่ให้ใครเปลี่ยนแปลง เป็นเหมือนหัวใจของเมืองเล็ก ๆ นั้นเลย คือนักท่องเที่ยวเข้าไปเยอะมาก รู้สึกจะอยู่ที่ชิชูโอกะครับ ซึ่งผมได้รับข้อมูลดังกล่าวจากอาจารย์ท่านหนึ่งที่แนะนำให้ไปลองดูที่นี้ซิ ก่อนหน้านั้นก็มีการไปดูบำพิพิธภัณท์ของอาจารย์ อเนก นาวิกมูล ประทับใจมากกับประโยคที่ว่า “เก็บวันนี้ได้ยพรงนี้ก็เก่าแล้วของที่เคยเป็นของธรรมดาก็ดูมีคุณค่าขึ้น แต่ว่าของธรรมดาต้องได้รับการจัดและออกแบบ (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

นอกจากนี้คุณรติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ ยังเล่าเรื่องราวให้ผู้วิจัยฟังต่อไปอีกว่า

ด้วยข้อมูลที่เราได้มากขึ้นเราก็เริ่มลงในรายละเอียดต่าง ๆ มากขึ้นจนในที่สุดก็นำไปสู่การสร้าง model ดังกล่าว โมเดลที่ผมถ่ายรูปเก็บไว้นี้เป็นโมเดลที่ผมและทีมงานทุกคนเห็นว่า เพลินวาน ควรจะมีหน้าตาลักษณะนี้ มีอาคาร ทั้งสองฝั่ง มีสะพานที่เชื่อมโยงถึงกัน โดยมี highlight ของงานเป็นงานวัดที่มี ชิงช้าสวรรค์ มีฉากหลังที่เป็นภูเขา มีเสียงรถไฟ และมีบรรยากาศคล้าย ๆ กับการได้อยู่ในเทศกาลงานวัด ซึ่งก็จะมี model ดังที่เห็นในรูป (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)



ภาพที่ 5.5 แสดงรูปจำลองของเพลินวานที่ถูกสร้างขึ้นโดยคุณหนูและทีมงาน

อ้างอิงจาก: port folio ของ คุณ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ สถาปนิกผู้ออกแบบ เพลินวาน

การลงรายละเอียดในส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่คุณหนูได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยเริ่มตั้งแต่ทางเข้าที่เป็นลักษณะคล้ายกรอบไม้บานใหญ่ที่อยู่ด้านหน้าการวางเส้นสายต่าง ๆ ในพื้นที่ ความเอียงของอาคารบ้านเรือน และการทำให้คดเคี้ยวโค้งไปโค้งมาเพื่อทำให้พื้นที่มีมิติมากขึ้น รวมไปถึงการนำชิงช้าสวรรค์มาตั้งอยู่ด้านในสุดดังกล่าว ซึ่งทุกอย่างที่กล่าวมานี้ใช้หลักการและความรู้ในการออกแบบทั้งหมดรวมไปถึงมีการนำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ร่วมด้วยซึ่งก็มีอยู่หลายเทคนิคด้วยกัน คุณหนูได้พูดถึงการสร้างพื้นที่ด้วยหลักการที่น่าสนใจ โดยอธิบายหลักการดังกล่าวผ่าน model ที่สร้างขึ้นว่า

ย้อนมาแล้วเรื่องกันใหม่ งานวัดอย่างเดียวไม่พอ พื้นที่นี้ลอยอยู่บนอะไรที่ไม่มี context เลยเรามีรถไฟอยู่เส้นหนึ่งที่อยู่ด้านหลังแต่เราก็ไม่สามารถบังคับให้จอดตรงนี้ได้ เราได้ยินแต่เสียงอย่างเดียว ในวันหนึ่งผ่านไปผ่านมาวันละหลายเที่ยว ดังนั้นเราจึงต้องสร้างอะไรที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง เราเลยต้องนึกถึงเมือง ๆ หนึ่ง นึกภาพว่าเราจะไปที่ไหนสักที่หนึ่ง ไม่ว่าในประเทศหรือต่างประเทศ เราจะนึกภาพว่าทุกครั้งเราจะต้องเริ่มต้นที่ว่าจะต้องอยู่ที่สถานีใดสักแห่ง ยิ่งถ้าเรานั่งรถบัสเราก็อยู่สถานีขนส่ง ถ้าเรานั่งรถไฟไปก็อยู่ที่สถานีรถไฟ เป็นการนั่งอยู่ที่อาคาร ๆ หนึ่ง สิ่งแรกที่เราจะเห็นหลังจากออกจากอาคารมาจะเป็นหน้าแรกของเมือง เราจะพบเห็นลานอะไรที่เปิดรับคน เดินต่อไปจะเป็นบริเวณที่เป็นตลาดที่ ๆ มีคนพลุกพล่าน พื้นที่เป็นลานกลางเมืองที่คนมาทำกิจกรรมกัน อันนี้เป็นเทคนิคการออกแบบ commercial ทั่วไป สิ่งที่เป็น highlight จะอยู่ข้างหลังเพื่อที่จะดึงคนให้เข้าไปในพื้นที่ เพื่อให้เคลื่อนที่ผ่านพื้นที่ที่แคบ ๆ ลึก ๆ ยาว ๆ ได้โดยไม่รู้สึกรู้สึกระดากใจ ก็เกิดสเก็ทภาพเหล่านี้ขึ้นในการเข้าถึงก่อน แล้วเราก็มาสร้างเทคนิค เมื่อเข้าไปก็เหมือนเปลี่ยนโลกเลยนะ มันต้องเปลี่ยนแปลงความรู้สึกไปโดยสิ้นเชิง (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

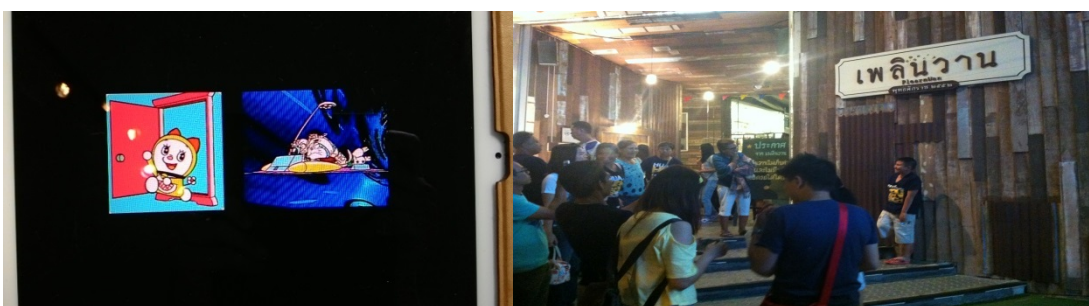
คุณหนูกล่าวต่ออย่างน่าสนใจว่า

สิ่งแรกที่ต้องทำคือทำอาคารให้เป็นก้อนติดถนนด้านหน้าเพื่อให้คนเห็น โดยทำเป็นลักษณะเหมือนซุ้มประตูทางเข้า แล้วต่อมาก็ต้องบีบช่องให้มันเล็กแล้วก็ไปเปิดออกใหม่ด้านใน เพื่อที่จะได้ค้นพบกับภาพใหม่อย่างสามคือ ทุกอย่างต้องถูกจับเอียงไปเอียงมาเพื่อจะต้องสร้าง illusion ของคนไม่ให้รู้สึกถึงความแคบของคนที่มีต่อพื้นที่ คือเวลาเราจับคนเหวี่ยงแกนไปไม่มีเส้นไหนที่ขนาน สมองจะเริ่มประเมินขนาดของพื้นที่ไม่ได้ เป็นเทคนิคทางการ design และเมื่อเส้นไม่ขนานกันเป็น grid แล้วทำให้ space เกิด dynamic คือมองเห็นแล้วมีความเคลื่อนไหวตลอด ซึ่งเป็นเทคนิคที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้กับงานที่เป็น commercial ตัวอย่างเส้นโค้งเพื่อทำให้พื้นที่เกิดความลื่นไหล เกิด

dynamic เช่น สระน้ำ แต่กรณีนี้ใช้เส้นตรงหักมุมไปมา ของจริงลึกกว่านี้ อันนี้จำลองความรู้สึกบางส่วน สิ่งทีกล่าวนี้นี้ทั้งหมดนี้เป็นหลักการและเทคนิคที่ถูกนำมาใช้ในโปรเจกต์นี้ ส่วนรายละเอียดต่าง ๆ ผมจะเริ่มอธิบายเป็นจุด ๆ ถึงที่มาที่ไปที่เกิดขึ้นของการสร้างพื้นที่และการใช้เทคนิค (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

คำอธิบายดังกล่าวเริ่มต้นจากบริเวณทางเข้าด้านหน้าที่เป็นเหมือนประตูบานใหญ่ที่ไว้คอยต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ เป็นข้อสงสัยของผู้วิจัยเช่นกันว่า สิ่งนี้คืออะไร มีความหมายอย่างไร และเกี่ยวข้องกับอะไรกับพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวาน ซึ่งคุณหนูก็อธิบายถึงที่มาที่ไป และหลักการในการออกแบบที่เกิดขึ้นว่า มีหลักการทางการและเทคนิคของออกแบบรองรับอยู่ โดยหลักการดังกล่าวมีรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

อย่างที่ผมได้กล่าวไว้แล้วว่าต้องทำอาคารให้เป็นก้อนติดถนนด้านหน้าเพื่อให้คนที่เห็นโดยทำเป็นลักษณะเหมือนซุ้มประตูทางเข้าโดยผมได้ออกแบบให้เป็นก้อนลักษณะ เป็น *monolithic form* มี *trick* ของวัสดุที่ทำให้เราย้อนกลับไปในอดีตได้ ในอดีตไม่มีนครวัดวัสดุแบบนี้ ไม่มีอาคารอะไรที่เป็นรูปทรงแบบนี้แน่ ๆ แต่ละคนก็จะมองแล้วนึกไปถึงรูปทรงต่าง ๆ ตามจินตนาการของแต่ละคน แล้วต่อมาก็ต้องบีบช่องให้มันเล็กแล้วก็ไปเปิดออกใหม่ด้านใน เพื่อที่จะได้ค้นพบกับภาพใหม่ ซึ่งการบีบให้เล็กลงเพื่อที่จะไปขยายข้างในนั้นผมได้ *idea* เอามาจาก ประตูข้ามเวลา และ ไทม์แมชชีน เรื่องโดราเอมอน ตอนที่คุยกับคุณก้อยก็คุยกันแบบนี้จริง ๆ เวลาคนเดินลอดไปต้องไปโผล่อีกช่องหนึ่งเป็นอีกช่วงเวลาหนึ่ง ที่เป็นเหมือนเราเดินผ่านทะลุมิติข้ามกาลเวลาอะไรประมาณนั้น ซึ่งแรงบันดาลใจของผมมาจากรูป 2 รูปที่เห็นนี้ (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)



ภาพที่ 5.6 แสดงที่มาของแนวคิดเรื่องประตูที่ใช้เป็นเครื่องย้อนเวลาจากการ์ตูนเรื่อง โดราเอมอน (ซ้าย) ขณะที่ภาพขวา เป็นประตูทางเข้าที่เป็นของจริง

อ้างอิงจาก: port folio ของ คุณ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ สถาปนิกผู้ออกแบบ เพลินวาน

ผู้วิจัยตั้งคำถามกับสิ่งที่เกิดขึ้นว่า “มันเหมือนโลกจินตนาการ” คุณหนูตอบกลับมาว่า

ใช้ครับเป็นโลกจินตนาการ แต่ไม่ใช่ ดิสนีย์แลนด์ มันไม่ใช่สวนสนุก ตอนตั้งต้นเราต้องการให้เป็น พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต (life museum) เป็นสถานที่เก็บรวบรวมของสิ่งมีชีวิตเก่า ๆ หมายถึงสิ่งที่เห็นอาจจะไม่ใช่เป็นชิ้นไม้ของเก่าจริง ๆ จากความรู้ที่เรามีทางสถาปัตย์ ตึกแถวที่เราทำนี่มันคือ feeling ของสิ่งที่มีมันเคยมีอยู่จริง ๆ ไม่ว่าเราจะสร้างใหม่ด้วยวัสดุใหม่ สิ่งนี้ผมได้จากที่ญี่ปุ่น ซึ่งการอนุรักษ์งานสถาปัตยกรรมที่ญี่ปุ่นเค้าจะไม่ได้ care การเก็บชิ้นไม้ที่เป็นของจีนนั้นให้คงอยู่ตลอดไป แต่เค้าจะใช้วิธี recreate ขึ้นมาใหม่โดยเทคนิคเดิม เช่น วัตถุของเค้าที่เป็นไม้ทั้งหลังอยู่มาได้ยังไง 3-400 ปี เพราะอะไรเคยทรบไหมครับ เพราะเค้าจะมีการเขียนแบบองค์ประกอบทุกชิ้นไว้อย่างละเอียด พอมันผุพังไปเค้าก็ถอดมันออกมา แล้วก็เอาไม้สนนั้นที่เคยใช้เมื่อ 3-400 ปีก่อน นำมาเหลาให้ได้รูปทรงเดียวกัน แล้วประกอบเข้าไปใหม่ ดังนั้นการอนุรักษ์ของเค้าเป็นการอนุรักษ์ที่จิตวิญญาณ ไม่ได้อยู่ที่ชิ้นวัตถุก้อนใดก้อนหนึ่ง แต่เมื่อวัตถุทุกชิ้นมันประกอบกันจิตวิญญาณมันคืออันเดิม เราก็เลยรู้สึกว่ามันแหละคือจิตวิญญาณของไทย ที่เป็นไทย folk ด้วยนะ ไทยชาวบ้าน เป็นสิ่งที่ทุกคนสัมผัสได้ ผมคิดว่า มันเป็นสิ่ง ที่ทุกคน อายุราว ๆ ผม หรือน้อยกว่าผมลงไปสัก 10 ปี สามารถสัมผัสได้ ว่าเราเคยเติบโตมากับอะไรที่คล้าย ๆ แบบนี้ มันก็เลย touch กับคนได้เยอะเพราะเราสามารถเก็บ spirit ได้หมด ถึงแม้ของในนี้ราว 70-80 % ของทั้งหมดได้ถูกทำขึ้นใหม่ (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

ถัดมาเมื่อผ่านประตูทางเข้าที่เป็นเหมือนประตูข้ามเวลาที่ผมออกแบบไว้แล้ว ก็จะหลุดเข้ามาอีกโลก ๆ หนึ่งที่เป็นเหมือนจินตนาการที่กล่าวไว้ เมื่อเข้ามาสู่พื้นที่ด้านในจากการสังเกตของผู้วิจัยในขณะการเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยสังเกตเห็นอาการหรือลักษณะท่าทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เมื่อเดินผ่านมายังด้านในแล้ว มักจะมีการมองย้อนกลับออกไปอีกครั้งคล้าย ๆ กับการมีการตั้งคำถามอยู่ในใจว่าทำไมข้างในกับข้างนอกมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยตีความจากสิ่งที่เกิดขึ้นว่า นอกจากทางเข้าที่ทำเป็นเหมือนประตูบานใหญ่ดังกล่าวแล้ว ความตั้งใจที่ทำให้พื้นผิวของประตูดังกล่าวมีความราบเรียบ เป็นเหมือนความต้องการที่จะลดทอนความสนใจลงเพื่อให้ความน่าสนใจ ความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ ไหลไปรวมกันอยู่ข้างใน ซึ่งหากทำประตูทางเข้าด้านหน้าให้หวือหวาตื่นเต้นพื้นที่ข้างในอาจถูกดึงความสนใจบางส่วนไป ดังนั้นมาถึงจุดนี้ผู้วิจัยจึงเริ่มมีความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นว่า ทำไมนักท่องเที่ยวจำนวนมากเมื่อมาถึงด้านในแล้วก็จะมาถ่ายรูปกันอีกครั้งที่บริเวณปากประตูทางเข้าด้านใน ซึ่งก็เป็นมุมที่มีมิติความสูง ความลึกของพื้นที่ให้เห็น ดังที่คุณหนู

กล่าวไว้เช่นกันว่าจะสามารถมองเห็นชิงช้าสวรรค์แบบบางส่วน ซึ่งก็น่าจะเป็นความน่าสนใจที่จะต้องการค้นหา หรืออาจจะเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของพื้นที่ดังกล่าวที่ถูกสร้างขึ้น

นอกจากนี้ ลานด้านหน้าที่มีลายเส้น เยื้องไป เยื้องมา และมี ramp สำหรับคนพิการ นั้นคุณหนู อธิบายว่าเราคิดขึ้นมาใหม่เลย เน้นย้ำเลยว่าต้องเป็นลักษณะเอียงไปเอียงมา โดยมีการเพิ่มเติมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและเทคนิคที่ใช้ดังกล่าวว่า

จริง ๆ มันง่ายมาก เนื่องจากพื้นที่แคบ เวลาจะใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าเราต้องสร้างตึกขึ้นมา สามชั้นขึ้นมาประกอบทางเข้าทั้งซ้ายและขวา พอคนลดประตู เราจะให้แค่ว่า ค่อย ๆ เดิน ขึ้นอย่างช้า ๆ คนก็จะไม่รู้ตัวแต่เค้าก็จะมารู้ตัวอีกทีก็มายืนอยู่บนลานชั้นสองด้านหน้า เพราะตึกด้านหน้าที่หันมาทางนักท่องเที่ยวเห็นอยู่สองชั้น แต่ความเป็นจริงด้านอีกด้านที่เป็นด้านหลังหันออกไปด้านนอกที่เป็นลานจอดรถ จะเป็นออฟฟิต ห้องแม่บ้าน ห้องอะไรต่าง ๆ ที่เราไม่ได้จะโชว์ จะออกแบบให้มีการปกคลุมไว้อย่างดูไม่ออก มันเป็นเทคนิคการออกแบบที่นำมาใช้กับพื้นที่ที่มีปัญหาอย่างที่เรามี แคบ ๆ ลึก ๆ พอผ่านไป ถึงช่องข้างหลังซึ่งเราต้องการที่จอดรถ ดังนั้นจึงเก็บพื้นที่บริเวณใต้ถุนไว้ปัจจุบันก็โดนกลืนหายไป จากนั้นเราก็นำชั้นสองเป็นร้านค้า ส่วนชั้นล่างจะเป็นที่จอดรถ เมื่อผ่านสะพานไม้แรกเข้าไปด้านใน ก็จะพบเห็นบ้านเรือนสองฝั่ง ตรงนี้จะเป็น symbolic หรือเป็นสัญลักษณ์ของ space แบบ อัมพวา คือจริง ๆ ไม่ใช่คลอง แต่เป็นช่องว่างที่เข้าไปใต้ถุน เสร็จแล้วมีสะพานข้ามไปหากันของทั้งสองฝั่ง แต่เป็น space จะมีร้านค้าใหญ่เป็นอาคารในขณะที่อีกฝั่งจะเป็นร้านค้าเล็ก ๆ เราก็เอา spirit ของ space แบบนั้นมาสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งผมคิดว่าทุกคนอาจจะไม่เข้าใจทั้งหมดร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ทุกคนสัมผัสได้ มันมีเสน่ห์อะไรบางอย่างที่เกิดขึ้น (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่า พื้นที่เพลินวาน ถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานอย่างสลับซับซ้อน มีรายละเอียดและแฝงด้วยความหมายแฝงอยู่หลายส่วน ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าวมีการนำเทคนิคการใช้พื้นที่มาช่วยในเพื่อให้พื้นที่มีมิติและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเทคนิคที่นำมาใช้นั้น คุณหนูกล่าวกับผู้วิจัยว่า

ผมใช้เทคนิคเยอะมากในการที่จะทำให้ space หน้าแคบ ๆ ที่ลึกเข้าไป 200 กว่าเมตรที่จะทำให้คนเดิน ๆ อยู่ดี ๆ แล้วทะลุไปถึงด้านในได้โดยไม่รู้ตัว เป็นทุกจุดที่ทำให้ตัวผู้เดินรู้สึกเอียงไปเอียงมา ซึ่งถ้าเป็นช่องยาว ๆ ตรง ๆ คนก็ไม่อยากเข้าไปแล้ว หรือเกิดให้จับเอียงไปที่ละชั้น ๆ ไล่ไปเรื่อย ๆ เหมือนหนังระทึกขวัญที่ต้องค่อย ๆ build อารมณ์ไปเรื่อย ๆ ว่าทุกจุดที่เดินก็จะเห็นชิงช้าสวรรค์ โผล่มาทางซ้ายที ทางขวาที เมื่อได้ไปถึงตรงนั้นที่เป็น high light เป็น climax ถ่ายรูปเสร็จ เราก็จะรู้สึกฟินแล้วจึงค่อยย้อนกลับมา

ซื้อของติดมือแล้วกลับบ้าน ผมว่ามันมี character ที่เป็น spirit หลาย ๆ อย่างที่เป็นไทย พื้นที่ที่เป็น commercial ที่เราไม่บังคับการใช้งานมาก คนก็ใช้งานอย่างอิสระ ที่นี้ไม่มีการเก็บค่าเช่าชม เข้ามาเดินเล่น เข้าห้องน้ำแล้วกลับยังได้ ไม่ต้องซื้อบัตร ซื้อตั๋ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือที่จอดรถด้านข้าง ก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจากเดิมที่เป็นตึกแถวด้านข้างเงียบ ๆ ก็ทำให้มีชีวิตชีวาขึ้น (live) ที่ปิดร้างไว้ไม่มีใครมาซื้อหรือมาเช่า ก็มีคนมาอยู่ มาค้าขายกันมากขึ้น (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

นอกจากนี้ยังมีเรื่องของ วัสดุ ที่นำมาใช้ในการสร้าง ซึ่งเป็นวัสดุที่มีลักษณะพิเศษที่ผลิตขึ้นบางส่วนและเป็นวัสดุที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยเรื่องดังกล่าวคุณหนูอธิบายเพิ่มเติมว่า

เรื่องวัสดุที่เอามาใช้คือเราเน้นมากกว่าคนมอง ต้องได้ความรู้สึกว่าเป็นของเก่า แต่เค้าต้องไม่สับสนว่า นี่คือของที่สร้างขึ้นใหม่ แต่เมื่อเข้าไปสัมผัสใกล้ ๆ แล้วจะรู้ว่าของหรือวัสดุที่ใช้ไม่ใช่ของที่มียู่ในเมืองไทยเลยด้วยซ้ำ เช่น กระเบื้องลอนสีน้ำตาล เป็นวัสดุที่นำเข้ามาจากมาเลเซีย หากดูไกล ๆ จะเป็นเหมือนแผ่นที่ขึ้นสนิมเรียบร้อยแล้ว แต่จริง ๆ คือสั่งมาเป็นสีน้ำตาลแบบนี้เลย เราก็ใช้ผสมกับวัสดุที่ขึ้นสนิมจริง ๆ ส่วนวัสดุที่ใช้กรุภายนอกก็จะเป็นไม้อัดที่ผู้ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษ คือ จะเป็นเทคนิคการอัดไม้ที่ให้น้ำยาอยู่ภายนอกแล้วให้สีสังดั่งกล่าว มีความคงทนเป็นอย่างสูงแผ่นหน้าสุดที่เป็นไม้ลอก ๆ ก็จะมีไม้เก่าอยู่ข้างแต่ไม่มาก ปะปนกันไป เราใช้ไม้จริงไม่มาก เน้นไปที่วัสดุที่ผลิตขึ้นเอง ข้างในก็เป็นโครงแบบคอนกรีตเสริมเหล็ก โครงการณ์ผ่านมาตรฐานทั้งหมดที่เห็นเป็นเพียงการตกแต่งหรือแม้แต่บางมุมที่คนไม่ค่อยจะได้เห็น เช่น ด้านหลังเราจะใช้เป็นแผ่นกระเบื้องที่นำมาวางในมุมต้งเปิดออกได้เพื่อรับลมและให้อากาศถ่ายเทได้คล้อย ๆ ลักษณะบานกระทุ้ง กระเบื้องที่เห็นจะมีทั้งหมด 2 รุ่น ด้านหน้าที่เห็นจะเป็นกระเบื้องที่ผลิตมาจากอัลฟาต์มาอัดเป็นลอน อีกส่วนจะเป็นลอนที่ทำมาจากยิปซัม กระเบื้องส่วนนี้ก็จะอีกแบบหนึ่งซึ่งจะนำไปใช้กับส่วนที่เป็นออฟฟิศด้านหลัง มันทำให้ตึกนี้กลายเป็นตึกประหยัดพลังงาน เพราะว่ามันจะไม่โดนแสงแดดโดยตรงเลยไม่ว่าในจุดไหน แต่ว่าเราเปิดเผยเพื่อให้อากาศมีการถ่ายเทผ่านและก็มีแผ่นที่เป็นแผ่นโปร่งแสงที่เป็นธรรมชาติเพื่อนำแสงเข้ามาคือในตอนกลางวันไม่ต้องเปิดไฟก็สามารถอยู่ได้ (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

จากข้อสงสัยที่เกิดขึ้นของผู้วิจัยที่ว่า มีการออกแบบและลงรายละเอียดอย่างมากมายหากนำไปสร้างจริงแล้วจะเป็นอย่างไร และจะเหมือนกับสิ่งที่คิดไว้หรือไม่ ผู้วิจัยจึงมีคำถามต่อว่า “จาก model ที่สร้างขึ้นเมื่อนำไปก่อสร้างจริง ๆ แล้วเป็นไปตามที่คาดคะเนหรือออกแบบไว้ไหมครับ” คำตอบที่ได้จากคุณหนูคือ

ก็เป็นนะ กว่าผมจะมาเป็น model ขึ้นนี้ขึ้นมา ผมเก็บข้อมูลอย่างเดียวเกือบสองปี คือ ทีมที่สร้างเริ่มต้นจาก ผม ปราง คุณก้อย และคิดต่อไปว่าจะมีใครดี ผมก็บอกว่าเราควรจะมีคนอื่น ๆ ที่ชำนาญในด้านต่าง ๆ อีกซึ่งผมก็บอกคุณก้อยไป หลังจากนั้นผมก็บอกว่า มันมีความเป็นฉากหนังอยู่ ผมทำภาพใหญ่ ๆ กำหนด concept โดยรวมได้แต่ให้ผมไปคัดสั้ไม้ที่ละแผ่นแล้วบอกว่า อันนี้มันเก่าพอดีไหมผมทำไม่ได้ คุณก้อยต้องหาคนที่มีความชำนาญในการทำฉากขึ้นมาช่วยทำในรายละเอียดจะเป็นเรื่องของการทำพร็อพ แล้วก็ไปได้อมือขวาของคุณ ยุทธเลิศ สิปปภาค มา เราก็บอกเค้าว่าต้องการความเก่าแบบนี้ ทีมฉากก็พยายามหาพร็อพและทำออกมาให้ได้ตามต้องการ และก็มีทีม interior อีก ทีมที่เป็นรุ่นพี่ที่รู้จักกันเป็นคนที่ชื่นชอบของเก่าเข้ามาเพิ่ม เรียกว่าเราเป็นคน conduct ทั้งหมดไม่ว่าจะมีเพิ่มกันมาเท่าไร จนถึงตอนหลังก็มีคนร่วม 20-30 คน มาช่วยกัน เราก็ช่วยมองว่ามากเกินไปหรือไม่ น้อยเกินไปหรือไม่ ยังได้อีก ยังขาดไปไหม สุดท้ายก็เป็นทีมใหญ่เพราะมันเป็นงานละเอียด และมีทีมของคนที่คุณแลร้านค้า ฝ่าย beverage ที่ต้องมาคิดสูตรกาแฟ(รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

“ทำไมต้องมีร้านกาแฟในนี้ครับ”

มันเป็นความชอบส่วนตัวของเจ้าของอยู่แล้ว เค้าชอบกาแฟ และความเป็นไทย ต้องเป็นเมล็ดในปลูกในไทย คั่วในไทย ก็มีเพียงเครื่องชงกาแฟเท่านั้นที่ต้องสั่งจากต่างประเทศ เพราะว่าเราผลิตเองยังไม่ได้ ก่อนหน้านี้ก็มีกาแฟที่ชงแบบสมัยก่อนตามร้านกาแฟต่างจังหวัด มันมีหลายสิ่งหลายอย่างเกิดขึ้น เรามีหน้าที่ที่ต้องบอกว่า ภาพสุดท้ายที่เกิดขึ้นต้องเป็นอย่างไร ย้อนกลับเมื่อกี้ฉันนึกที่ถามว่า เราใช้เกณฑ์อะไรในการเลือกยุคสมัย คือต้องเป็นยุคสมัยที่เรามีความสุข ปนความคึกคะนองนิดนึง มีความเป็น gangster สงครามเพิ่งจบไปหมด ๆ เราก็ยังมีความตื่นเต้นอยู่ เพลงก็มีทั้งเพลงไทย เพลงฝรั่งเปิดอยู่ในบางเพลงในยุคนั้น เจมส์ดิน เอลวิส (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

นอกจากในเรื่องของการออกแบบแล้ว เพลินวาน ยังมีทีมงานอีกหลายส่วนที่เป็นมืออาชีพที่ถูกนำเข้ามาช่วยในการสรสร้างความคิดและถ่ายทอดจินตนาการให้ออกมาสู่โลกความเป็นจริง ทั้งทีมการตลาด ทีมบริหารโรงแรม รวมไปถึงบทเพลงที่แต่งขึ้นก็ถูกเขียนเนื้อร้องโดย บอย โกสิยพงศ์ ส่วนคนขับร้องก็เป็น บุรินทร์ บุญวิสุทธิ์ ซึ่งเป็นนักร้องของวง กรู๊ฟไรเดอร์ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีมากของหมู่วัยรุ่นในช่วงเวลานั้น (พ.ศ. 2552) ทำยที่สุดคุณหนูยกกล่าวกับผู้วิจัยอย่างน่าสนใจว่า

เดิมทีก็ตั้งใจว่าทำเป็นเมืองโบราณ ก็ไม่ได้คาดคิดว่าจะต้องประสบความสำเร็จอะไรมากมาย แค่เข้ามา เสาร์อาทิตย์ก็ดีใจแล้ว คนเริ่มเข้ามามากขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวและที่หลักหมื่น ถ้ามากันขนาดนี้พื้นที่คงรองรับไม่ไหวแล้วเราเลยปิดไปแล้วช่วงหนึ่งเพื่อปรับปรุงพื้นที่การวางผังเรื่องน้ำ เรื่องห้องน้ำกันใหม่ ผมชอบคุณก้อยตรงที่แกเป็นคน que คิดถึงลูกค้าก่อน มาแล้วจะมีความสุขได้อย่างไร ถ้าระบบ facility ไม่พอที่จะรองรับจำนวนคนมาก ๆ ได้ ความสำเร็จของโปรเจกต์อยู่ตรงนี้ อยู่ตรงที่เริ่มที่จะให้ก่อน ความตั้งใจของคุณก้อยคืออยากให้ทุกคนได้สัมผัสกับความรู้สึก ความสุข ในวัยเด็กที่แกได้สัมผัสมา มันหาไม่ค่อยได้ พวกเครื่องเล่นงานวัด ก็แทบจะเป็นขยะไปแล้ว ซิงช้าสวรรค์ไม่ได้ให้คนขึ้น เปิดเพื่อให้มีความเคลื่อนไหว ผมและคุณก้อยได้ไปลองแล้วความปลอดภัยมันไม่ผ่าน ก็เลยให้มันทำหน้าที่เป็นแลนด์มาร์กของพื้นที่ที่เรา สกรีนมาแล้วถ้าต้องมีหลายอย่าง เช่น ม้าหมุน มอเตอร์ไซค์ไต่ถัง เป็น high light ทางสายตาไม่ได้ ซึ่งพวกนี้ดูไม่ค่อยปลอดภัย เราจึงเลือกที่จะมีอย่างเดียวดีกว่า ม้าหมุนนี้โอเคนะแต่ติดตรงที่กินเนื้อที่ในแนวราบเยอะ ขณะที่ซิงช้าสวรรค์ตั้งขึ้นสูงและกินเนื้อที่แนวราบน้อย เพลินวานในวันนี้เปลี่ยนแปลงไปจากเพลินวานในวันแรกเป็นอย่างมาก มันเปลี่ยนไปทุกวัน ซึ่งผมว่าเป็นเรื่องปกติที่แสดงให้เห็นถึงการมีชีวิตผมวะเข้าไปก็เจออะไรใหม่ ๆ เยอะ ทุกโปรเจกต์ที่เราทำเสร็จแล้วส่งมอบก็จะมี ชีวิต (live) เป็นของตัวเอง ผมก็ไม่ได้เป็นคนที่มี ego เยอะ สำหรับผมแล้วการให้ความสุขกับคนมาจนถึงทุกวันนี้ก็ถือว่าประสบความสำเร็จเกินพอแล้ว แม้ว่าในเรื่อง financial ไม่ได้ดีเลิศสุด ๆ แต่มันก็ไม่ได้ขาดทุนและสามารถเลี้ยงตัวเองได้ (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

สิ่งที่ผู้วิจัยกล่าวมาทั้งหมดเป็นเรื่องของขั้นตอนและกระบวนการในการสร้างพื้นที่ของเพลินวานในเชิงกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียดที่ค่อนข้างมากและมีองค์ประกอบจากทีมงานหลายส่วนจนกลายมาเป็นเพลินวานดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ทั้งนี้กระบวนการทั้งหมดที่เกิดขึ้นได้ใช้เวลาประมาณ 2 ปี 7 เดือน ดังที่คุณก้อยได้เคยให้สัมภาษณ์ไว้แล้วตั้งแต่ต้น ความสนใจ และความใส่ใจ ความละเอียดในการคัดเลือกทีมงานนั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของเพลินวานที่เกิดขึ้น แม้ว่าในวันนี้เพลินวานจะไม่ได้มีนักท่องเที่ยวที่มากมายถึงระดับหมื่นคนเหมือนแต่ก่อน แต่นักท่องเที่ยวก็ไม่ได้จางหายไปจนน่าตกใจ ในแง่มุมมองของสถาปนิกที่เป็นผู้สร้าง เพลินวาน มองว่า ทุกวันนี้เพลินวานได้เติบโตและมีชีวิตเป็นของตนเองแล้ว ในแง่มุมมองของความเป็นธุรกิจ เพลินวาน สามารถหล่อเลี้ยงตัวเองให้ดำรงอยู่สืบต่อไปได้ ในขณะที่แง่มนักท่องเที่ยวแล้ว น่าสนใจเช่นกันว่าจะมีมุมมองที่เหมือนหรือแตกต่างจากฝ่ายผู้ผลิตหรือผู้สร้างอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาในรายละเอียดและนำเสนอในส่วนดังกล่าวต่อไป

5.2 การใช้พื้นที่และการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยว (decode)

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาข้อมูลภาคสนาม (field study) ซึ่งผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อต้องการทราบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวนั้นมีการสร้างความหมายหรือให้นิยามเกี่ยวกับพื้นที่ของเพลินวานอย่างไร ทั้งนี้พื้นที่ของเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มทุนที่เป็นชนชั้นกลาง (ดังที่ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นในบทที่ผ่านมา) และกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพลินวาน ก็เป็นชนชั้นกลางด้วยเช่นกัน ซึ่งการที่ผู้วิจัยกล่าวอ้างเช่นนี้เนื่องมาจากการศึกษาเรื่องแรงงานคอปกขาว ของ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2534) ที่ระบุว่าชนชั้นกลางเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่มาก โดยเป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายอยู่ในสาขาวิชาชีพ นับตั้งแต่ปัญญาชน ข้าราชการ ลูกจ้างในธุรกิจเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือแม้แต่นักศึกษาและผู้ทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งก็แทบที่จะครอบคลุมไปถึงกลุ่มคนแทบจะทุกสาขาอาชีพในสังคมไทย ซึ่งงานศึกษาของ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ดังกล่าวจะเป็นการให้คำจำกัดความที่ครอบคลุมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของงานชิ้นนี้

นอกจากนี้การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเทคนิคต่าง ๆ ที่มีอยู่มาใช้ในการเก็บข้อมูล โดยเทคนิคดังกล่าวที่ผู้วิจัยนำมาใช้ได้แก่ เทคนิคการสัมภาษณ์เดี่ยว (individual interview) เทคนิคการสัมภาษณ์กลุ่ม (group discussion) รวมไปถึง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ทั้งนี้การสัมภาษณ์เดี่ยว (personal interview) นั้น ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) โดยการพูดคุยลักษณะดังกล่าวจะเป็นการสัมภาษณ์ที่จะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้สึกเป็นกังวล ไม่อึดอัด และไม่เป็นการรบกวนเวลาในการเดินเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากนัก ขณะที่เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น จะเป็นการสัมภาษณ์ที่ลงรายละเอียดในการพูดคุยมากกว่าคำถามทั่ว ๆ ไป เช่น ทำงานเกี่ยวกับอะไร ทำงานที่ไหน เคยไปเที่ยวที่ต่างประเทศไหม ถ้าเคยเคยไปที่ไหน ไปเมื่อไหร่ ไปอย่างไร ไปกับใคร และมีประสบการณ์ดังกล่าวอย่างไร รับรู้เรื่องราวดังกล่าวจากไหน อย่างไร แล้วแตกต่างอย่างไรกับเพลินวาน ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวต้องใช้เวลาค่อนข้างมากและนาน โดยต้องสร้างความคุ้นเคยและเคยชินกับนักท่องเที่ยวก่อนเพื่อที่นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกอึดอัดและพร้อมที่จะให้ข้อมูล ทั้งนี้การสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวจะเป็นประโยชน์กับงานวิจัยชิ้นนี้เป็นอย่างมากเนื่องจากข้อมูลที่ได้นั้นจะเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความคิดเห็นที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรและแตกต่างกันมากน้อยขนาดไหน โดยผู้วิจัยได้อ้างอิงจากตารางแสดงผู้มาใช้บริการที่จำแนกตามอายุที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไว้ในบทก่อนหน้านี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเกณฑ์เรื่องอายุในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มที่จะศึกษาและจำนวนที่จะศึกษาไว้ดังนี้คือ

ตารางที่ 5.1

แสดงช่วงอายุ จำนวน และเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล⁴

ช่วงอายุ (ปี)	เพศ		จำนวน	เทคนิคที่ใช้
	ช	ญ		
น้อยกว่า 20	5	8	13	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์กลุ่ม
20-30	2	14	16	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์กลุ่ม
31-40	7	3	10	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
41-50	4	3	7	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
มากกว่า 50	4	4	8	สัมภาษณ์เดี่ยว และสัมภาษณ์เชิงลึก
รวม	22	32	54	สัมภาษณ์เดี่ยว สัมภาษณ์กลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก

5.2.1 กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 13 คน มีรายละเอียดดังนี้

การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เดี่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 8 คนนั้น เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) นั้นเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการให้นิยามหรือการให้ความหมายของเพลินวาน โดยแต่ละคนนั้นมีการให้นิยามที่แตกต่างกันไป

(1) สัมภาษณ์เดี่ยว⁵

มินต์ (15), เพศหญิงกล่าวว่า “เพลินวาน เป็นสถานที่แบบ vintage” ขณะที่พลอย (15) กล่าวถึงเพลินวานว่า “เป็นสถานที่ที่สวยงามดี โรแมนติก คลาสสิก โลจิสติกการ” มิว (15) บอกว่าไม่รู้จะให้นิยามกับสิ่งนี้ว่าอย่างไร แต่ขอบอก 3 คำว่า “มัน ยอด มาก” เช่นเดียวกับชุป (18) ที่บอกเพียงสั้น ๆ ว่า classic หาดูยาก และ เต้ (19) ให้นิยามเพลินวานว่า “เพลินวานคือ เดิน ชิลล์ ๆ ในบรรยากาศสบาย ๆ” ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มักจะให้นิยามของเพลินวานในแง่มุมมองที่ยั่งยืน ๆ แต่ก็มักจะเป็นคำที่นิยมใช้สนทนากันในหมู่วัยดังกล่าว เช่น คำว่า มัน ยอด มาก ชิลล์ ๆ ซึ่งคำดังกล่าวนี้จะมีความหมายอย่างไรนั้นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถอธิบายต่อไปได้ว่า คำว่า มัน ยอด มาก นั้นมีความหมายว่าอย่างไร (ผู้วิจัยถามต่อแต่ก็ไม่ได้รับคำตอบหรือการขยายความ

⁴ รายละเอียดของนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 54 คนนั้นสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากภาคผนวก ก

⁵ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงอายุของนักท่องเที่ยว

จากกลุ่มตัวอย่างแต่อย่างใด) ซึ่งผู้วิจัยตีความในสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวว่า อาจจะเป็นสิ่งที่ดูอัศจรรย์ น่าสนใจ เยี่ยมยอด ขณะที่ก็มีบางส่วนที่ได้ขยายความจากคำถามของผู้วิจัยโดยกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เพลินวานว่า

“นิยามของเพลินวานคือ เมืองย้อนยุค เคยไปตลาดน้ำสี่ภาคที่พัทธสีมาเป็นการ จำลองบรรยากาศที่เก๋กว่าเพลินวาน และรวบรวมตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อของแต่ละภาคมาไว้รวมกัน แต่ก็ เน้นไปที่ของกินมากกว่า ขณะที่เพลินวานเองมีแง่มุมให้ศึกษาและเรียนรู้สิ่งของรวมไปถึงเรื่องราวที่ เกิดขึ้น (แม้ว่าจะเป็นบาง ส่วนก็ตาม) แต่ก็ผสมผสานเรื่อง ของกิน ของใช้ ที่ดูกลมกลืน สำหรับเพลิน วานแล้ว ไม่ได้ขอบจุดไหนเป็นพิเศษส่วนการถ่ายรูปนั้นก็ไม่ได้เน้นเช่นกัน ก่อนจะมาเพลินวานนั้นคิด ว่าพื้นที่น่าจะใหญ่และกว้างกว่านี้พอมาเห็นของจริงรู้สึกผิดหวังเล็กน้อย แคบเกินไป activity ก็มีน้อย เกินไป” (ปลาย (19), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

ขณะที่ เป๊ยะ (17) ให้นิยามเพลินวานว่า “ย้อนยุคแต่ทันสมัย” แบ่งบอกว่า “ของ กินอร่อย ส่วนใหญ่เป็นคนชอบท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ และแนวอนุรักษ์ ของเก่า ๆ ไทย ๆ ความชอบ ของแต่ละคนก็แตกต่างกันไป ชอบของกิน โดยเฉพาะที่ร้านน้ำปลาหวานเจี๊ยงและ ชอบการตกแต่ง ร้านค้า เป๊ยะบอกว่า “ชอบโดยรวมที่ให้บรรยากาศอบอุ่นเหมือนอยู่ในอดีต ชอบกิจกรรมที่ลานเพลิน งานวัด หากเพลินวานต้องหายไปจะรู้สึกเสียดาย เพราะสถานที่ท่องเที่ยวจะลดลงไปอีกแห่ง ไม่ได้รู้สึก ถึงอดีตที่หายไป ส่วนการถ่ายรูปนั้นทั้งหมดจะเน้นถ่ายที่ทางเข้าด้านหน้า ชั้นล่างที่มีโปสเตอร์เก่า ๆ และบริเวณงานวัด หากมีโอกาสก็จะกลับมาอีกครั้ง” (เป๊ยะ (17)/ เป๊ยะ (18), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

การให้ความหมายหรือการนิยามของ ปลายดังกล่าวดูจะมีความแตกต่างจาก กลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นที่ให้นิยามของเพลินวานเพียงสั้น ๆ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนมีการ ขยายความนอกเหนือจากการให้นิยามของเพลินวานเพียงเท่านั้น โดยได้กล่าวถึงเพลินวานว่า

“นิยามที่ให้กับที่นี่คือ ความเก่า บรรยากาศดี มีสไตล์ มีร้านค้าที่น่าสนใจหลาย ร้าน โดยเฉพาะในโซนขายอาหาร และขนม จึงทำให้ที่นี่มีความหลากหลาย มาทุกครั้งก็จะไปดูร้านที่ ชื่อว่า “ตุ๊กตุน” เป็นร้านที่ขายพวกตุ๊กตุน ของสะสม สำหรับเด็กผู้ชาย เช่น ตุ๊กตุน iron man ไม้ด แดง ตัวต่อ ตัวต่อเป็นต้น ที่มีของแปลก ๆ หายาก เช่น ตุ๊กตาบางตัวที่อื่นไม่มีแต่ที่นี่มี ราคาอาจสูง หน่อยแต่ก็สมกับความหายาก” (ปกป้อง (19), เพศชาย, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์นั้นกล่าวเพิ่มเติมได้ว่า มีความพยายามที่จะให้นิยามหรืออธิบายความหมายของเพลินวาน แต่ทว่าสิ่งที่ผู้วิจัยพบคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถที่จะลงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่กล่าวถึงได้มากนักทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังไม่มีประสบการณ์หรือต้นทุนในด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มากพอ จึงทำให้เกิดการรับรู้ความหมายที่เกิดขึ้นอย่างจำกัด ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเมื่อพูดถึงนิยามแล้วจะอธิบาย

เพียงสั้น ๆ แต่ถ้าเป็นเรื่องของอาหาร ร้านค้า กิจกรรม กลุ่มนี้จะค่อนข้างมีความตื่นตัวและมีความสนใจเป็นอย่างมาก ดังเช่น กรณีของ ปกป้อง (19) หรือ แป้ง (18) เป็นต้น

(2) สัมภาษณ์กลุ่ม

นอกจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เดี่ยวแล้ว ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกที่จะเก็บข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (focus group) โดยกลุ่มดังกล่าวมีทั้งหมด 5 คนด้วยกัน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีความสนิทสนมกันและมีการแสดงความคิดเห็นตอบโต้กันไปมาอยู่ตลอด ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายอันจะเป็นประโยชน์กับงานวิจัยชิ้นนี้เป็นอย่างมาก



ภาพที่ 5.7 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล



ภาพที่ 5.8 อีกหนึ่งอิริยาบถของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งเซลฟี่และแอคชั่นแบบจัดทำทางกันเอง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวนทั้งหมด 5 คน ชาย 1 หญิง 4 มีชื่อ ดังนี้ ใหม่ (18) ดรีม (18) เฟรนด์ (18) อิกคิว (17) พลอย (18) กำลังศึกษาอยู่ชั้น มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนหัวหิน โดยทั้งกลุ่มมีความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันคือ ชอบบรรยากาศของที่นี่เป็นลำดับแรก ชอบการถ่ายรูปเป็นลำดับต่อมา และชอบสถานที่ คือไม่ไกลมาก การเดินทางสะดวกเป็นลำดับสุดท้าย

“หนูชอบมากเลยค่ะที่นี่ โดยเฉพาะของที่ระลึก เช่น แก้วน้ำ ขนม และบรรยากาศงานวัด หนูเที่ยวบ่อยมากเลย เพราะใกล้บ้าน งานประจำปี เมื่อมาที่นี่แล้วทำให้หนูนึกถึงบรรยากาศที่บ้าน ที่นี้มีคนมากเช่นกัน หนูดูจากคนที่เช็คอินเยอะ” (ดริม (18), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ผู้วิจัยถามต่อว่า “เช็คอิน คืออะไรคะ ขยายความหน่อยค่ะ” ดริม (18) ตอบว่า

“เช็คอิน คือ เวลามารถึง ก็ถ่ายรูป แล้วเข้าไปกดตรงคำว่า เช็คอิน ในเฟซบุ๊ก แสดงว่าเรามาถึงสถานที่แห่งนี้แล้ว หนูชอบมากเลย ของมันสด อร่อยมาก ราคาเป็นกันเอง ขนม เบื่อง่ายมาก เดินชมบรรยากาศก็ โอเค มีร้านกาแฟให้นั่ง นักท่องเที่ยวก็เยอะค่ะ” (ดริม (18), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

สิ่งที่ดริมกล่าวกับผู้วิจัยนั้นแสดงให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อดริมเป็นอย่างมาก ดริมใช้เวลาส่วนใหญ่ที่อยู่กับสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ (แต่ไม่ได้บอกกับผู้วิจัยว่าใช้เวลานานเท่าไรต่อวัน) ทั้งนี้สิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นประกอบกับการให้สัมภาษณ์ของดริมและกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวคือ การถ่ายรูป ซึ่งผู้วิจัยมีทักษะต่อเรื่องดังกล่าวว่า การถ่ายรูปนั้นมีนัยยะบางประการ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คนนี้ถ่ายรูปทุกคนและเป็นการถ่ายรูปแบบสนุกสนานและชื่นชอบ การถ่ายรูป จะเป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ขึ้นมาเพื่อการแสดงออกทั้งนี้การถ่ายรูปที่มักจะสะท้อนเป็นตัวตนของแต่ละคนออกมา ในบรรดากลุ่มตัวอย่างดังกล่าว น้องใหม่จะมีรูปมากที่สุด ซึ่งอาจแสดงให้เห็นถึงการต้องการสร้างพื้นที่เพื่อการแสดงออก ไม่เพียงเฉพาะกลุ่มดังกล่าวเท่านั้นกลุ่มที่มีอายุ 20-30 ปี ก็มีการถ่ายรูปเช่นกัน ในขณะที่กลุ่มที่มากกว่า 40 ปีขึ้นไปกลับพบการถ่ายรูปน้อยกว่ากลุ่มดังกล่าว

ส่วนเฟรนด์ (18) ก็ชื่นชอบที่นี่เช่นกันโดยกล่าวว่า

“ที่หนูชอบคือ ที่นี่มีความโบราณ ของเก่า ๆ ในอดีต พอเดินเข้ามาข้างใน เพลงเก่า ๆ เดินเข้ามาอีกจะมีของกิน มีขนมเบื่อง มองภายนอกดูแคบ เล็ก ข้างในจะใหญ่ มีเกมส์ต่าง ๆ เช่น ปาโป่ง ใครอยากได้ก็ซื้อคุปอง ข้างบนจะเป็นร้านเหล้า แม่โขง มีซุ้มเพลง” (เฟรนด์ (18), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

เฟรนด์จะเป็นคนที่ชื่นชอบการบริโภคเป็นอย่างยิ่ง เท่าที่ผู้วิจัยสังเกตดูเมื่อพูดถึงเรื่องขนมหรืออาหารการกิน เฟรนด์จะค่อนข้างมีความสุขเป็นพิเศษ ทั้งนี้ในมุมมองของ เฟรนด์แล้ว การมีร้านขายของต่าง ๆ มารวมอยู่ที่เดียวกันเช่นนี้ทำให้สะดวกมากขึ้น คล้าย ๆ กับร้านสะดวกซื้อ ไม่ต้องเดินทางไปในแต่ละที่เพื่อซื้อของกินที่ขึ้นชื่อของแต่ละแห่ง ดังนั้นเขาจึงค่อนข้างชื่นชอบที่นี่มาก ในขณะที่ใหม่ก็ชื่นชอบสิ่งต่าง ๆ ที่เพลินวานเช่นกัน

“ที่หนูชอบคือ ที่นี่มีความโบราณ ของเก่า ๆ ในอดีต พอเดินเข้ามาข้างใน เพลงเก่า ๆ เดินเข้ามาอีกจะมีของกิน มีขนมเบื่อง มองภายนอกดูแคบ เล็ก ข้างในจะใหญ่ มีเกมส์ต่าง ๆ

เช่น ปาโปง ใครอยากได้ก็ซื้อคุปอง ช้างบนจะเป็นร้านเหล้า แม่โขง มีซุ้มเพลง” (เฟรนด์ (18), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ใหม่เองก็เช่นกันเท่าที่สังเกตดูจะพบรูปถ่ายของใหม่มากกว่าเพื่อนคนอื่น ๆ ทั้งที่ความเป็นจริงขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยสังเกตลักษณะของใหม่แล้วดูจะเป็นคนที่พูดน้อยกว่าเพื่อน ทั้งนี้เท่าที่วิเคราะห์ดูแล้วใหม่อาจจะต้องการพื้นที่ในการแสดงออกทางการถ่ายรูปและทำกิจกรรมกับเพื่อน ๆ มากกว่า การให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์พูดคุย ซึ่งผู้วิจัยสังเกตอาการได้จากการถ่ายรูปจะเห็นท่วงท่า และอิริยาบถต่าง ๆ ของใหม่มากกว่าเพื่อน ๆ ทั้งหมด

“พูดในภาพรวมแล้วไม่ว่าจะเที่ยวที่ไหนเราก็สามารถมีความสุขได้ ขอแค่เราสนุกไปกักรั้วที่เราไป แต่สิ่งสำคัญคือเรื่องของความปลอดภัย สถานที่แต่ละแห่งเข้าถึงได้ยากไหม ปลอดภัยไหม ต้องคำนึงเป็นอันดับแรก ๆ เพราะถ้าเป็นอะไรไปแล้วก็จะเป็นภาระกับคนที่ต้องมาคอยดูแลเรา แนะนำนะครับว่าไปไหนไปกับเพื่อนไปกับครอบครัวสนุกสุดครับ” (ใหม่ (18), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

สิ่งที่อีกคิวกล่าวกับผู้วิจัยนั้นทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า อีกคิวค่อนข้างมีความเป็นผู้นำ มีความเสียสละ มีการเสนอความคิดในกลุ่ม เช่นใช้วิธีไหนในการหาว่าใครเป็นผู้เริ่มก่อน (เช่น หมุนขวด โยนเหรียญ เป็นต้น) มีการดูแลเพื่อน ๆ ในเรื่องความปลอดภัย และเมื่อพิจารณาจากภาพถ่ายที่กลุ่มดังกล่าวได้ถ่ายร่วมกันก็จะพบรูปถ่ายของเพื่อน ๆ ที่เป็นผู้หญิง โดยมีภาพของ อีกคิว น้อยมาก นั่นย่อมแสดงให้เห็นว่า อีกคิวคงจะเสียสละเป็นคนถ่ายภาพให้เพื่อน ๆ ทั้งนี้ในมุมมองตัวของ อีกคิว แล้วจะชื่นชอบบรรยากาศที่เพลินวานมากที่สุด

จากการสังเกตกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีกลุ่มนี้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มนี้ชื่นชอบการถ่ายรูป โดยสังเกตจากการโพสต์ท่าต่าง ๆ และพยายามหามุมที่ถ่ายแล้วออกมาสวยและดูดี และอีกประการหนึ่งที่สังเกตได้ชัดคือ ในบริเวณลานเพลิน ที่มีชิงช้าสวรรค์ และเกมส์ต่าง ๆ เช่น ปาลูกดอก ยิงปืน สาวน้อยตกน้ำ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จะพูดคุยหยอกล้อกันอย่างสนุกสนาน อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีความคุ้นชินกับบรรยากาศงานวัดเหล่านี้ โดย อีกคิวกล่าวกับผู้วิจัยว่า

“ตัวเค้าค่อนข้างชื่นชอบงานวัดมาก แต่ต้องรอเป็นเวลานาน เป็นงานประจำปี เป็นงานปิดทองฝังลูกนิมิต แต่ที่เพลินวานมีทุกวัน ไม่ต้องรอจนถึงเทศกาล” (อีกคิว (17), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่น่าสนใจสำหรับการตัดสินใจในการเลือกทำกิจกรรมอะไรบางอย่างที่ตกลงกันไม่ได้ว่าจะทำอะไรดี หรือจะทำอะไรก่อนอะไรหลัง กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้กลับไม่ใช้วิธีโยน้อยออก ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานทั่วไปที่นิยมทำกัน แต่กลับใช้วิธีการหมุนขวดหากปากขวดไปตรงกับใครก็ให้คนนั้นมีสิทธิ์เลือกหรือตัดสินใจ พวกเขาไม่ใช้วิธีการฟังเสียงข้างมาก ถ้าฟังเสียงข้างมากจะเป็นการลำเอียง

“หมูนวด โยนเหรียญ ยุติธรรมสุดแล้วครับ” (อึกคิว (17), สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

อย่างไรก็ตามการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นวิธีการหรือวิธีคิดของคนรุ่นใหม่ที่ยังน้อยที่กำลังจะเติบโตไปเป็นกำลังสำคัญของประเทศ ทั้งนี้ นิสิต นักเรียน นักศึกษา ก็ล้วนเป็นหนึ่งในชนชั้นกลางที่ถูกกล่าวถึงในสังคมด้วยเช่นกัน ทั้งนี้กล่าวโดยรวมได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คนกลุ่มนี้มาเที่ยวเพลินวานเพราะพบเห็นข้อความที่โพสต์ลงในสื่อสังคม ประกอบกับมีรูปภาพที่น่าสนใจ เช่น เฟสบุ๊ก ก็เลยชวน ๆ กันมา ดริม (18) คือคนแรกที่ชวนเพื่อน ๆ ทั้งสี่ ซึ่ง ดริม (18) เป็นผู้ที่ติดตามสื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง กลุ่มดังกล่าวมีเครื่องมือสื่อสารที่เรียกว่า สมาร์ทโฟน 4 คน มีเพียง 1 คน เท่านั้นที่ยังคงใช้โทรศัพท์ธรรมดาที่ไม่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวทั้ง 5 คน ล้วนทำงานพิเศษหลังเลิกเรียนและความชื่นชอบในแต่ละสิ่งที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนมีบุคลิกที่แตกต่างกันไป เช่น พลอย จะชอบนาฬิกา เป็นพิเศษ ดริม (18) ต้อง เช็กอิน ก่อนเป็นลำดับแรก เฟรนด์ (18) ก็จะพูดถึงเรื่องกินเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนใหม่ก็จะชื่นชอบเรื่อง เพลง เก๋ ๆ ของร้านบอย ในขณะที่ อึกคิวจะชื่นชอบในเรื่องของบรรยากาศ

สรุปได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวนั้นทั้งหมดเป็นคำตอบที่ไม่ซ้ำหรือไม่เหมือนกันเลย คำตอบที่ได้เช่น เหมือน vintage romantic country ชิลล์ ๆ นึกถึงวันวาน เมืองย้อนยุค เก๋ ๆ แพลกดี เป็นต้น ซึ่งคำตอบเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนั้นล้วนแต่มีการสร้างนิยามของเพลินวานที่แตกต่างกัน ข้อมูลดังกล่าวยังบอกต่อไปว่านักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ทุกคนไม่ได้ตั้งใจมาเที่ยวเพลินวาน มีคนพามา เช่น ครู หรือมาจับครอบครัว ส่วนใหญ่ก็จะมากันเป็นครั้งแรก จะมีบ้างที่มาเป็นครั้งที่สองและครั้งที่สามแต่ก็ไม่มาก และครั้งหนึ่งทราบเรื่องราวของเพลินวานจาก internet ในขณะที่อีกครั้งหนึ่งนั้นทราบจากเพื่อนและครอบครัว การให้ความหมายของเพลินวานที่หลากหลาย มีทั้ง vintage classic romantic เก๋ โบราณ และอีกหลายเหตุผลนั้น ความหมายของคำต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำที่มีความหมายเฉพาะบุคคล เช่น คำว่า vintage ที่มีการกล่าวถึง เป็นความหมายที่มีความแตกต่างกับคำว่า country และเป็นความหมายที่ไม่เท่ากับชนบท หรือแม้กระทั่งคำว่า classic หรือ romantic ก็ล้วนมีความแตกต่างกันอยู่เช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยตีความจากการให้ความหมายที่เกิดขึ้นว่า มาจากประสบการณ์และความเข้าใจในสิ่งนั้นมากกว่า เช่น กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจะเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากนัก จึงจะเข้าใจคำว่า vintage หรือ ชนบทไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน

ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวที่บ่งชี้ว่าทราบเรื่องราวของเพลินวานมาจาก internet นั้น น่าจะมีส่วนสำคัญต่อการรับรู้และการสร้างความหมายของกลุ่มนี้เช่นกัน เนื่องจากว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับโลกของการสื่อสาร เช่น internet การใช้ internet เพื่อสืบหาข้อมูลนั้นน่าจะมีส่วนที่ทำให้คนกลุ่มนี้มีโอกาสรับรู้และเข้าใจความหมายของสิ่งที่เกิดขึ้นมากกว่าการรับรู้ที่เกิดขึ้นบน

โลกของความเป็นจริง ดังนั้นคำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น vintage classic romantic นั้น ผู้วิจัยเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าคนกลุ่มนี้มีความเข้าใจที่ไม่ตรงกับความหมายดังกล่าว ซึ่งคำเหล่านี้ก็ถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อเปรียบเปรยกับสิ่งที่เห็นที่เพลินวานด้วยการเทียบเคียง ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นพอจะสรุปได้ว่า การให้นิยามหรือความหมายของเพลินวานนั้นมีชุดความหมายที่แตกต่างกัน

5.2.2 กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 16 คน มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เริ่มจะทำงานและเริ่มที่จะมีรายได้เป็นของตนเอง ดังนั้นคำตอบ (บางส่วนที่ปรากฏก็มักจะมีการอ้างอิงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น ตลาดน้ำ) ที่ได้มาส่วนใหญ่ก็จะมีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่น อันแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้เริ่มที่จะมีต้นทุนที่เป็นประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวอยู่บ้างแต่อาจจะน้อยไม่มาก

(1) สัมภาษณ์เดี่ยว⁶

“สำหรับนิยามของเพลินวานคือสถานที่ที่มีบรรยากาศย้อนยุค เนื่องจากเป็นคนชอบท่องเที่ยว ชอบไปเที่ยวพวกตลาดน้ำ ไปเที่ยวตลาดน้ำมาทั้งดำเนินสะดวกและอัมพวา หากจะเปรียบเทียบกับเพลินวานแล้วทั้งสองที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกับเพลินวานเป็นอย่างมาก ตลาดน้ำทั้งสองเป็นของจริงมีพื้นที่ใหญ่กว่าของกินมากกว่า แต่เพลินวานให้บรรยากาศย้อนยุคมากกว่า แต่ชอบที่นี้เพราะชอบมาซื้อของฝาก ถ่ายรูป ชอบการจัดสถานที่โดยเฉพาะร้านค้าต่าง ๆ ในเพลินวานซึ่งมีการจัดพื้นที่แบบลงตัวและน่าสนใจ” น้ำตาล (22), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558

หรือ “เพลิน ๆ เดินชิลล์ ๆ (อิศราภรณ์)” และ “สถานที่จำลองของเก่า ๆ (ศรียรัตน์)” ตัวเค้ (ศรียรัตน์) กับเพื่อนสนิทชวนกันไปเที่ยวที่ ตลาดน้ำอัมพวา มาก่อน แต่ละที่มีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน อัมพวา มีของจริง พื้นที่มีน้ำ มีร้านขายของ มีเรือ มีบ้านเรือน ในขณะที่เพลินวาน สร้างขึ้น แต่ก็สร้างได้ดีทีเดียว ได้บรรยากาศเก่า ๆ รู้สึกได้ดีกว่า ที่นี้มีของจุกจิกมากกว่า ส่วนตัวแล้วชอบที่นี้มากกว่า (ทั้งสองตอบเหมือนกัน) ชอบโดยรวมของทั้งหมดที่นี่ ไม่ได้ชอบเพียงจุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษอิศราภรณ์ (23)/ศรียรัตน์ (24), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558

จากการให้สัมภาษณ์ดังกล่าว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เริ่มที่จะมีการกล่าวถึงสถานที่อื่น ๆ ให้ผู้วิจัยฟัง พร้อมทั้งบรรยายสิ่งที่เกิดขึ้นว่าเป็นเช่นไร ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลที่มากกว่าในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่มักไม่ค่อยกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการให้นิยามของเพลินวานในลักษณะสั้น ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งมีแง่มุมที่น่าสนใจดังนี้

“เพลินวาน เป็นพื้นที่ที่แสดงของเก่า ๆ โบราณ มีของกิน มีของขาย มีของที่ระลึก” นา (22), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558

⁶ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงอายุของนักท่องเที่ยว

“อยากเพลินต้องมาเพลินวาน” แพร (24), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“ของเยอะ น่ารัก” ขวัญ (27), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“สวยแปลกตา เหมือนอดีตสมัยก่อน” สุรีย์พร (28), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“การเพลินถึงสิ่งที่เกิดขึ้นของวันวานที่ผ่านมา” บอล (30), เพศชาย, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

ทั้งนี้แม้ว่าการให้นิยามที่ดูเหมือนจะเป็นประโยชน์ สั้น ๆ แต่ผู้วิจัยกลับพบว่าในความหมายที่สันต์กล่าวมีความแตกต่างจากกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นอย่างมากกล่าวคือ กลุ่มนี้เริ่มมีการพูดถึงสินค้า สิ่งของ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ที่มีต่อสถานที่ดังกล่าว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนี้เริ่มมีการให้ความรู้สึกมากไปกว่าการให้นิยามเพียงอย่างเดียว คำว่า การเพลิดเพลิน สะท้อนให้เห็นถึงความสนุกสนาน ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่มีอดีตบางอย่างร่วมกับเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น เช่น งานวัด นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบถึงความหลากหลายของความหมายที่เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่างอีกเช่นกัน ซึ่งเป็นความหลากหลายที่มีประเด็นที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย

“เพลินวาน คือ สถานที่ที่สร้างให้ดูเหมือนจริง เก๋จริง มีทั้งสิ่งของ เครื่องใช้ ของกิน และเกมส์ เป็นเหมือนแหล่งรวมทุกอย่างที่เกี่ยวกับอดีต” มะเหมียว (24) ในขณะที่ โบว์ (25) กล่าวเพียงสั้น ๆ ว่า “เก๋ดี มีสไตล์” (มะเหมียว/โบว์, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“เพลินวานแล้ว น่าจะเป็นสถานที่โรแมนติก สนุกสนาน มีชีวิตชีวา และก็มีของที่หลากหลาย ไม่ใช่แค่ของเก่า ๆ เท่านั้น ยังมีของกิน ของใช้ ของฝาก ของที่ระลึกวางขายอยู่หลายอย่าง ชอบไปทั้งหมดคือมองภาพรวม ๆ ไม่ได้ชอบหรือเน้นจุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นคนชอบท่องเที่ยวแนวนี้ ไปมาทั้งตลาดสามชุกที่สุพรรณบุรี ตลาดน้ำคลองสวน 100 ปี แต่ก็รู้สึกชอบที่นี้นะ แม้จะเป็นการสร้างขึ้นก็ตาม ไม่ได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับปลอม หรือจริง แต่เมื่อเข้ามาแล้วกลับมีความรู้สึกชอบในบรรยากาศมากกว่า สำหรับการถ่ายรูป จะถ่ายตรงบริเวณทางเข้า ที่ดูแปลกตาดี ไม่เหมือนใคร ไม่ใช่ความสวย แต่เป็นความน่าสนใจมากกว่า น่าค้นหา ชอบที่นี่ตรงที่มีความหลากหลาย ไม่ซ้ำซากจำเจ และมีสิ่งที่น่าค้นหาซึ่งตรงนี้อาจจะเป็นเสน่ห์ของเพลินวาน” (ยุ้ย (27), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ราคาไม่แพง จับต้องได้ มาเดินแล้วราคาไม่สูงมากพอรับได้ ตกแต่งสวยดี” เปียร์ (28), เพศหญิง และ “เพลินวาน เป็นสถานที่บอกเล่าเรื่องราวในอดีตผ่านข้าวของ เครื่องใช้ ประกอบกับต้องมีจินตนาการของนักท่องเที่ยวผสมเข้าไปด้วย” (ติ่ง (30), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

จากนิยามหรือการให้ความหมายที่เกิดขึ้นดังกล่าวผู้วิจัยมองว่าเป็นนิยามหรือการสร้างความหมายที่มีความคล้ายกันในแง่ของการให้ความหมายของสถานที่ว่า เก่า ๆ เป็นอดีตที่มีเรื่องราว ทั้งอดีตที่เกิดขึ้นเป็นอดีตที่มีหลากหลายช่วง ซึ่งก็ไม่น่าจะเป็นอดีตที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพราะว่า อดีตที่ถูกสร้างขึ้นนั้นเป็นอดีตที่เกิดขึ้นในยุคดิสโก้ และยุคปลาย ๆ ทศวรรษ 90 (จากคำให้สัมภาษณ์ของ เอกและตุนที่กล่าวกับผู้วิจัยขณะให้สัมภาษณ์ เมื่อ 7 ก.พ. 2557) และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่น่าจะเกิดทันในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการรับรู้เรื่องราวของยุคต่าง ๆ ผ่านสื่อหนังสือ ตำรา ที่มีคำอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงเกิดความต่างขึ้นในเรื่องของการรับรู้และสร้างความหมายของโลกเสมือนและโลกความเป็นจริง

“เพลิวาน ก็คือสถานที่ท่องเที่ยวแนว vintage ที่มีอยู่น้อยมากในปัจจุบัน หลายแห่งที่เกิดขึ้นมักตั้งชื่อตามสถานที่ต่างประเทศ มีที่เพลิวานที่นี่ที่ยังคงความเป็นอดีตของไทยไว้ (ตลาดน้ำหัวหินสามพันนามอีกแห่ง) ส่วนตัวแล้วพามาเดินกลับชอบและรู้สึกดีมีหลายอย่างที่น่าสนใจ ทั้งลานเพลิน ของกิน ของใช้ ของฝาก มีให้เลือกหลากหลาย จุดที่สนใจและหยุดอยู่นานคือบริเวณของกิน เช่น ไอติมทอด ขนมหั้วเต็ม น้ำปลาหวานสูตรโบราณ เป็นต้น” (แอน (30), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“ถ้าจะให้นิยามหรือให้ความหมาย คิดว่า เพลิวานน่าจะเป็นแหล่งรวมความเก่า ความหลากหลาย ของแต่ละยุคแต่ละสมัย ซึ่งก็มีอยู่ไม่มากนักในหัวหิน แหล่งท่องเที่ยวแนวนี้สามารถเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี บริเวณที่ชอบเป็นพิเศษคือ ร้านค้าตามรถเข็นที่จะมีของแปลก ๆ เช่น ไอติมทอด โมจิ กุ้ยช่ายโบราณ รสชาติใช้ได้เลยทีเดียว” (แอน (30), สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุ 20-30 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มให้นิยามหรือความหมายของเพลิวานแตกต่างออกไป เริ่มมีคำอธิบายเพิ่มเติม จากข้อมูลที่เกิดขึ้นพบว่าส่วนใหญ่ทราบเรื่องราวรายละเอียดเกี่ยวกับเพลิวานมาจาก internet ซึ่งเป็นโลกเสมือนที่ไม่ใช่โลกจริงประกอบกับการที่มีต้นทุนหรือประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นจึงทำให้การรับรู้กับความเข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้นบนโลกความเป็นจริงมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ชุดความรู้ที่เกิดขึ้นในการสร้างคำอธิบายเกี่ยวกับเพลิวานจึงค่อนข้างที่จะมีความคล้ายคลึงกัน ไม่ค่อยจะมีความแตกต่างกันมาเท่าไร นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนี้มีความตื่นตาตื่นใจ (exotic) เมื่อได้มาสัมผัสกับพื้นที่จริงที่เกิดขึ้น และเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบเพลิวานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ จากข้อมูลการสัมภาษณ์ยังพบว่าเมื่อเพลิวานหายไปจะรู้สึกอย่างไร คำตอบที่ได้ มีทั้ง เสียใจ เสียใจ เศร้า ซึ่งก็เป็นเรื่องของอารมณ์ร่วมที่เกิดขึ้นไม่ได้มีเรื่องของเหตุผลที่มารองรับสิ่งดังกล่าว ในแง่มุมหนึ่งผู้วิจัยมองว่า เพลิวาน มีความน่าตื่นตาตื่นใจแต่จะเป็นความตื่นตาตื่นใจที่เกิดขึ้นกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เท่านั้น ซึ่งเมื่อเพลิวานต้องหายไปแล้วนักท่องเที่ยว

กลุ่มอื่น ๆ นั้น ผู้วิจัยมีความเชื่ออยู่ว่าน่าจะมีเรื่องของเหตุผลรองรับมากกว่าเรื่องของอารมณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งก็น่าจะมีคำตอบที่มีความแตกต่างไป

(2) สัมภาษณ์กลุ่ม

การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 20-30 ปี ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มนั้นผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ดังกล่าวจำนวน 2 คน เป็นชาย 1 คน และหญิง 1 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling)



ภาพที่ 5.9 ภาพของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-30 ปีขณะรอการสัมภาษณ์ และเดินอยู่ในเพลินวาน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ทั้งคู่ พบว่า การมาเที่ยวที่เพลินวานครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรก โดยการมาแต่ละครั้งพื้นที่และรูปแบบก็เปลี่ยนแปลงไป แต่สิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลงคือบรรยากาศและความรู้สึกที่เกิดขึ้น โดยส่วนตัวแล้วทั้งสองมีความชื่นชอบที่นี่เพราะเมื่อมาเดินแล้วให้ความรู้สึกเหมือนตนเองกลับไปอยู่ในวัยเด็กอีกครั้งหนึ่ง โดยเปียร์ (28) กล่าวว่า

“คิดถึงช่วงเวลาตอนเด็ก ๆ ที่มักจะวิ่งเล่นกับเพื่อน ๆ แล้วไปแวะซื้อขนมที่ร้านขายของแถวหมู่บ้านในต่างจังหวัด เช่น ขนม หมากรั้วตาแมว ที่ ชอบขนม ลูกอม พอเรามาดูแล้วรู้สึกดี ตอนเด็ก ๆ กินบ่อย แถวบ้านไม่ค่อยมี” (เปียร์ (28), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

นอกจากนี้ความที่เปียร์ (28) ทำงานเป็นช่างซ่อมรถยนต์จึงทำให้เค้าสนใจรถยนต์เป็นพิเศษ โดยเปียร์กล่าวถึงสิ่งที่สะดุดตาที่เพลินวานว่า “ที่สะดุดตาก็อยู่ที่ชั้นล่าง เป็นรถสามล้อ ที่จอดอยู่ชั้นล่าง หัวจรวด ซึ่งไม่ได้เห็นนานแล้ว ผมเคยเห็นตอนยังเด็กอยู่ ที่ต่างจังหวัด” ในขณะที่ฝ่ายหญิงชอบเรื่อง เสื้อผ้า เครื่องประดับโดย บีม (27) กล่าวว่า

“หนูชอบเสื้อผ้าเพราะ มีหลากหลาย สีสันให้เลือก ราคาไม่แพง โดยเฉพาะที่ชั้นล่าง” (บีม, (27), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

สิ่งหนึ่งที่ทั้งสองตอบตรงกันคือ ทั้งคู่มาเพลินวานเพราะ เพื่อนชวน ซึ่งเหตุผลดังกล่าวจะมีความต่างจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีตรงที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมาเพราะติดตาม

จาก สื่อสังคม โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งสองไม่ทราบและไม่รู้เลยว่า เพลินวา คืออะไร โดยผู้วิจัยถามต่อว่า “พอมารู้แล้วพอลองเข้าใจใหม่ว่าคืออะไรและเป็นอย่างไร” เบียร์ (28) ตอบว่า

“ก็น่าจะเป็นร้านสไตล์แบบของเก่า ๆ โบราณ ย้อนอดีต หาตุ๊กตาครบทุกวันนี้” ในขณะที่ ปีมตอบว่า “ตอนแรกหนูไม่รู้จะกะว่า เพลินวาน คืออะไร เพื่อนที่อยู่กรุงเทพฯบอกให้มาเดินเพลินวาน หนูยังไม่รู้เลยว่าข้างในเพลินวานเป็นไง ถ้าไปเพลินวาน เสียเงินค่าเข้าไหม ก็ไม่มีนะ คือถ้าเสียเงินจะไม่มา ถ้าไม่เสียค่าเข้าก็จะมา” (ปีม (27), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ผู้วิจัยถามต่อว่า “มาแล้วเป็นไงบ้าง รู้สึกอย่างไร” ปีม (27) ตอบว่า

“ตอนแรกหนูคิดไม่ออก วาดภาพไม่ออกว่า เพลินวานมีลักษณะเป็นอย่างไร ตอนแรกแอบเดาอยู่ในใจว่า เพลินวาน น่าจะมีลักษณะคล้าย ๆ ตลาดรุ่นยุคพ่อแม่เรา มีของกิน ของใช้ ก็น่าจะมีอะไรให้ดูในแบบที่เราเคยเห็น” (ปีม (27), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ในขณะที่ เบียร์ นั้นเป็นคนพูดน้อยกว่าฝ่ายหญิงแต่มาเที่ยวเพลินวานมากกว่า ซึ่งเบียร์เคยมาที่นี่ครั้งหนึ่งเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมาโดยมากับเพื่อน เบียร์ กล่าวต่อว่า เค้ารู้สึกว่ที่นี่เปลี่ยนไปมาก ไม่เหมือนก่อน (เนื่องจากเป็นคนที่ชอบเรื่องรถยนต์ เค้าสังเกตว่าที่ชั้นล่างจะมีรถยนต์คันใหญ่สมัยโบราณ จอดโชว์อยู่ 1 คันแต่ปัจจุบันคันดังกล่าวหายไปแล้ว) แต่สิ่งหนึ่งที่รู้สึกเหมือนเดิมคือ บรรยากาศ และความรู้สึกที่ทำให้เค้าได้ระลึกและนึกถึงความทรงจำที่เกิดขึ้นในวัยเด็ก

จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวผู้วิจัยพบว่า ฝ่ายชายเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีความสนใจในเรื่องราวที่สอดแทรกอยู่ในเพลินวานมากกว่าฝ่ายหญิง ขณะที่ฝ่ายหญิงแทบจะไม่ทราบเรื่องราวที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับเพลินวานเลย แต่ความน่าสนใจอยู่ตรงที่ทั้งคู่มาที่นี่เพราะ สื่อสังคมที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (ในขณะที่รอการให้สัมภาษณ์ผู้วิจัยสังเกตเห็นทั้งคู่ดูโทรศัพท์อย่างไม่คลาดสายตา) ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมที่เกิดขึ้นมีผลทำให้ทั้งคู่สนใจและตัดสินใจมาเดินดูเพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่า สิ่ง ที่บอกกล่าวเล่าเรื่องใน เฟซบุ๊ก นั้นเป็นเช่นไร และมีความน่าสนใจมากน้อยขนาดไหน ซึ่งก็ทำให้คนกลุ่มนี้มากันมากถึง 3,273 คนต่อสัปดาห์ โดยเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลมา

ทั้งนี้สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี นั้นมีการให้นิยามของเพลินวานที่จะพบคำที่ซ้ำ ๆ กัน เช่น วันวาน โบราณ อดีต ย้อนยุค เพลิดเพลิน สนุกสนาน มีชีวิตชีวา เป็นต้น คำต่าง ๆ เหล่านี้ที่ออกมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เดี่ยวจำนวน 14 คนนั้น เป็นการให้นิยามหรือความหมายของเพลินวานในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งคนกลุ่มนี้ก็มีการผลิตชุดความหมายขึ้นมาชุดหนึ่งที่มีความแตกต่างไปจากกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ชุดความหมายที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ผลิตออกมานั้นเป็นชุดความหมายที่เริ่มแสดงให้เห็นว่า เพลินวาน ถูกมองว่าเป็นมากกว่า vintage classic romantic แต่ถูกมองไปถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง เริ่มมีการพูดถึงสิ่งของ เครื่องใช้ ความน่ารัก ความแปลกตา ซึ่งทำให้ชุดความหมายที่ออกมาจากคนกลุ่มนี้เป็นชุด

ความหมายที่เริ่มจะมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยน มากขึ้น ประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยมองว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เริ่มต้นทำงานและมีรายได้เป็นของตนเอง ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มที่เริ่มที่จะมีกำลังซื้อแต่ยังไม่มากนัก เริ่มที่จะหาสถานที่ สิ่งของ เครื่องใช้ ที่เป็นทางเลือกให้กับตนเองมากขึ้น ข้อมูลในกลุ่มนี้ยังปรากฏให้เห็นว่ามีบางส่วนที่ตั้งใจมาแม้จะมีไม่ถึงครึ่งก็ตาม การตั้งใจมาเที่ยวเพลินวานนั้นข้อมูลยังบอกต่อไปว่าคนกลุ่มนี้ทราบข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของเพลินวานจากทาง internet

ความตั้งใจมาเที่ยวของข้อมูลทาง internet นั้น ผู้วิจัยมองว่ามีส่วนสำคัญต่อการผลิตชุดความหมายของเพลินวานของคนกลุ่มนี้ เช่น กรณีของ น้ำตาล (22) ที่ให้นิยามสั้น ๆ ว่าบรรยากาศย้อนยุค ซึ่งก็เป็นนิยามที่อาจจะพบเห็นได้จากหน้าเว็บไซต์ของเพลินวาน กรณีของ สุรีย์พร (28) ที่ให้นิยามหรือความหมายของเพลินวานว่าสวยแปลกตา เหมือนสมัยก่อน ขณะที่ กรณีของ แพร (24) ที่ให้นิยามอย่างน่าสนใจว่า “อยากเพลิน ต้องมาเพลินวาน” นั้นแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้เริ่มมีชุดความรู้และการให้ความหมายของเพลินวานละเอียดมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เพลินวาน สามารถผลิตชุดความหมายที่เกิดขึ้นได้อย่างหลากหลาย ทั้งนี้ชุดความหมายที่เกิดขึ้นของแต่ละคนนั้นเป็นชุดความหมายมีทั้งชุดความหมายที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกัน เช่น ทอม (21) กับ นา (22) ที่มองเพลินวาน เป็นเรื่องของโบราณ ของเก่า เป็นต้น ในขณะที่ ดั้ง (30)/เปียร์ (28) ที่มองเพลินวานในมุมที่ต่างไปเลยคือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และราคาสินค้าไม่แพง

5.2.3 กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 10 คน มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มมีข้อมูลในการให้สัมภาษณ์มากขึ้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่มีความหลากหลายเช่นกัน ซึ่งแต่ละคนก็ล้วนให้ความหมายหรือนิยามของเพลินวานที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตข้อมูลที่ได้คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีประสบการณ์เกี่ยวกับอดีตพอสมควร ทั้งนี้เห็นได้จากการกล่าวถึงอดีตที่มีความสุขการย้อนเวลากลับไปเพื่อเห็นภาพเก่า ๆ ดังเช่น

(1) สัมภาษณ์เดี่ยว ⁷

“รู้สึกถึงวันเก่าย้อนวันวานประมาณตอนเด็ก ๆ (7-10 ขวบ)” ชอบที่นี่เพราะทำให้รู้สึกถึงบรรยากาศเก่า ๆ ในอดีต ซึ่งตนเองมีอดีตที่น่าประทับใจ ได้วิ่งเล่นกับเพื่อน ๆ ได้ไปเดินตามงานวัดกับพี่ น้อง ถ้าที่นี่หายไปจะรู้สึกเศร้า เพราะไม่มีที่ให้ย้อนอดีตเช่นนี้อีก โดยเฉพาะเทศกาลงานวัด ที่มาได้ทุกวันโดยไม่ต้องรอเป็นปีหรือช่วงเทศกาล ชอบโชนขายของกิน ของเล่น และขนมทำให้นึกถึงตอนเด็ก ๆ สำหรับการถ่ายรูปนั้นถ่ายแบบทั่ว ๆ ไป ไม่ได้เน้นจุดใดเป็นพิเศษ และถ่ายทั้งคน

⁷ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงอายุของนักท่องเที่ยว

และวิวรรณถึงฉากหลังให้ติดบรรยากาศของเทศกาลงานวัดและผู้คนที่เดินผ่านไปมา เป็นคนชอบท่องเที่ยว ไปในที่ใหม่ ๆ และน่าสนใจ” (กิตติวัฒน์ (36), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“ส่วนตัวแล้ว ให้นิยามเพลินวาน ว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบย้อนยุค มีของเก่า ๆ โบราณที่ในยุคปัจจุบันไม่ค่อยจะเห็นแล้ว เช่น ขนม ลูกอม หมากฝรั่ง ของเล่น ตุ๊กตา โปสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นคนที่ชอบของแนวเก่า ๆ อยู่แล้ว เมื่อเห็นของเหล่านี้จึงทำให้นึกถึงสมัยตอนเป็นเด็ก ๆ เมื่อสัก 30 ปีก่อนที่อยู่ต่างจังหวัด พอจะมีของเหล่านี้วางขายอยู่บ้าง ถ้าเพลินวานหายไป ก็ไม่ได้รู้สึกอะไรมากนักเพราะเป็นพื้นที่ที่สร้างขึ้นไม่ใช่พื้นที่จริง เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังนั้นเมื่อไม่ใช่ของจริง เมื่อหายไปก็ไม่ได้มีความหมายหรือความสำคัญอะไร เพราะทุกอย่างล้วนถูกสร้างขึ้น ไม่ได้ถ่ายรูปแบบไม่ได้รู้สึกว่ายากถ่าย เริ่มที่จะเหนื่อยด้วยเนื่องจากต้องไปอีกหลายที่ก่อนหน้านี้ก็ไปตลาดน้ำหัวหินสามพันนามมา ซึ่งก็แตกต่างกันนะทั้งสองที่แม้จะสร้างให้เก่าเหมือนกันแต่ก็คนละแนว สามพันนามเป็นตลาดน้ำ แต่ที่นี่พี่ว่าเป็นเหมือนตลาด หรือชุมชนจำลองมากกว่า แต่ก็ชอบทั้งสองที่ถ้ามีโอกาสก็อยากจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง” (น้อง (37), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

เริ่มแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีภาพของอดีตที่น่าจะทันในช่วงเวลาที่สินค้า ข้าวของ เครื่องใช้ หรือแม้แต่บทเพลง (ลูกทุ่ง) นั้นกำลังได้รับความนิยม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เริ่มมีประสบการณ์ตรงกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งนอกจากจะมีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นที่เป็นสถานที่จริงที่มีมิติทางประวัติศาสตร์ มิติทางวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นจริงเข้ามาเกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถที่จะแยกแยะสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมอง เพลินวาน ว่าเป็นสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น ที่ไม่ใช่พื้นที่จริงและไม่มีมิติทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมดังกล่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบความหลากหลายของข้อมูล ที่นอกจากจะเกี่ยวกับการให้นิยามของเพลินวาน เพียงแค่บรรยากาศเก่า ๆ แล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังกล่าวถึง สินค้า การจัดรูปแบบ สถานที่ ของเพลินวานด้วยเช่นกัน “บรรยากาศเก่า ๆ คลาสสิก เพลิดเพลินกับเมื่อก่อนมาแล้วก็ชอบสามารถจัดเรียงสถานที่ สินค้า ได้อย่างน่าสนใจ” (สุ (30), เพศชาย, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“นิยามของที่นี่คือ โบราณ ของเก่า อดีต ชอบที่นี้มาแล้วมีความสุข นึกถึงภาพของอดีตมาทุกครั้งก็นึกถึงทุกครั้ง นอกจากชอบบรรยากาศในนี้แล้ว ยังชอบร้านขายของเก่า ๆ เช่น ดอกบัวพานิช ร้านถ่ายรูปชั้นล่าง เห็นแล้วนึกถึงสมัยอดีตที่ยังวิ่งเล่นอยู่กับเพื่อน ๆ ที่อื่นไม่ค่อยมีร้านขายของเก่า ๆ แบบนี้” (น้อง (32)/น้ำ (34), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“นิยามของเพลินวาน ชื่อก็บอกตรงตัวอยู่แล้ว นึกถึงวันวาน เป็นที่รวบรวม lifestyle การกิน การใช้ชีวิต ชอบบรรยากาศ ความรู้สึกที่เหมือนได้ย้อนไปในอดีตอีกครั้งหนึ่ง” (หญิง (35), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“โดยส่วนตัวแล้วให้ความหมายของสิ่งนี้ว่า เก้า โบราณ ย้อนอดีต ช้าเวลา นิสัย ส่วนตัวแล้วสนใจของแนว ๆ นี้อยู่แล้ว ชอบไปเดินตลาด เห็นความเป็นไปของผู้คน เพราะว่าตลาดทำให้เราเห็นวิถีชีวิตของคนตั้งแต่เด็กไปจนคนแก่ แม่ค้า พ่อค้า ซึ่งเพลินวานก็สะท้อนให้เห็นบางส่วนของความเป็นตลาดอยู่เช่นกัน เป็นคนที่ไม่ค่อยขึ้นชอบการถ่ายรูปเท่าใดนัก จะถ่ายอยู่ 2-3 รูปที่สนใจลงในโทรศัพท์ ตรงงานวัดและทางเข้าจากมุมด้านในมองออกไป ซึ่งผมว่าแปลกดี” (หอย (40), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมาข้างต้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ต้นทุนหรือประสบการณ์ร่วมในสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างนิยามหรือความหมายผ่านการรับรู้ที่เคยเกิดขึ้น ทั้งนี้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีต้นทุนและประสบการณ์ที่มากกว่ากลุ่มอายุ 20-30 ปีอยู่พอสมควรแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้นทุนหรือประสบการณ์ดังกล่าวยังถูกจำกัดอยู่เพียงแคภายในประเทศเท่านั้น ซึ่งยังไม่ได้มีการกล่าวถึงประสบการณ์หรือต้นทุนที่เกิดขึ้นจากต่างประเทศให้ปรากฏ ดังจะได้ได้จากความพยายามในการหยิบยกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางไปในสถานที่ดังกล่าวเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับหรือเทียบเคียงกับสิ่งที่เกิดขึ้นที่เพลินวาน เช่น “สำหรับผมแล้วผมให้นิยามของเพลินวานว่า เป็นเหมือนตลาดเก่า มีประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยว โดยได้ไปท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยามาก่อน แต่ชอบที่ เพลินวาน มากกว่าเนื่องจากมีบรรยากาศย้อนยุคมากกว่า” (รัชกฤต (37), เพศชาย, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

ทั้งนี้สิ่งที่รัชกฤตหยิบยกขึ้นมาเกี่ยวกับตลาดน้ำทั้งหลายที่เคยไปมานั้นมุมมองหนึ่งอาจมองได้ว่าเป็นการเปรียบเทียบ แต่อีกมุมมองหนึ่งผู้วิจัยกลับมองว่า นักท่องเที่ยวพยายามที่จะเสาะหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มเติมความรู้และหาประสบการณ์ ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและมีความสอดคล้องไปกับลักษณะของชนชั้นกลางดังที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2552, น. 102) ได้กล่าวถึงไว้ในงานศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนชั้นกลางไทย

(2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview)

สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย จีบ อายุ 38 ปี หนุมวัยทำงาน⁸ จาก อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินทุกปี ปีละอย่างต่ำ 2 ครั้ง โดยพักอาศัยอยู่กับเพื่อนสนิทครั้งละไม่ต่ำกว่า 7 วัน เนื่องจากจีบเป็นผู้ที่มีอัธยาศัยดีและชอบพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ (ซึ่งเป็นลักษณะประการหนึ่งของคนทำงานภาคบริการ ชอบพบปะผู้คน) จึงทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์ พูดคุยกับจีบเป็นเวลานานเลยทีเดียว ผู้วิจัยมักเริ่มต้นด้วยคำถามทั่ว ๆ ไปว่า “มาเที่ยวที่เพลินวานบ่อยไหม” “ชอบอะไรในเพลินวาน” “มากันกี่คนและมากี่วัน”

⁸ จีบ ทำงานในภาคส่วนของบริการ โดยทำงานในตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต้อนรับของ โรงแรม srojin

ซึ่งคำถามเหล่านี้ถึงแม้จะดูเป็นคำถามพื้น ๆ ทัว ๆ ไปที่ดูไม่มีอะไร แต่ในทฤษฎีของผู้วิจัยแล้วกลับมองว่า คำถามเหล่านี้และจะเป็นสะพาน หรือ เส้นทาง ที่จะนำผู้วิจัยเข้าไปหาข้อมูลต่าง ๆ ในผู้ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ เช่นเดียวกัน กรณีของจีบ คำตอบที่ได้จึงเป็นคำตอบที่น่าสนใจเลยทีเดียว

“ผมเดินทางมากับเพื่อนอีกหนึ่งคนโดยไปพักกับเพื่อนสนิทที่มีบ้านอยู่ตรงข้ามกับตลาดโต้รุ่ง (ซอยร้านอาหารโกทิ) ผมทำงานที่โรงแรมที่เซาท์แลนด์ จังหวัดพังงา ส่วนเพื่อนผมทำงานโรงแรมเหมือนกัน แต่อยู่ที่ภูเก็ต ผมไปเที่ยวมาหลายที่ทั้งในและต่างประเทศ เช่น ลาว (หลวงพระบาง) ญี่ปุ่น ส่วนเมืองไทยชอบ หัวหินมากที่สุด (ล่าสุดไปเที่ยวปายมาเมื่อ ปีที่ผ่านมา) เวลาที่ผมมาเที่ยวที่หัวหิน เพื่อนผมจะให้ยืมมอเตอร์ไซด์ 1 คัน เลยได้มีโอกาสขับไปที่ต่าง ๆ สะดวกขึ้น ที่เพลินวาน ผมต้องแวะทุกครั้งที่มา พูดถึง ผมชอบบรรยากาศที่นี่ เข้ามาแล้วรู้สึกสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ และมีที่ให้เดินเล่น ได้เห็นของเก่า ๆ ที่ไม่ได้เห็นมานานแล้ว เช่น หมากรั้วตามแนว ไม้ขีดไฟ เป็นต้น แม้ว่าผมจะมีของในปัจจุบันบ้างก็ตามที แต่ผมถือว่า เป็นเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งเหล่านี้มีร้านหนึ่งที่อยู่ชั้นล่างเป็นกระเป๋าสานสะพายสีน้ำตาล ขนาดพอเหมาะผมเลยเดินเข้าไปถามราคา เพราะเป็นแบบเดียวกับที่โรงแรมผมวางจำหน่าย ซึ่งเจ้าของบอกราคามาถูกกว่าที่โรงแรมที่ผมทำงานอยู่ครึ่งหนึ่ง” (จีบ (38), เพศชาย, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557)

ความเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของจีบจึงทำให้บรรยากาศการสนทนาเป็นไปอย่างสบาย ๆ และเป็นกันเอง ความที่จีบเป็นพนักงานโรงแรมที่ต้องติดต่อ พูดคุยสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติที่ต้องการทราบเรื่องราวและความน่าสนใจเกี่ยวกับเมืองไทย จึงทำให้จีบชอบที่เพลินวาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัวเขาเองในการนำไปบอกเล่าพูดคุยกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติได้ ในทฤษฎีของ จีบเองแล้วกลับไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญถึงสิ่งที่อยู่ในเพลินวานว่าเป็นสิ่งที่จริงหรือไม่จริง แท้หรือไม่แท้ จีบเข้าใจว่า สิ่งเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นเพราะเราค้นหาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้ยากแล้วในปัจจุบัน เช่น ร้านอาหารที่เป็นร้านขายเหล้าสมัยก่อน รวมไปถึงสินค้าแต่ละอย่างที่ว่าวางขายอยู่ภายใน ซึ่งหากเราจะไปค้นหาแต่ละสิ่งคงเสียเวลาเป็นอย่างมาก เช่น ขนมซีสเซคที่เป็นของฝากของที่ประจำวบฯ แต่ที่นี้มีให้เลือกซื้อหาและราคาก็ไม่ได้แพง (5 กล่อง ราคา 100 บาท)



ภาพที่ 5.10 แสดงอิริยาบถในการยิงปืนของจีบขณะเล่นเกมส์

จิบกล่าวต่อว่า

“อีกสิ่งหนึ่งที่ผมค่อนข้างประทับใจคือ ที่หากเราจะเล่นเกมส์ต่าง ๆ ที่ลานเพลิน เช่น ชิงช้าสวรรค์ ปาลูกดอก ยิงปืน เราต้องไปแลกคูปองในโรงรับจำนำ ซึ่งผมว่าแปลกและเป็นไฉเดียวที่ติ่มาก ยังไม่เคยเห็นที่ไหนทำมาก่อนเห็นที่นี่เป็นที่แรก” (จิบ (38), สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557)

สิ่งดังกล่าวอาจไม่ใช่สิ่งแรกในความรู้และความเข้าใจของ จิบ แต่จากประสบการณ์ที่ไม่เคยเห็นมาก่อนจึงทำให้จิบชื่นชมในความคิดของสิ่งดังกล่าวที่เกิดขึ้น สิ่งที่จิบกล่าวถึงเรื่องของการนำเงินเพื่อไปแลกคูปองในโรงรับจำนำนั้นแสดงให้เห็นถึงการใช้สัญลักษณ์ของโรงรับจำนำเพื่อสร้างความหมายของการเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนเงินมาเป็นคูปอง ซึ่งก็คล้าย ๆ กับการมีตัวจำนำ⁹ การให้ความหมายของการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือเงินมาใช้ในการซื้อคูปองดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่เชื่อมโยงได้ว่า ในอดีตเคยมีสิ่งนี้เกิดขึ้น (อดีตในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500) และภาษาจีนที่ถูกนำมาใช้ (คำดังกล่าวอ่านว่าโกว-ตึง¹⁰) ก็ยังสามารถแสดงว่าในช่วงเวลาดังกล่าวมีชาวจีนเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.11 แสดงสถานที่รับแลกคูปองเพื่อเล่นเกมส์ที่ทำเป็น โรงรับจำนำ

อย่างไรก็ตามเรื่องราวต่าง ๆ ที่ จิบ ส่งผ่านมายังผู้วิจัยระหว่างการสนทนานั้น สะท้อนให้เห็นว่า จิบ ได้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ มาระดับหนึ่ง กล่าวคือ จิบ มีประสบการณ์ในการ

⁹ ตัวจำนำ เป็นเอกสารที่ทางโรงรับจำนำออกให้กับลูกค้าที่นำสินค้ามาจำนำ ซึ่งเรียกขานกันทั่วไปว่า “ตัวจำนำ” โดยตัวสัญญาฉบับดังกล่าวระบุถึงวันเวลา สินค้าที่เราเข้าไปจำนำ พร้อมทั้งระบุอัตราดอกเบี้ยที่ต้องชำระคืน เมื่อต้องการไถ่ถอนสินค้านั้น

¹⁰ ขยายความได้ว่า โกว แปลว่า ร้าน หรือ โรง ส่วนคำว่า ตึง แปลว่า การไปจำนำ เรามักจะได้ยินคำว่า ไปตึง เมื่อเราไปเข้าโรงรับจำนำ ซึ่งคำดังกล่าวน่าจะสันนิษฐานได้ว่าการออกเสียงของคนไทยในสมัยก่อนที่ออกเสียงไม่ชัดจึงทำให้คำว่า ตึง เพี้ยนไปเป็นคำว่า ตึง

เดินทางและท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวจึงเป็นตัวที่ทำให้เกิดการรับรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและนำไปใช้ประโยชน์ในแง่มุมมองงานและชีวิตส่วนตัว อายุที่ใกล้หลักสี่ที่เมื่อผนวกรวมกับประสบการณ์ที่เกิดขึ้นย่อมทำให้จับมีมุมมองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความเข้าใจที่มาก

จิ๊ก¹¹ หนูมวัย 33 ปี เป็นอีกหนึ่งของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยมีโอกาสดำเนินการสัมภาษณ์ซึ่งจากการสนทนากับจิ๊ก ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงมุมมองที่มีต่อเพลินวานได้อย่างน่าสนใจ หลังจากแต่ดราม่าตก ผู้วิจัยเลื้อมองนาฬิกาข้อมืออีกทีก็พบว่าเข็มสั้นชี้ตรงที่เลข 6 ส่วนเข็มนาฬิกาชี้ผ่านเลข 12 มาเล็กน้อย นั่นคือสิ่งกำลังบอกว่าช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่ไม่ร้อนจนเกินไปและไม่ค้ำมิดจนเกินไป ผู้วิจัยจึงลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจและเก็บข้อมูลอีกครั้งที่ เพลินวาน ซึ่งผู้วิจัยแอบคิดในใจว่า หากได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสักหนึ่งคนในวันนี้ก็จะโชคดีมาก เนื่องจากครั้งที่ผ่านมาผู้วิจัยพบกับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มจึงทำได้เพียงแต่สังเกตการณ์ การทักทายด้วยประโยคที่ว่า “เห็นน้องหัวเราะใหญ่ตอนเล่นเกมส์ คงสนุกน่าดูนะครับ” การทักทายดังกล่าวทำให้การสนทนาชุดใหญ่พร้อมทั้งข้อมูลจำนวนมากพร้อมพรั่งออกมาจากจิ๊กและวิ ที่มาเที่ยวพร้อมลูกสาวที่น่ารักวัย 5 ขวบหนึ่งคน



ภาพที่ 5.12 ภาพของวิขณะเล่นเกมยิงปืน (ซ้าย) ภาพของครอบครัวถ่ายที่ตลาดปากน้ำปราน (ขวา)

“ผมมาที่เพลินวานไม่ค่อยบ่อยในระยะหลัง เนื่องจากที่ หัวหิน เริ่มมีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เปิดขึ้นมากมายเทียบกับ 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552-2557) แต่มาที่ครั้งก็รู้สึกชอบทำให้รู้สึกถึงสิ่งเก่าที่เคยเกิดขึ้นแม้จะไม่ใช่ของจริงก็ตาม ผมย้ายมาอยู่ที่หัวหินราว ๆ ต้นปี พ.ศ. 2552 พร้อมกับครอบครัวเพราะได้รับชักชวนจากเพื่อนคนหนึ่ง หากพูดถึง เพลินวาน แล้วผมว่าในช่วงเวลาที่เปิดใหม่ ๆ (ปลายปี พ.ศ. 2552) ผมยังจำได้แม่นเลย คนเยอะมาก เสาร์ อาทิตย์ ไม่ต้องพูดถึง แทบจะเข้าไม่ได้เลย วันธรรมดาแน่น ยิ่งช่วงเทศกาลและปลายปียิ่งแล้วใหญ่เข้าไม่ได้เลย ที่นี้เค้าชอบจัดมินิ คอนเสิร์ต ศิลปินดัง ๆ มา จำได้ว่าเมื่อปีหรือสองปีก่อนจะมีวง นูโว บางทีก็มี บุรินทร์ ที่ร้องเพลง

¹¹ จิ๊ก ทำงานส่วนตัวเกี่ยวกับการสร้างเว็บเพจและแอปพลิเคชันต่าง ๆ รวมถึงการขายสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ต

เพลินวาน มาเปิดคอนเสิร์ต แต่ขายบัตรนะครับ ขนาดขายบัตรคนยังเยอะเลย พูดถึงที่นี่เค้ามักชอบจัดกิจกรรมอยู่เสมอ เช่นครั้งล่าสุด มีการจัดกิจกรรมโชว์สุนัข (Dog Show) ซึ่งผมก็ไปมานะคนก็เยอะพอสมควร” (จิก (33), สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557)

วิ สาววัย 32 ปี เป็นภรรยาของ จิก เป็นแม่บ้าน วิ แสดงทัศนคติเกี่ยวกับ เพลินวาน ว่าโดยส่วนตัวแล้วเค้ามักจะไม่ค่อยได้อินกับสิ่งเก่า ๆ เหล่านี้มากเท่าไรเนื่องจากว่าวิเป็นคนที่มาจากภาคอีสานและฐานะทางบ้านก็ไม่ได้ร่ำรวย อาศัยอยู่ตามชนบทเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นของบางอย่างที่วางขายเค้าก็ไม่รู้จักเลย แต่ก็จะมีบางอย่างที่พอจะคุ้น ๆ เช่น พวกลูกข่าง หน้ากากเด็กเล่น ป้องแป้ง เป็นต้น แต่เมื่อเข้ามาเดินแล้วก็ให้บรรยากาศและความรู้สึกเหมือนอยู่ในอดีต อาจเป็นเพราะสภาพร้านค้าต่าง ๆ ที่ดูเก่ารวมไปถึงข้าวของที่ใช้ประดับตกแต่งซึ่งเมื่อรวม ๆ แล้วก็ให้ความรู้สึกได้เช่นกัน

จากคำให้สัมภาษณ์ของจิกและวิคู่สามีภรรยา ผู้วิจัยตีความได้ว่า จิกเองค่อนข้างเป็นคนติดตามกระแสและความเป็นไปต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการย้ายมาอยู่ที่หัวหินตามคำชักชวนของเพื่อน หรือการมาเพลินวานมักมาในช่วงที่เพลินวานมีการจัดกิจกรรม เช่น เล่นคอนเสิร์ต กิจกรรมโชว์สุนัข (dog show) ทั้งนี้ในช่วงดังกล่าวจะสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของเพลินวานที่เกิดขึ้น ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า เพลินวาน ยังคงอยู่ในกระแสและได้รับความนิยมโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ขณะที่วิ เองที่เป็นภรณยานั้นกลับไม่ค่อยมีความรู้สึกถึงสิ่งเก่า ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยมีมุมมองเกี่ยวกับวิว่า วิอาจจะเป็นคนที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน (ซึ่งอาจจะมีเหตุในเรื่องความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจที่ต้องทำงาน เนื่องจากลูกยังเล็ก) ดังนั้น วิ จึงไม่ค่อยได้ออกมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้ อีกทั้งวิ เป็นคนที่มึนแพ ภูมิลาเนาอยู่ต่างจังหวัดซึ่งสิ่งของต่าง ๆ เหล่านี้อาจจะไปไม่ถึงหมู่บ้านที่วิอาศัยอยู่ก็เป็นได้ แต่อย่างไรก็ตามเรื่องราวคำให้สัมภาษณ์ของสามีภรรยาคู่ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยพอมองเห็นภาพคร่าว ๆ ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุดังกล่าวที่มาเป็นครอบครัวนั้นคิดอย่างไร

สรุปได้ว่าสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 31-40 ปี เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่การงาน ประกอบอาชีพกันเป็นส่วนใหญ่ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 10 คน พบว่า ครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเพลินวานเป็นครั้งแรก ส่วนที่เหลือนั้นมาเที่ยวกัน 2 ครั้งหรือมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไปและส่วนใหญ่ก็มีคำตอบที่ว่า ไม่ได้ตั้งใจมา มาด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อชวน ครอบครัวชวน หรือแฟนชวนมา เป็นต้น ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้สอบถามถึงนิยามหรือความหมายของเพลินวาน คำตอบส่วนใหญ่ที่ได้คือ คำอธิบายที่เกี่ยวกับ ตลาดเก่า ย้อนยุค ย้อนอดีต โบราณ คิดถึงวันวาน บรรยากาศเก่า ๆ ซึ่งแนวทางคำตอบจะมีความคล้ายกับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี แต่สิ่งที่มีความแตกต่างไปอย่างเห็นได้ชัดคือ เหตุผลของการมาเพลินวานนั้นเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น มีทั้งมาจากเพื่อนชวน ครอบครัวชวน หรือมากับแฟน โดยที่กลุ่มนี้ได้รับข้อมูลที่มาจาก internet เพียง 4 คนเท่านั้นซึ่งน้อยกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่

สัมภาษณ์ (แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ทราบข้อมูลและความน่าสนใจจาก internet เป็นส่วนใหญ่) และสิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ เริ่มที่จะมีการรับรู้และเคยสัมผัสกับสิ่งของ เครื่องใช้ บางอย่างที่เกิดขึ้นในอดีตและมีภาพของอดีตที่เกิดขึ้นเพื่อเปรียบเทียบกับภาพอดีตที่ถูกสร้างขึ้นของเพลินวาน

สิ่งที่กล่าวมานี้ผู้วิจัยมองว่า ส่งผลต่อวิธีคิดและการให้ความหมายของเพลินวาน เนื่องจากว่า นิยามหรือคำจำกัดความที่เกิดขึ้นนั้น เริ่มมีการเปรียบเทียบ เปรียบเปรยกับสถานที่ที่เคยเดินทางไปมาก่อน (มักจะหยิบยกเรื่องตลาดน้ำมาเปรียบเปรย) ว่ามีความเหมือนในความเก่า แต่แตกต่างในการจัดสถานที่และตกแต่ง แต่ก็เข้าใจว่าเป็นพื้นที่ทำเพื่อธุรกิจ (จิก (33)) การเปรียบเปรยดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเริ่มมีต้นทุนที่เป็นประสบการณ์ที่ส่วนใหญ่จะเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้จากข้อมูลยังพบว่า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายในการถ่ายรูปมีทั้งที่เน้นเป็นจุดใหญ่ ๆ เช่น บริเวณงานวัดและทางเข้า และกลุ่มที่ไม่เน้นจะถ่ายเมื่อเห็นว่ามีจุดสนใจและต้องการซึ่งมีจำนวนมากกว่าทั้งสองกลุ่มที่ผ่านมา การถ่ายรูปดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสนใจและการให้ความหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า สนใจหรือชื่นชอบอะไรเป็นพิเศษ ซึ่งผู้วิจัยมองว่าการไม่เน้นนั้นแสดงให้เห็นถึงความไม่ได้สนใจหรือใส่ใจเป็นพิเศษซึ่งกลุ่มที่ไม่ได้เน้นจุดสนใจหรือบริเวณถ่ายรูปดังกล่าวจะสอดคล้องไปกับความไม่ได้ตั้งใจมาเที่ยวที่เพลินวาน ซึ่งจะแตกต่างไปจากกลุ่มที่ตั้งใจมาที่จะเน้นการถ่ายรูป (เน้นที่ทางเข้า และบริเวณงานวัด)

นอกจากนี้คนกลุ่มนี้เริ่มที่จะให้เหตุผลที่ว่า เพลินวานสร้างขึ้นเพื่อธุรกิจ และเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว (เหตุผลของ สุ (31) และ จิก (33) ที่กล่าวกับผู้วิจัย) วิธีคิดดังกล่าวเริ่มที่จะสอดคล้องแทรกเข้ามาให้เห็นของกลุ่มตัวอย่างนี้ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นกลับไม่ได้พูดถึงหรือกล่าวถึงในประเด็นดังกล่าว การกล่าวถึงเหตุผลทางธุรกิจนั้นมีความเป็นไปได้เช่นกันว่า ทั้ง สุ และ จิก นั้นมีพื้นฐานความรู้และความเข้าใจในเรื่องของธุรกิจ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าทั้งสองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างไรก็ตามกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เริ่มที่จะมองเพลินวานด้วยต้นทุนที่มีอยู่ โดยสะท้อนผ่านประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายและมีความแตกต่างไปจากกลุ่มทั้งสองข้างต้น

5.2.4 กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 7 คน มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปี เป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะประสบพบเจอปัญหาเดียวกันก็คือ การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนหนึ่งมักปฏิเสธการให้ข้อมูลเนื่องจากให้เหตุผลว่า ไม่สะดวก มาครั้งแรก มีเวลาน้อยต้องรีบเดินเพื่อจะไปที่อื่นต่อ ทั้งนี้ในช่วงแรก ๆ ของการเก็บข้อมูลนั้นการเข้าหานักท่องเที่ยวเพื่อขอสัมภาษณ์ข้อมูลต่าง ๆ นั้นมีเพียงครั้งหนึ่งเท่านั้นที่จะยอมให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูล (เข้าหา 10 คน ได้พูดคุยสัมภาษณ์เพียง 5 คน เท่านั้น จำต้องมีการปรับเปลี่ยน

วิธีการเข้าหาใหม่โดยใช้การสังเกตลักษณะท่าทางที่พอจะไม่ดูน่าอาย และต้องอาศัยช่วงจังหวะเวลาของนักท่องเที่ยวที่มีการหยุดพักหลังจากเดินเล่นแล้ว ซึ่งก็จะเป็นโซนด้านขวามือบริเวณร้านขาย ขนม ถังเต็ม กะป๋าน้ำปลาหวานโบราณ เจ๊สาลิ)

(1) สัมภาษณ์เดี่ยว¹²

“เพลินวานในความหมายของพี่แล้ว เป็นพื้นที่ย้อนอดีต ย้อนเวลา เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในหัวหนึ่งของชีวิต เป็นชีวิตที่มีแต่ความสุข สนุกสนาน ซึ่งพี่ก็ชอบนะ แต่เมื่อเห็นบรรยากาศแล้วทำให้อดนึกถึงเรื่องราวที่ผ่านมาในอดีตไม่ได้” (หน้อย (42), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2557

ขณะที่ในมุมหนึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แสดงความคิดเห็นว่า “เป็นสถานที่ที่อนุรักษ์ของโบราณ ซึ่งอยากให้สิ่งเหล่านี้อยู่และจัดแสดงต่อไป” (สมจิต (45), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“เป็นเพียงแค่การย้อนยุคแค่บางจุดไม่ทั้งหมด ของที่ขายก็ไม่ใช่ของโบราณ ทั้งหมดมีของสมัยใหม่ปะปนด้วย มีเพียงร้าน ของเล่นเพลินวาน ดอกบัวพานิช เท่านั้นที่ขายของเก่า ๆ ในอดีต เช่น ลูกข่าง หมากฝรั่ง ไม่ใช่ย้อนยุคจริง ๆ ที่นี้จะชอบตรงที่การจัดพื้นที่ที่ดูเหมือนมีบ้านเรือนเก่า ๆ จริง ๆ และบริเวณงานวัดก็ดูน่าสนใจไม่น้อย ดูเข้ากับพื้นที่เป็นอย่างดี” (นก (41), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

นักท่องเที่ยวทั้ง 3 คนที่ผู้วิจัยหยิบยกมานั้น เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้นิยามหรือความหมายของเพลินวาน ในแง่มุมของการเป็นพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป หน้อย (42) มองเพลินวานในแง่ของความ เป็นอดีตที่เป็นอดีตอีกชุดหนึ่งซึ่งเป็นอดีตที่เธอมีความหลังดังกล่าว เป็นชุดอดีตที่เกี่ยวกับความรักที่เธอมีต่อคนที่เธอรัก ขณะที่ สมจิต (45) มองพื้นที่เพลินวาน เป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงและอยากให้มีสิ่งนี้อยู่สืบต่อไปให้คนรุ่นหลัง ๆ ได้ชื่นชมและรับรู้กับสิ่งที่เคยเกิดขึ้น ในขณะที่ นก (41) มองเพลินวานในลักษณะแบบแยกส่วน คือมีทั้งเก่าและใหม่ผสมผสานปะปนกันไป มองในเรื่องของการจัดพื้นที่ที่ดูสอดคล้องกลมกลืนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นจากมุมมองของนักท่องเที่ยวดังกล่าวทั้งสามคนสะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่ของเพลินวาน เริ่มมีการให้นิยามที่มากขึ้น นิยามของเพลินวานอาจไม่ได้มีจำกัดแค่เพียงความเก่า หรือ ความโบราณเท่านั้น ความเก่าหรือ อดีตที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นการเชื่อมโยงชุดความรู้ ความทรงจำที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เริ่มที่จะใช้ต้นทุนหรือประสบการณ์ที่มีอยู่เข้ามาให้ความหมายหรือสร้างนิยามที่เกิดขึ้นกับสิ่งดังกล่าว ซึ่งนิยามหรือชุดความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นมีความหลากหลายและความแตกต่างไปจากมุมมองหรือการให้นิยามของกลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุที่ผ่านมา

¹² ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงอายุของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.13 แสดงการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างอายุ 41-50 ปีกับผู้ช่วยวิจัย

“สำหรับผมแล้ว นิยามที่ให้คือ เก๋ ๆ ดูดี น่าสนใจ เพลินวานมีความต่างจากหลายที่ที่พวกเขาไปเดินมา เช่น ตลาดน้ำ ที่นี้มีจุดที่น่าสนใจอยู่ตรงที่นางานวัดที่ไม่ต้องอยู่ในวัดมาให้นักท่องเที่ยวเที่ยวชมและเล่นเกมส์ได้ คล้าย ๆ กับงานวัดจริง ๆ ที่เกิดขึ้น มีชิงช้าสวรรค์ หนังกาแปลงสาวน้อยตกน้ำ ขาดม้าหมุน ถ้ามีด้วยก็จะยิ่งทำให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ผมถ่ายรูปนิดหน่อยไม่ได้เน้นเป็นจุด ๆ ชอบตรงงานวัดเป็นพิเศษ ดูว่าเรีงสนุกสนานดี ส่วนของกิน ของฝากก็พอมีไม่มากไม่น้อยเกินไป ของที่วางขายก็คัดเลือกคัดสรรมา ไม่ต้องไปเดินซื้อหา เช่น ร้านมะม่วงน้ำปลาหวานแม่สาส์ซึ่งหากจะซื้อก็ต้องรอจนเย็นค่ำ และไปที่ตลาดไต้รุ่งบางคนที่ไม่มีเวลามากตรงนี้อาจเป็นคำตอบที่ดี” (เอก (42)/หนุ่ม (45), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

กรณีของ เอกและหนุ่มได้แสดงให้เห็นว่ามีความสนใจในพื้นที่ของ บริเวณงานวัดเป็นพิเศษ (ซึ่งกลุ่มตัวอย่างหลายคนก็มีความสนใจในบริเวณนี้เช่นกัน) แต่กรณีของนักท่องเที่ยวชายทั้งสองคนกลับมีข้อเสนอเพิ่มเติมว่า “ถ้ามีม้าหมุนด้วยจะทำให้ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น” ซึ่งม้าหมุนเป็นสิ่งที่สร้างสีสันเป็นอย่างมากในเทศกาลงานวัด (แต่ในปัจจุบันหาได้้น้อยมาก) การแสดงความคิดเห็นในลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทั้งสองมีความชื่นชอบและสนใจในเทศกาลงานวัดเป็นอย่างดี รวมไปถึงการมีภาพอยู่ในใจว่า งานวัด ควรจะมีอะไรบ้าง ในขณะที่เพลินวานกลับไม่มีสิ่งเหล่านี้แต่ก็ไม่ได้ถึงกับขาดหายไปเพียงแต่ถ้ามีก็จะเป็นภาพที่สมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลของงานวัดที่ภูเขาทองที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ (พ.ย. 2556) ที่มีกิจกรรม ร้านค้า เกมส์ หลากหลายรูปแบบ ซึ่งในงานก็มีทั้งชิงช้าสวรรค์ และ ม้าหมุน ให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินในกิจกรรมดังกล่าว

“พื้นที่ของความสุข ความเก๋ โบราณ หลากหลาย ซึ่งพื้นที่เหล่านี้หาชมได้ยากและมีอยู่น้อย ดังนั้นเพลินวานจึงมีความน่าสนใจแม้จะเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นก็ตามที มีหลายจุด หลายมุมที่น่าถ่ายรูปเช่น บริเวณทางเข้า งานวัด ชั้นสองร้านแม่โขง พัดลมเก๋ ๆ โทรทัศน์เก๋ ๆ สิ่งเหล่านี้เมื่อ

ถ้ารูปออกมาแล้วจะดูดียิ่งเป็นรูปขาวดำหรือรูปซีเปียด้วยแล้วจะดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ชอบโดยรวม ๆ ไม่ได้สนใจจุดไหนเป็นพิเศษ งานวัดก็น่าสนใจทำมาแล้วดูลงตัวไม่ใหญ่เกินไป หากวันหนึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องหายไปคงรู้สึกเสียดายมากกว่าที่จะเสียใจ เพราะอย่างน้อยก็ทำให้เราเรียนรู้ว่ามีสิ่งของ เครื่องใช้ เหล่านี้เกิดขึ้นในยุคสมัยหรือช่วงเวลาหนึ่ง ดังนั้นจึงอยากให้อยู่ต่อไปเพื่อให้คนรุ่นหลังได้เห็นอย่างน้อยที่สุดก็น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งในหัวหิน” (นก (43), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“นิยามความหมายของเพลินวานว่า “สถานที่เก่า ๆ โบราณ มีสไตล์ มี character” เป็นสถานที่ที่หาได้ยากในหัวหิน โดยส่วนตัวแล้วชอบการท่องเที่ยวในแนวนี้ อนุรักษ์เก่า ๆ โดยเฉพาะงานวัดจะขึ้นชอบมากเป็นพิเศษ ไม่ชอบท่องเที่ยวหรือเดินในห้างสรรพสินค้า หากต้องหายไป จะรู้สึกเสียดายมาก ที่คนรุ่นหลังไม่ได้มีโอกาสดู น่าจะอนุรักษ์และรักษาไว้ อยากให้มีสถานที่แนว ๆ นี้เกิดขึ้นอีกจะได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวได้เดินเล่นนอกจากจะมาแค่ทะเลเพียงเท่านั้น” (ตี (44)/หนูย (45), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

ทั้งนี้นิยามของนก (43) และ ตี (44)/หนูย (45) ที่ผู้วิจัยหยิบยกมานั้นล้วนแสดงให้เห็นถึงแตกต่างของการให้ความหมายที่เกิดขึ้นอย่างน่าสนใจเช่นกัน ในกรณีของ นก (43) ที่มองว่าเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่หาชมได้ยาก ความที่หายาก (rare) อาจจะกลายมาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการไปเพื่อศึกษา ไปดู และไปเห็นกับตา เนื่องจากหายาก มีน้อย และมีอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้ของสิ่งนั้นดูมีคุณค่าและมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการมี style และการ มี character นั้น ผู้วิจัยมองว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็น unique ขึ้นมาเมื่อมีความเป็น unique แล้วก็จะเป็นสิ่งเดียวที่ไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใคร ซึ่งก็จะสอดคล้องไปกับสิ่งที่ไม่ได้มีอยู่ทั่วไป (ในมุมหนึ่งคือของหายาก) ดังนั้น พื้นที่ของเพลินวานจึงมีความน่าสนใจ แต่เป็นความน่าสนใจในแง่ของความความเป็น unique และ rare มากกว่าที่จะสนใจในประเด็นของความเก่าหรือโบราณที่ถูกสร้างขึ้น ประเด็นเรื่อง rare เป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจ ซึ่งจะมีมุมมองเรื่องของ อุปสงค์ (demand) และ อุปทาน (supply) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดย ของที่หายาก ของที่แปลก ย่อมเป็นที่น่าสนใจและเป็นที่ต้องการและจะมีราคาสูง

(2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview)

นา อายุ 49 ปี¹³ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพลินวานโดยมากับสามีและครอบครัว หลังจากเดินเที่ยวในเพลินวานประมาณ 30 นาทีในช่วงเวลาที่หยุดพักในบริเวณโรงระเบียงชั้นสองจึงทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์และพูดคุยกับพี่นาประมาณ 15-20 นาที ซึ่งเป็นการให้สัมภาษณ์ที่มีข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่องานชิ้นนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากพี่นาเป็นกลุ่ม

¹³ นา ทำงานที่ธนาคารเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ในตำแหน่งผู้บริหารในสายทรัพยากรบุคคล

ตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 50 ปีที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพิ่มเติมว่าคนกลุ่มนี้มีการรับรู้และให้ความหมายเพลิวานอย่างไร หลังจากที่ถูกผู้วิจัยกล่าวแนะนำตัวและบอกเหตุผลต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัยแล้ว การสนทนาต่าง ๆ จึงเริ่มขึ้น “พีนามาเที่ยวที่เพลิวานบ่อยไหมครับ” และต่อด้วยคำถามที่ว่า “มาแล้วให้นิยามเพลิวานว่าอย่างไรครับ” พีนาทตอบกลับมาว่า

“พีนามาเที่ยวที่เพลิวานนี้ เป็นครั้งแรก คือได้ยืนเด็ก ๆ ที่เป็นลูกน้องเค้าพูดถึงเพลิวานกัน งานเยอะเลยไม่มีโอกาสได้มาเที่ยว ครั้งนี้มีโอกาสเลยแวะมา โดยรวมก็จัดสถานที่ได้ดีนะ ดูมีบรรยากาศเก่า ๆ ทางเดินที่เป็นไม้และร้านค้าต่าง ๆ จะมีร้านค้าที่หลังจากเดินลงสะพานไปทางซ้ายมือจะขายขนม หรือของเล่นสมัยเด็ก ๆ ส่วนด้านในก็จะมีลานกว้าง ๆ ไว้สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ มีหนังกางแปลงให้ดู มีชิงช้าสวรรค์ให้นั่ง และมีเกมส์ต่าง ๆ ให้เล่น คล้าย ๆ กับงานวัดอะไรประมาณนั้น” (นา (49), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นว่า นอกจากเพลิวานจะเป็นพื้นที่ที่สร้างความแปลกใหม่ในแง่ของการนำเสนอความเก่าแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่รวบรวมสิ่งที่ปัจจุบันดูขาดหายไป เช่น ขนมหรือของเล่นสมัยเด็กให้กลับมาปรากฏขึ้นอีกครั้ง ทั้งนี้ได้ก่อให้เกิดความรู้สึกในแง่บวกที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้พีนายังแสดงความคิดเห็นต่อไปว่า

“ถามว่ามาแล้วรู้สึกอย่างไรกับที่นี่ ก็น่าสนใจดี สำหรับพี่แล้วการมาเที่ยวที่นี่ เพราะ บรรยากาศ มีของกิน และมีของที่ระลึกให้ซื้อกลับบ้าน คือพี่จะสนใจพวกของใช้มากกว่า เช่น กระเป๋า ตะกร้าสาน เป็นต้น เนื่องจากพี่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเลยเห็นว่าที่นี่ไม่มีพวกสิ่งของที่จัดแสดงหรือเรื่องราวของหัวหินเท่าไร ทั้ง ๆ ที่อยู่ในหัวหิน ซึ่งต่างประเทศจะมีสิ่งของเหล่านี้จัดแสดงเช่น ที่ประเทศไต้หวันพี่เคยไปที่หมู่บ้านแห่งหนึ่งเป็นหมู่บ้านโบราณเก่า ๆ และที่นั่นเค้ามีของที่ขึ้นชื่อและมีชื่อเสียง คือ เต้าหู้หมื่น คือใครไปก็จะต้องดูและแวะชิมและถ่ายรูป ถ้ามีสิ่งเหล่านี้จะน่าสนใจมากกว่านี้ พี่ก็จะถ่ายรูป พอไม่มีพี่ก็เลยไม่ได้ถ่ายอะไรถ่ายตรงบริเวณทางเข้านิดหน่อยเพราะเห็นว่าแปลกดีและคนนิยมถ่ายกันเยอะ” (นา (49), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ในมุมมองของพีนมาแล้วพี่คิดว่า

“เพลิวานเป็นที่รวบรวม จัดแสดงของเก่าในอดีต คือพี่เข้าใจว่าเป็นสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งจะต่างกับ ตลาดร้อยปี ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งสถานที่เหล่านั้นเป็นสถานที่จริงที่เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ที่นี่ยังถือว่าเป็นเพียงการรวบรวมเรื่องราวต่างไว้ แต่ก็ไม่ใช่วัตถุภัณฑ์เสียทีเดียว ดีเหมือนกันที่มีอาหาร ของฝาก ทำให้สามารถเลือกซื้อกลับไปฝากเพื่อน ๆ น้อง ๆ ได้ ก็สะดวกดี” (นา (49), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวตีความได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40-50 ปี มีต้นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในอดีตที่แตกต่างกันซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมักจะทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบและมีมุมมองต่อเพลิวานที่แตกต่างออกไปกล่าวคือ กลุ่มนี้ที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี

และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มมีความมั่นคงในหน้าที่การงานรวมไปถึงมีสถานะทางสังคม ดังนั้นมุมมองดังกล่าวจึงเป็นเรื่องของอรรถประโยชน์หรือประโยชน์ใช้สอยที่เกิดขึ้นมากกว่าที่จะมองเพลินวานในแง่ของกระแสดังเช่นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี นอกจากนี้กลุ่มดังกล่าวนี้ยังเป็นกลุ่มที่มักตีความหรือให้ความหมายจากต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ตนเองมีอยู่และคำนึงถึงเรื่องความรู้ที่จะได้รับจากสิ่งดังกล่าวที่เกิดขึ้นด้วย เช่นเรื่องราวหรือที่มาที่ไปของพื้นที่ดังกล่าว และเท่าที่สังเกตดูกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวไม่ค่อยมีพฤติกรรมที่ถ่ายรูปมากเท่าไร โดยจะถ่ายในจุดที่ตนเองสนใจเท่านั้นดังคำที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ข้างต้น อีกทั้งรูปที่ออกมานั้นก็มักจะเป็นรูปของสถานที่หรือของชิ้นที่เอาไวจัดแสดงเป็นส่วนใหญ่ มีประเด็นที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือเพลินวานยังขาดสิ่งที่ดูโดดเด่นไปกล่าวคือไม่มีอะไรที่ดูน่าสนใจ ดูเรียบ ๆ ซึ่งจะต่างกับสิ่งที่พื้พาดถึงในเรื่องของเด้าหัวหมื่นที่ประเทศไต้หวัน ความน่าสนใจไม่ได้อยู่ที่ว่าของสิ่งนั้นจะเป็นอะไร แต่สำคัญที่ว่าของสิ่งนั้นสะท้อนคุณค่าออกมาได้อย่างไร

ทั้งนี้จะกล่าวว่าหัวหินไม่มีสิ่งเหล่านี้เลยก็หาจะต้องเสมอไปไม่ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่านักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งอาจจะยังไม่ทราบและไม่รู้ว่าขนมที่เป็นของฝากจากจังหวัดประจวบฯ คือ ขนมชีสเค้ก (ไส้สับปะรด) ข้อมูลและความรู้ที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับป่าทอง (ร้านขายของที่ระลึก ของฝากในเพลินวาน) ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นแย้งกับพื้พาดที่ว่าหัวหินไม่มีของที่ขึ้นชื่อ จริงอยู่ขนมชีสเค้กอาจดูเป็นขนมที่ไม่มีอะไรโดดเด่น แต่ก็ขนมที่มีรสชาติและความอร่อยอยู่ในตัวเอง ทั้งนี้ไส้สับปะรดดังกล่าวก็มาจากพื้นที่ประจวบเองที่มีการปลูกสับปะรดกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากพืชชนิดนี้ต้องการน้ำน้อยและทนแล้งได้ดี (ที่ประจวบมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนนํ้าจืด) อย่างไรก็ตามผู้วิจัยก็มีบางมุมที่เห็นด้วยกับพื้พาดที่ว่า เพลินวาน ยังขาดความโดดเด่นที่เป็นจุดสนใจแม้ว่า เทศกาลงานวัดที่เกิดขึ้นนั้นจะดูมีความน่าสนใจแต่ก็ไม่เป็นที่โดดเด่นสักเท่าไรเมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปสัมผัสกับสถานที่จริง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเดินทางมาเที่ยวที่เพลินวานครั้งแรกมากกว่าครึ่ง (4 จาก 7 คน) ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนี้เดินทางมาที่เพลินวานอย่างไม่ได้ตั้งใจมีเพียง เอก (42)/หนูม (45) และ นก (43) เท่านั้นที่ตั้งใจมา (ทั้งสองมีเหตุผลในการมาเพราะ เพื่อนชวนมา (เอก) ส่วนนกนั้นครอบครัวชวนมา) ทั้งนี้เมื่อถามถึงการให้นิยามหรือความหมายของเพลินวานแล้ว กลุ่มดังกล่าวให้นิยามว่า โบราณ เก๋ ๆ แหล่งท่องเที่ยว เดินแล้วเพลินดี กลุ่มดังกล่าวค่อนข้างให้นิยามความหมายเพลินวานค่อนข้างสั้น และเป็นกลุ่มหนึ่งที่ผู้วิจัยมักประสบปัญหาในเรื่องของการสัมภาษณ์เพื่อขอข้อมูล เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มักใช้เวลาในพื้นที่ไม่นาน (กลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะไม่ได้ถ่ายรูป ดังนั้นจึงใช้เวลาเดินในแต่ละจุดไม่นาน ซึ่งก็มีบ้างที่ถ่ายแต่ก็ไม่มาก เช่น กรณีของ นา (49) ที่ถ่ายตรงบริเวณทางเข้าด้วยเหตุผลที่ว่าแปลกดี เห็นคนถ่ายกันเยอะ) จากการสัมภาษณ์พูดคุยทำให้ทราบว่า คนกลุ่มนี้มักมีอดีตหรือภูมิหลังทั้งที่ประทับใจและไม่ประทับใจ เช่นกรณีของ หนูม (42) ที่เธอมีอดีตเกี่ยวกับคนรัก เมื่อถามถึง

ความหมายที่เกิดขึ้นของเพลีนวาน หน้อยกับไม่ได้ให้นิยามหรือให้ความหมายโดยตรงแต่กับพูดถึง เล่าถึงอดีตของเธอซึ่งผู้วิจัยกลับมองว่า เพลีนวาน คือภาพของความทรงจำในอดีตที่เกิดขึ้นกับหน้อย แต่หน้อยเองไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นเรื่องราวแต่เธอจะถ่ายทอดผ่านความรู้สึกที่เกิดขึ้น

สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยทราบเพิ่มเติมจากข้อมูลของกลุ่มอายุ 40-50 คือ มีการทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเพลีนวานที่นอกเหนือจาก internet หรือ เพื่อน คือ การทราบมาจาก ทิวและสื่อของ ททท ข้อมูลตรงนี้ผู้วิจัยคิดว่ามีความน่าสนใจตรงที่ กลุ่มต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์มาตั้งช่วงอายุ 20 30 จนถึง 40 ปีกลับไม่ได้พูดถึงสื่อดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่จะมาจาก Internet รองลงมาคือเพื่อนซึ่งแหล่งข้อมูลดังกล่าวส่งผลต่อการรับรู้และการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น โดยที่กลุ่มที่มีแหล่งข้อมูลจาก internet หรือ เพื่อนนั้นมักมา เพื่อนั้นการถ่ายรูปเป็นส่วนใหญ่และนิยามที่เกิดขึ้นมักจะเป็นนิยามตามกระแส เช่น ชิลล์ ๆ classic vintage country เป็นต้น แต่กลุ่มนี้กลับมีนิยามที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่มักไม่ค่อยให้สัมภาษณ์แต่ก็ยังให้สัมภาษณ์บางส่วน สั้น ๆ (ส่วนใหญ่อ้างว่า ไม่สะดวก ยังเดินไม่ครบ หรือเดินหนีไปเลยก็มี) กลุ่มนี้ค่อนข้างใช้เวลาพินิจ พิจารณาส่งของต่าง ๆ ในเพลีนวาน นานกว่ากลุ่มอื่น ๆ มีกรณีของ นา (49) นั้นที่มีการเปรียบเทียบเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวโดยหยิบยกพื้นที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศให้ผู้วิจัยฟัง เช่น ที่ประเทศไต้หวันมีไต้หวันไร่ที่อร่อยและขึ้นชื่อ ดังนั้นจึงนำเอาจุดเด่นดังกล่าวมาสร้างเป็นสัญลักษณ์หรือเอกลักษณ์ที่ว่ามาได้ไต้หวันต้องมาชิมไต้หวันไร่ดังกล่าว เป็นต้น ตัวอย่างที่ถูกหยิบยกขึ้นมานั้นเป็นตัวอย่างที่เกิดขึ้นในต่างประเทศอันแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เริ่มมีต้นทุนหรือประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป

ด้วยต้นทุนหรือประสบการณ์ดังกล่าวอาจทำให้มุมมองหรือวิธีคิดที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างไปจากวิธีคิดของกลุ่มที่ผ่านมา สิ่งที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนให้ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มนี้มักไม่ค่อยได้ชื่นชมกับความเป็นอดีตมากนักแม้จะมีประสบการณ์กับอดีตที่ผ่านมา กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่จะเน้นไปที่การบริโภค ชื่อของฝาก โดยไม่เน้นด้านการถ่ายรูปเนื่องจากมีประสบการณ์ในการเดินทางไปในที่ต่าง ๆ มาพอสมควรและเป็นกลุ่มที่มีความต้องการในการมีพื้นที่ส่วนตัวค่อนข้างสูง ซึ่งก็สอดคล้องกับการที่ไม่ค่อยจะให้สัมภาษณ์มากนักเพราะอาจคิดว่าเป็นการรบกวนพื้นที่ส่วนตัวที่ต้องการมาพักผ่อน

5.2.5 กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 8 คน มีรายละเอียดดังนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสังเกตได้ว่าเดินทางมาเที่ยวเพลีนวานกันเป็นกลุ่มใหญ่ทั้งมาเป็นครอบครัว มากับลูกหลาน มากับทัวร์ และมากับเพื่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้นิยามของความเป็นเพลีนวาน โดยพยายามจะอธิบายความเป็นอดีตผ่านคำจำกัดความที่เกิดขึ้น อดีตที่เกิดขึ้นมาการเชื่อมโยงชุดความรู้และประสบการณ์ในระดับที่เข้มข้นและมากกว่าชุดความรู้เรื่องอดีตของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี ทั้งนี้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์หรือต้นทุนเกี่ยวกับอดีตมากที่สุด แต่ก็ไม่ใช่ว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมาอย่างโชกโชน จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 8 คนมักกล่าวถึง

ประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก มีเพียง นัยนา (57) เท่านั้นที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

(1) สัมภาษณ์เดี่ยว¹⁴

“เพลินวานคือสถานที่ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน การมาท่องเที่ยว เพลินวาน ในครั้งนี้ทำให้ตัวเค้านึกถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในวัยเยาว์ คิดถึงสิ่งเก่า ๆ ที่ผ่านมา เขายกตัวอย่างเช่น กาแฟโบราณ กวยเตี๋ยวโบราณ ซึ่งได้บอกกับผู้วิจัยว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจ และน่าค้นหาเป็นอย่างมากว่า ทำไมคำว่าจึงมีการใช้คำว่าโบราณกันมากในปัจจุบัน ไม่รู้ว่าคำนี้อใส่เข้าไปแล้วจะทำให้สิ่งนั้นเก่าไปในทันทีหรือไม่ บ่อยครั้งที่เขาได้คิดถึงอดีตและต้องการที่จะได้ภาพอดีตนั้นกลับมาแต่เขาก็ยอมรับว่าไม่สามารถทำตามจินตนาการของตนเองได้ ด้วยเหตุผลที่ว่า จินตนาการคือความฝันที่อยู่คนละห้วงมิติของความจริงในปัจจุบัน” (โต้ง (51), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

“สำหรับตนแล้วนิยามของเพลินวานคือ เก่า สวยดี เป็นที่ที่ดูแปลกตาดี เข้าใจ ตกแต่งสถานที่ หยิบยกเอาอดีตบางส่วนมาจัดเรียง จัดวางกันอย่างผสมลงตัว หากวันหนึ่งต้องหายไป จะรู้สึกขาดหายไปไหนของแหล่งท่องเที่ยวแต่ในแง่ของความเป็นอดีตไม่ได้ขาดหายไป เพราะอดีตเดิมมีอยู่แล้ว เพลินวานนำมาสร้างใหม่ดังนั้นถ้าจะหายไปก็คงจะหายไปแค่เพลินวาน อดีตไม่ได้หายไปตามไปด้วย ชอบหลาย ๆ จุดในนี้ทั้งทางเข้าด้านหน้าที่คล้ายประตูบานใหญ่ ลานเทศกาลงานวัด รู้สึกชอบแต่ร้อนไปนิดถ้ามาเดินตอนเย็น ๆ หรือค่ำ ๆ แล้วมีการเปิดไฟน่าจะให้บรรยากาศที่ดีและโรแมนติกกว่านี้” (ภรณ์ทิพย์ (53), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“หากจะให้นิยาม ก็คิดว่า เป็นเหมือนหมู่บ้านเก่า ๆ ย้อนอดีตในช่วงเวลาหนึ่ง (ผู้วิจัยตีความว่าเป็นช่วงเวลาที่เราจะแสดงของตลาดน้ำกำลังได้รับความนิยมทั้งตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำ อัมพวา หรืออาจจะเป็นช่วงเวลาที่เกิดภาพความทรงจำในอดีตของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่เป็นช่วงปลาย ๆ พ.ศ. 2490 ที่ประเทศเริ่มสงบและปลอดจากสงคราม) บรรยากาศสนุกสนาน มีของกินของฝาก มีเกมส์การละเล่น บรรยากาศงานวัด โดยรวมดูเหมือนจะเก่าแต่ก็ไม่เก่า ผสม ๆ ปน ๆ กันไป แต่ก็น่าจะเป็นเช่นนี้เพราะหากเก่าอย่างเดียวยังดูไม่ค่อยน่าสนใจ” (รัตน์ (57), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“นิยามที่ให้กับที่นี่คือ ดี มีสไตล์ ทำให้รู้สึกเหมือนอยู่ในวันเก่า ๆ คล้าย ๆ กับความเก่าของตลาดน้ำแต่คนละแบบกัน ชอบแนวตลาดน้ำไปตลาดน้ำมาหลายที่ ตลาดน้ำราชโศก ตลาดน้ำผักไห่ แต่ละที่ล้วนมีความแตกต่างกัน ชอบทุกที่รวมถึงเพลินวานด้วยเช่นกัน ถ้าเพลินวานต้องหายไป ไม่ได้รู้สึกอะไร เพราะมีที่อื่น ๆ ให้ท่องเที่ยวได้เหมือนกัน เดียวนี้สถานที่เก่า ๆ เช่น

¹⁴ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงอายุของนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำบางแห่ง เช่น ตลาดน้ำราชโศก ตลาดน้ำผักไห่ มีแต่คนสูงอายุที่พอรู้เรื่องราวไปเที่ยว ส่วนวัยรุ่นก็หายไปหมด ชอบร้านอาหารที่อยู่ข้างใน ชอบร้านทองม้วนสดรสชาติอร่อยดี ไม่ได้ถ่ายรูปตรงจุดไหนเลย ต้องการเพียงมาเดินดูสถานที่และการจัดรูปแบบเท่านั้น ส่วนอื่น ๆ เห็นว่าไม่มีอะไรแปลกใหม่ที่น่าสนใจ” (ปรีชา (60), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

คำให้สัมภาษณ์เหล่านี้ของนักท่องเที่ยวจะเริ่มพบเห็นการหยิบยกสถานที่ต่าง ๆ ขึ้นมาเปรียบเทียบ เช่น ตลาดน้ำราชโศก ตลาดน้ำผักไห่ ตลาดน้ำคลองแห แต่การหยิบยกสถานที่เหล่านี้ขึ้นมามีประเด็นที่น่าสนใจและมีความแตกต่างจากการหยิบยกสถานที่เช่น ตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อเปรียบเทียบของกลุ่มอายุ 20-30 และ 40-50 ปี ความน่าสนใจอยู่ที่ กลุ่มต่าง ๆ ก่อนหน้านี้มักจะกล่าวอ้างถึง ตลาดน้ำเพื่อเป็นการกล่าวอ้างว่าเคยไปมาแล้ว บรรยายว่ามีลักษณะอย่างไร มีความแตกต่างแบบไหน ชอบไม่ชอบ แต่กลุ่มนี้กลับเสนอประเด็นเรื่องพื้นที่ดังกล่าวมีแต่ผู้สูงอายุที่พอรู้เรื่องราวที่ไปเที่ยวเท่านั้น คนรุ่นใหม่กลับไม่ค่อยได้ไปหรือให้ความสนใจมากนัก เหตุผลดังกล่าวที่ถูกหยิบยกขึ้นมานั้นผู้วิจัยตีความต่อไปว่า พื้นที่เหล่านี้คนรุ่นหลัง ๆ เริ่มทยอยออกจากพื้นที่ ด้วยเหตุผลของการประกอบอาชีพ ด้วยเหตุผลของความเจริญด้านต่าง ๆ ดังเช่น กรณีของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่ปัจจุบันหลงเหลือเพียงร่องรอยของความเป็นอดีต ภาพที่ตลาดเก่าของเรือพายในคลองดำเนินสะดวก ที่หาชมได้ยากจะมีให้เห็นก็ในช่วงเวลาที่มีตลาดนัดเท่านั้น แต่ในวันอื่น ๆ กลับเงียบเหงา

มุมมองของความเป็นอดีตจะสะท้อนผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้นและเป็นประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการพูดถึงงานวัด มีการพูดถึงการผสมผสานของสินค้าและความหลากหลายที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการพูดถึงความเป็นอดีตที่เกิดขึ้นแต่เป็นอดีตคนละชุดกันซึ่งส่วนใหญ่ก็รับรู้และเข้าใจว่าอดีตที่ถูกสร้างขึ้นบนโลกความจริงมีในอดีตที่เป็นอดีตที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นคำตอบที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ว่า เมื่อเพลินวานหายไปจะรู้สึกถึงอดีตที่หายไปหรือไม่ คำตอบคือไม่รู้สึก เพราะเป็นอดีตคนละชุดกันและพื้นที่เพลินวานเองก็เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจท่องเที่ยวมากกว่า ซึ่งชุดคำตอบดังกล่าวนี้มีความแตกต่างกับชุดคำตอบของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ๆ เช่น ในกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มองพื้นที่ของเพลินวานในลักษณะของความตื่นตาตื่นใจ (exotic) มากกว่า นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางส่วนในกลุ่มนี้ที่มีการให้นิยามหรือความหมายของเพลินวานในแง่มุมที่แตกต่างออกไป คือ

“สำหรับพี่แล้ว เพลินวาน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่เน้นเรื่องราวของอดีต โบราณ โดยจัดพื้นที่ให้ดูเก่า ๆ ให้ดูน่าสนใจ เป็นพื้นที่ย้อนยุคที่มีความหลากหลาย ซึ่งก็ทำได้ระดับหนึ่ง เป็นสถานที่ที่น่าถ่ายรูปมากกว่าจะมาศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีต พี่ถ่ายรูปตั้งแต่ทางเข้าร้านค้า อาหาร ของฝาก รวมไปถึงชั้นล่างด้วยเช่นกัน มีมุมถ่ายรูปเยอะมากซึ่งถ่ายออกมาแล้วยอมรับว่าสวยดี พี่ว่าเหมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า หากวันหนึ่งเพลินวานหายไป ก็ไม่รู้สึกเสียดาย ถือเป็นเรื่องปกติที่สถานที่เหล่านี้จะเกิดขึ้นและหายไปขึ้นอยู่กับกระแสและความนิยมในช่วงเวลาต่าง ๆ

ซึ่งเมื่อ 6-7 ปีก่อนที่เปิดตัวใหม่ ๆ แล้วได้รับความนิยม เพราะช่วงนั้นกระแสการโยกย้ายดีกำลังได้รับความนิยม ซึ่งก็น่าจะมาพร้อม ๆ กับตลาดน้ำอัมพวา แต่ตอนนี้กระแสดังกล่าวก็เริ่มลดลงอีกทั้งมีสถานที่เปิดใหม่เยอะขึ้น จึงอาจทำให้กระแสความนิยมของเพลินวานลดลงก็เป็นได้” (นัยนา (57), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

“หากจะให้นิยามหรือความหมายค่อนข้างจะยากนิดนึง สำหรับเราแล้วเรามองว่า เพลินวาน เป็นพื้นที่แบบย้อนยุค มีอะไรที่หลากหลายปะปนกัน ทั้งของกิน ของใช้ รวมถึงของฝากแปลกตีดูน่าสนใจ ตัวเขาไม่ได้ถ่ายรูปอะไรเนื่องจากครั้งก่อน ๆ ที่มาได้ถ่ายไปหลายที่ทั้งทางเข้าและลานตรงงานวัด ชอบตรงงานวัดสนุกสนานดี หากเพลินวานต้องหายไปคงรู้สึกเสียดายในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า ไม่ได้เสียใจอะไรมาก เข้าใจว่าเป็นพื้นที่สร้างขึ้นและมีการแข่งขันเพื่อความอยู่รอด สมัยนี้มีแต่ความทันสมัยเช่นห้างสรรพสินค้า แต่แนวแบบนี้มีไม่มากซึ่งหากให้เลือกระหว่างห้างสรรพสินค้ากับเพลินวานเค้าคงเลือกที่จะมาเดินแบบนี้ดีกว่า เดินแล้วสบายใจและรู้สึกชอบมากกว่า หากมีโอกาสก็จะแวะมาอีก” (อนุรักษ์ (57), เพศชาย, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“เป็นพื้นที่แห่งความหลังและความทรงจำดี ๆ พื้นที่ที่มีแต่ความรื่นเริงและความสุข แรกเริ่มก่อนที่จะมาขังนกภาพของเพลินวานไม่ออกว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร คิดว่าเป็นพื้นที่โล่ง ๆ กว้าง ๆ เหมือนตลาดน้ำ แต่พอมาเห็นของจริงแล้วก็ไม่ได้กว้างเหมือนที่คิดแต่ก็ไม่ได้แคบจนเกินไป ดู ๆ แล้วมีความลงตัว ชอบการตกแต่ง ชอบบรรยากาศขนาดมาตอนกลางวัน ถ้ามาตอนกลางคืนและมีแสงไฟน่าจะสวยงามกว่านี้ ไม่ได้ชอบจุดไหนเป็นพิเศษ ชอบโดยรวมมากกว่า และก็ไม่ได้ถ่ายรูปด้วย อย่างงานวัดเห็นแล้วนึกถึงตอนเด็ก ๆ ที่ได้ไปเที่ยวกับพี่ ๆ น้อง ๆ ไปเล่นชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน ดุมอเตอร์ไซค์ไต่ถัง ซึ่งชอบมากและสนุกดี เห็นชิงช้าสวรรค์ หนึ่งกลางแปลงแล้วรู้สึกอย่างนั้นขึ้นมามากมายใจ อาหารบางอย่างก็ไม่สอดคล้อง เช่น ไอติมทอด ทาโกะยากิ โมจิ ดูจะทันสมัยเกินไปเข้ากับช่วงเวลา มาที่นี่ก็ไม่ได้ถ่ายรูป ส่วนถ้าเพลินวานหายไป ก็ไม่ได้รู้สึกอะไร มองว่าเป็นเชิงธุรกิจมากกว่า หากที่นี่หายไปก็จะมีที่อื่นสร้างขึ้นใหม่ทดแทน เป็นการเปิดโอกาสให้คนอื่นมาทำธุรกิจ แต่จะดีกว่าหรือด้อยกว่านั้นคงตอบยาก เพราะเป็นเรื่องความเชี่ยวชาญและขึ้นเชิงทางธุรกิจแต่ที่เห็นก็ทำออกมาได้ดี และน่าสนใจ” (สมศรี (61), เพศหญิง, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2558)

นักท่องเที่ยวชุดนี้เริ่มมีภาพของความเป็นธุรกิจของเพลินวานที่ชัดเจนมากขึ้น ชุดความรู้และความเข้าใจในแง่มุมมองของการแข่งขัน การสร้างกลยุทธ์ และความแปลกใหม่ นั้นเป็นประเด็นที่ถูกวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผ่านต้นทุนและประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์จริงที่มากกว่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกเสมือนจึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการรับรู้ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ ทั้งหมด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีมุมมองในเชิงอนุรักษ์ ปกป้อง รักษา เพื่อต้องการรักษาสิ่งที่เกิดขึ้นที่เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ให้เกิดขึ้น เพื่อให้รุ่นหลังได้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งในแง่มุมมองหนึ่งเพลินวานก็มีมุมมองกล่าว

แต่ก็ไม่ทั้งหมดจะขาดก็เพียงความเป็นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ไม่สามารถสร้างขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมให้เกิดขึ้นได้ นอกจากประเด็นที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปีนั้น จะมีการเปรียบเทียบกับสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวมาแล้ว ซึ่งก็มีทั้งสถานที่ภายในประเทศและสถานที่ต่างประเทศ

(2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview)

เสริฐ อายุ 53 ปี¹⁵ เป็นอีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์และพูดคุย เสริฐเป็นอีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เพศชายที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล พี่เสริฐ เป็นคำที่ผู้วิจัยใช้เรียกขานเนื่องจากพี่เสริฐมีอายุมากกว่าผู้วิจัย การสัมภาษณ์พูดคุยกับพี่เสริฐแม้จะใช้เวลาไม่มาก (ประมาณ 10 นาที) แต่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสเฝ้าติดตามและถ่ายรูปในขณะที่ยังกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวทำกิจกรรม ณ ลานเพลินที่อยู่ด้านใน ครั้งนี้พี่เสริฐมาเพลินวานพร้อมกับคุณแม่ น้องชาย และหลาน หลังจากได้มีโอกาสทำความรู้จักและแนะนำตัวและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสัมภาษณ์เพื่อขอข้อมูลในการทำวิจัยแล้วผู้วิจัยจึงได้เริ่มมีโอกาสดูคุยกับพี่เสริฐที่เป็นกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว โดยเริ่มในประเด็นที่พี่เสริฐสนใจคือ “เห็นพี่เสริฐใช้เวลาอยู่บริเวณลานเพลินค่อนข้างนาน ทั้งยังป็น ดักไซ่ แสดงว่าพี่เสริฐค่อนข้างสนใจกิจกรรมดังกล่าวนะครับ” พี่เสริฐกล่าวตอบผู้วิจัยว่า

“ใช่ครับผมค่อนข้างชอบกิจกรรมพวกนี้ ทำให้ผมนึกถึงตอนสมัยเด็ก ๆ คุณพ่อคุณแม่ พาผมไปเดินเล่นที่งานวัดแถวบ้านในต่างจังหวัด ซึ่งในขณะนั้น (กว่า 35 ปีมาแล้ว) พี่อายุประมาณ 17-18 ปีเอง ไปกันหลายคนรวมถึงพี่ ๆ น้อง สนุกมากโดยเฉพาะ ยิงปืน พี่ว่าเป็นกิจกรรมที่ทำหายดี ซิงข้าวสวรรค์นี่ก็ใช่จำได้เลยสมัยเด็ก ๆ ชอบขึ้นมาก สมัยนั้นพาน้อง ๆ ไปกัน พี่มีน้อง ๆ อีก 4 คน พี่เป็นคนโตที่เกิดในครอบครัวคนจีนเลยต้องมีหน้าที่เลี้ยงดูน้อง ๆ ทั้ง 4 เวลาพ่อแม่ไม่อยู่นาน ๆ จะได้ออกไปที จำได้ว่าปีละ 1 ครั้งที่จะมีเทศกาลงานวัด ที่อยู่ไม่ไกลจากบ้านสักเท่าไร งานวัดที่นี่มีความแตกต่างจากสิ่งที่พี่เคยสัมผัสมา เพราะที่งานวัดของจริง จะมีเต็นท์ มีร้านขายไก่ย่าง ขายก๋วยเตี๋ยว และขนมหลากหลายชนิด แต่ที่นี่มีความต่างอย่างหนึ่งคือเวลาจะเล่นเกมต่าง ๆ ต้องไปแลกคูปองในร้านที่ทำเป็นโรงรับจำนำ แปลกดีเหมือนกันไม่เคยเจอมาก่อน” (เสริฐ (53), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

¹⁵ เสริฐ เคยทำงานกับบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในตำแหน่งวิศวกรแต่ปัจจุบันได้ลาออกมาทำกิจการส่วนตัว



ภาพที่ 5.14 ภาพของพี่เสริฐกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

จากการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวของพี่เสริฐแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี นั้นเป็นกลุ่มที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มาจากประสบการณ์ในวัยเด็ก ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวที่สั่งสมมาของแต่ละคนนั้นมีไม่เท่ากัน จึงทำให้ต้นทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละคนจึงแตกต่างกัน ความน่าสนใจของพี่เสริฐที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อายุมากกว่า 50 ปี นั้นอยู่ตรงที่ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความสนใจในกิจกรรมเกี่ยวกับงานวัดมากกว่าสิ่งอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักไม่ได้เน้นหรือให้ความสนใจในกิจกรรมและเทศกาลงานวัดจำลองที่เกิดขึ้น การประดิษฐ์เทศกาลดังกล่าวที่ดูมีเรื่องราวคล้าย ๆ กับงานวัดที่เกิดขึ้นทำให้มีความน่าสนใจ ซึ่งอาจมาจากความชื่นชอบหรือความประทับใจส่วนตัวเกี่ยวกับเทศกาลดังกล่าวทั้งนี้

ทั้งพี่เสริฐและจ๊อบกล่าวเหมือนกันตรงที่ เวลาจะเล่นเกมต้องไปแลกคูปองในร้านที่ทำคล้าย ๆ กับโรงรับจำนำสมัยก่อน ซึ่งผู้วิจัยตีความจากเรื่องดังกล่าวว่า เพลินวาน เองกำลังสร้างความหมายบางอย่างให้เกิดขึ้น กล่าวคือ โรงรับจำนำเป็นสถานที่ที่นำของไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินพร้อมตัวจำนำแต่ที่ เพลินวาน เราต้องนำไปแลกเงินไปแลกตัว (คูปอง) เพื่อเล่นเกม ซึ่งตีความได้ว่า เพลินวาน มีการนำเรื่องของสร้างความหมายมาใช้ โดยการใช้ผ่านเรื่องของโรงรับจำนำและภาษาที่ใช้ก็เป็นภาษาจีนที่ติดอยู่หน้าโรงรับจำนำ ซึ่งน่าจะสื่อถึงความที่มีคนจีนที่อาศัยอยู่กันเป็นจำนวนมากในช่วงยุคสมัยนั้น (พ.ศ. 2499 ดังที่ เอกเคยกล่าวไว้ว่า จำลองสถานการณ์ในช่วงเวลาดังกล่าว)

ผู้วิจัยถามต่อว่า “พี่มาเพลินวานบ่อยไหมครับ” และตามด้วยอีกคำถามว่า “นอกจากกิจกรรมในโซนงานวัดแล้วพี่ชื่นชอบอะไรอื่นอีกบ้างไหมครับ” พี่เสริฐตอบกลับมาว่า

“มาครั้งแรก โดยน้องชายเป็นคนชวนมาเที่ยวที่หัวหินหลังจากทานข้าวเสร็จตอนค่ำ ๆ น้องชายพี่ก็พาพี่มาเดินกับคุณแม่และหลาน” พี่เสริฐ กล่าวต่อว่า “พี่ชอบบรรยากาศในนี้ ที่ดูเป็นร้านเก่า ๆ ประตูปไม้ คือสมัยเด็ก ๆ ที่ข้างบ้านมีร้านย้อมผ้าแต่ที่นี่ไม่มีถ้ามีละก็ใช่เลย ที่นี่ร้านค้าจะติดกันหลาย ๆ ร้านในขณะที่ต่างจังหวัดไม่ได้ติดกันขนาดนี้ แต่โดยภาพรวมแล้วก็พอไหวส่วนบรรยากาศก็ไม่ค่อยแตกต่างกับอดีตมากนักที่ทางเดินก่อนถึงสะพานไม้ร้านค้าด้านซ้ายมือยังพอมีตู้แช่ที่ปัจจุบันไม่ค่อยเห็นและอาจจะเลิกใช้แล้ว ที่ด้านบนจะเป็นกระเจกไวไวโซนค้า ซึ่งในสมัยนั้นก็จะมี

น้ำแก๊ฮวย น้ำสมุนไพโรจีน ไว่ขายแก๊ลูกค้า ส่วนอื่น ๆ ก็ดูเฉย ๆ ไม่ค่อยน่าสนใจ เลยไม่ได้ถ่ายรูปซึ่งปกติก็ไม่ชอบถ่ายรูปอยู่แล้ว แต่มีหลานมาเลยถ่ายกับแม่ น้องชาย และหลาน” (เสริฐ (49), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปีนั้นมักมากับครอบครัว เช่นเดียวกันกับกรณีของพินาที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้ยังพบต่อไปอีกว่ากลุ่มนี้มักไม่ค่อยชื่นชอบการถ่ายรูป ในกรณีของพี่เสริฐนั้นมากับหลานเลยถ่ายรูปร่วมกัน ซึ่งคำว่า “ปกติ” นั้นแสดงให้เห็นว่าไม่ค่อยนิยมแต่ครั้งนี้ไม่ปกติจึงมีการถ่ายรูป ทั้งนี้ความเป็นอดีตกรณีของพี่เสริฐ นั้นแสดงให้เห็นถึงอดีตที่เคยเกิดขึ้นแต่ปัจจุบันนั้นรู้สึกห่างหายไป อดีตที่เกิดขึ้นดังกล่าวไม่ใช่อดีตที่ขาดหาย (paradise lost) แต่เป็นอดีตที่เหือดแห้งไป กรณีของพี่เสริฐแสดงให้เห็นถึงการนำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม โดยแสดงให้เห็นถึงการโยยหาอดีตซึ่งสังเกตได้จากพฤติกรรม ทั้งนี้เมื่อพี่เสริฐเดินเข้าไปในพื้นที่ชนด้านในที่เป็ลลานเพลินและมีกิจกรรมต่าง ๆ คล้ายกับเทศกาลงานวัด พี่เสริฐมีความชำนาญในการเล่นเกมส์ต่าง ๆ ด้วยท่าที่ทะมัดทะแมงและคุ้นเคย เช่น ยิงปืน ปากะป๋อง ซึ่งก็น่าจะสันนิษฐานได้ว่าเคยกระทำสิ่งนี้มาก่อน และ ผู้วิจัยถามต่อว่า ในความเข้าใจของพี่แล้ว เพลินวานคืออะไรและมีความหมายอะไรไหมกับสิ่งต่าง ๆ ในนี้

“จริง ๆ แล้วก่อนมาก็ไม่รู้และไม่เข้าใจหรอกว่า เพลินวาน คืออะไรต่อมาแล้วก็ทำให้ทราบว่า เป็นสถานที่ที่รวบรวมและแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับอดีต มีของที่ระลึกขาย ทราบจากป้ายข้อความตามทางเดินบ้าง เข้าใจจากสิ่งที่เกิดขึ้นบ้าง รวมไปถึงการบอกเล่าจากน้องชายบ้าง คือ พี่มีเป็นคนที่มาจากต่างจังหวัด ไม่เคยและไม่ชอบไปต่างประเทศ แต่จะไปพวงงานวัด และตลาดน้ำค่อนข้างบ่อย” (เสริฐ (53), เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ทั้งนี้ในแง่มุมมองของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีที่ไม่ได้มีประสบการณ์จากการเดินทางมักจะใช้ประสบการณ์ในวัยเยาว์เพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อันจะมีความต่างจากผู้มีประสบการณ์ในการเดินทางไปในที่ต่าง ๆ ดังเช่นกรณีของพินา (49) และจีบ (38) ซึ่งเรื่องดังกล่าวสะท้อนให้เห็นวิธีคิดและมุมมองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในกรณีของเพลินวาน แตกต่างกัน

จากการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่าเป็นกลุ่มที่ยินดีให้ข้อมูลมากที่สุด กลุ่มนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 8 คน โดยกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีข้อมูลที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย สำหรับคำนิยามที่ให้มานั้นมีความใกล้เคียงกับกลุ่มอายุ 40-50 ปี ที่ว่าเก่า ๆ อดีต วันวาน บ้านเรือนโบราณ ย้อนยุค เป็นต้น กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มากันครั้งแรกมากกว่าครึ่ง (6 คนจาก 8 คน) และเป็นกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาเที่ยวทั้งหมด แต่มาด้วยเหตุผลต่าง ๆ อาทิ เป็นทางผ่าน รอทำบุญ ลูกพามาเดินเล่น ครึ่งหนึ่งจะไม่ได้ถ่ายรูปแต่อีกครั้งหนึ่งกลับพบว่ามีารถ่ายรูปซึ่งก็มีทั้งเน้นการถ่ายรูปเฉพาะจุด (โดยเฉพาะตรงบริเวณทางเข้า) และถ่ายรูปทั่วทุกจุด (นัยนา (57)) กรณีของ นัยนา (57) นั้นเป็นคนที่ชอบถ่ายรูปมาถ่ายทุกจุด ตั้งแต่ทางเข้า ชันบน ชันล่าง สะพาน

งานวัด ผู้วิจัยได้มีโอกาสที่จะเดินตามและร่วมกลุ่มกับนักท่องเที่ยวของกลุ่มนัยนาที่มากันประมาณ 10 คน ครึ่งนี้ผู้วิจัยอาสาเป็นคนถ่ายรูปให้และก็ได้ข้อมูลที่น่าสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พอสมควร

กลุ่มของนัยนา (57) เป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมผัสและใช้เวลามากที่สุดในการบรรดากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างให้นิยามของเพลินวาน ในแง่ของความหลากหลาย อดีตที่สร้างขึ้น ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วชอบที่จะท่องเที่ยวในแนวนี้แต่ชอบอดีตที่เป็นของจริงมากกว่า เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก เป็นต้น นอกจากนี้นัยนายังยกตัวอย่างเรื่องการเดินทางไปต่างประเทศที่ญี่ปุ่นโดยเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า ที่ญี่ปุ่นมีการจัดพื้นที่ได้ค่อนข้างดีและน่าสนใจแต่ยังไม่เคยไปหมู่บ้านโบราณที่พูดถึง แต่จะไปตามโปรแกรมของบริษัททัวร์ที่จัดให้ไปที่โตเกียว (โชว์รูปในโทรศัพท์ให้ผู้วิจัยดู ตอนไปเที่ยวที่ญี่ปุ่น) นัยนาเป็นหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยค่อนข้างมากกว่าท่านอื่น ๆ ซึ่งการเปรียบเปรยเพลินวานวันที่เที่ยวในต่างประเทศนั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างดังกล่าว มีการนำต้นทุนที่เป็นประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมาใช้ในการสร้างความหมายหรือนิยามที่เกิดขึ้น ซึ่งการกล่าวถึงพื้นที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านมานา (49) ก็มีการกล่าวถึงพื้นที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศเช่นกัน ในกลุ่มนี้ รัตน์ (65) ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่มีการสร้างความหมายที่หลากหลายเช่นกัน รัตน์กล่าวกับผู้วิจัยว่า “เพลินวาน เป็นเหมือนหมู่บ้านเก่า ๆ ย้อนอดีตในช่วงเวลาหนึ่ง (ไม่แน่ใจช่วงไหน เพราะผสมหลายช่วงเหลือเกิน) บรรยากาศสนุกสนาน มีของกิน ของฝาก มีเกมส์ การละเล่น บรรยากาศงานวัด โดยรวมดูเหมือนจะเก่าแต่ก็ไม่เก่า ผสม ๆ ปน ๆ กันไป แต่ก็น่าจะเป็นเช่นนี้เพราะหากเก่าอย่างเดียวคงดูไม่ค่อยน่าสนใจ”

สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบจากการสัมภาษณ์รัตน์และนัยนา คือ คำว่า หลากหลาย ผสม จะเริ่มปรากฏขึ้นมา ทั้งนี้ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีต้นทุนหรือผ่านประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวมาพอสมควรดังนั้นจึงมีมุมมองต่อพื้นที่เพลินวานในแง่มุมมองที่แตกต่างและหลากหลาย กรณีของ ปรีชา (60) ก็เช่นกันที่เริ่มปรากฏชื่อของตลาดน้ำที่ผู้วิจัยไม่ค่อยจะคุ้นชินมากนัก เช่น ตลาดน้ำราชโศก ตลาดน้ำผักไห่ ซึ่งตลาดน้ำที่กล่าวถึงนี้น่าจะเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นและเป็นที่ยอมรับในพื้นที่หนึ่งแต่ไม่ได้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางเช่น ตลาดน้ำอัมพวา หรือ ตลาดสามชุก อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มของอายุเกิน 50 ปีนั้นกล่าวได้ว่าอายุและประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างนิยามและความหมายของเพลินวาน

ทั้งนี้จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด การให้ความหมายของเพลินวานที่ผู้วิจัยพบซ้ำ ๆ กันเป็นจำนวนมากสำหรับทุกกลุ่มอายุคือคำว่า เก่า โบราณ ย้อนยุค ซึ่งคำเหล่านี้ล้วนพบเห็นอยู่เป็นจำนวนมากในสถานที่ต่าง ๆ รวมไปถึงตามสื่อด้วยเช่นกัน แต่สิ่งหนึ่งที่มีความน่าสนใจคือ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี (น้อยกว่า 20 และ 20-30 ปี) ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลและคำเหล่านี้มาจาก internet อาทิ

“We came here as we had nothing to do that day. But unfortunately this place did not deliver much. The stuff on sale was stuff that you could get at any market, which was disappointing as you would think that with such a cool building they would make more of an effort to find more unique stuff to sell. Like vintage clothes to match the vintage feel. There is definitely room for improvement here, i wouldn't recommend visiting as there wasn't much here, But by all means visit if it's on the way to somewhere!” อ้างอิงจาก trip advisor August 19, 2015

สิ่งดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคม (social media) มีอิทธิพลต่อกลุ่มเหล่านี้ และสื่อเหล่านี้มีส่วนที่ทำให้กลุ่มเหล่านี้สนใจที่จะมาเพลิวนานด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามสื่อเหล่านี้กลับไม่ได้มีผลโดยตรงกับกลุ่มที่มีอายุ 41-50 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งผลจากสัมภาษณ์เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเหล่านี้มาด้วยเหตุผลของ ลูกหลานและคนในครอบครัวชักชวนกันมา

การสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านภาษาที่เกิดขึ้นประกอบกับความเร่งรีบของกลุ่มต่าง ๆ จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถที่จะเข้าไปเก็บข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ เป็นเวลานานได้ ดังนั้นในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคของการสังเกต (observation) และตามดูพฤติกรรมของกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มต่าง ๆ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยเลือกที่จะสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยมีรายละเอียดของกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ช่วงเวลาที่ผู้วิจัยได้เข้าไปนั่งสังเกตการณ์นั้น เป็นช่วงเวลาหลัง 18:00 น. ก็เป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวอาจใช้เวลาหลังจากรับประทานอาหารเย็นกันแล้วแวะมาเดินที่เพลิวนาน ซึ่งผู้วิจัยสังเกตดูแล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวใช้เวลาในการเดินดูของแต่ละร้านไม่มากนัก และก็น่าจะไม่ได้ซื้อของดังกล่าวติดไม้ติดมือกลับไป มีเพียงการซื้อ มะม่วงน้ำปลาหวาน เท่านั้น แต่ก็ซื้อไปในปริมาณที่ไม่มาก น่าจะเป็นเพียงแค่การบริโภคมากกว่า สิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ คำพูด สำเนียงภาษาจึงทำให้ผู้วิจัยทราบได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมาจากภาคอีสาน “เฮ็ดอียังวะ” “ไปไสนะ” “แม่นบ” เป็นต้น สิ่งที่ที่น่าสนใจของคนกลุ่มดังกล่าวคือ มีทั้งผู้สูงอายุ ที่ครอบครัวจูงกันมา มีทั้งเด็กเล็กและเด็กโต ผู้ชาย ผู้หญิง คละเคล้ากันไป คนกลุ่มนี้เท่าที่สังเกตเห็นส่วนใหญ่จะไม่มียี่ห้อถ่ายรูปติดกันมา จะมีก็น้อยมากและจะไม่ค่อยใช้โทรศัพท์ที่มีกล้องถ่ายรูป



ภาพที่ 5.15 แสดงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุราว 40 ปีขึ้นไป โดยมีเพศชาย 6 คน และมีเพศหญิง 4 คน เท่าที่สังเกตดูมักจะมีพฤติกรรมการจับกลุ่มพูดคุยกันเองมากกว่าการที่จะเข้าไปเลือกดูหรือซื้อสินค้าต่าง ๆ ตามร้าน ทั้งนี้จากการเดินติดตามสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าส่วนใหญ่มักจะมีเวลาว่างที่จะพุดจา สนทนากับคนขายของตามร้านต่าง ๆ กลุ่มดังกล่าวได้เดินไปที่ลานเพลิน ซึ่งเป็นลานที่มีเกมส์และการละเล่น กลุ่มดังกล่าวก็ได้แต่เพียงยืนดู และจับกลุ่มพูดคุยโดยมิได้ร่วมเล่นเกมส์แต่อย่างใด ซึ่งกลุ่มดังกล่าวแตกต่างจากกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ผู้วิจัยสังเกตในวันดังกล่าว นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ร่วมเล่นเกมส์อย่างสนุกสนานพร้อมทั้งยังยกนิ้วหัวแม่มือโป้งให้กับผู้ขายอันแสดงถึงความสนุก ความเยินยอ ที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มคนไทยที่มาจากภาคอีสานดังกล่าวได้ใช้เวลาเดินอยู่ในเพลินวานราว 30-40 นาที โดยที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อของติดไม้ติดมือกลับออกไป

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

กลุ่มดังกล่าวเป็นกรุ๊ปที่ไม่ใหญ่มีประมาณ 8 คน เป็นผู้ชาย 2 คน ผู้หญิง 5 คน และเด็กผู้หญิง 1 คน ซึ่งจากการสังเกตน่าจะเป็นกรุ๊ปที่รู้จักกัน เพราะมีการพูดคุยกันอย่างเป็นกันเอง ซึ่งในกรุ๊ปมีคู่สามีภรรยา และลูกสาวตัวน้อย 1 คน อายุน่าจะราว 6-7 ขวบ และก็มี คุณปู่คุณย่า คุณตาคุณยาย กรุ๊ปดังกล่าวได้แวะซื้อไอศกรีมทอดที่เป็นร้านรถเข็น เพื่อให้ลูกสาวที่แอบมองสินค้าดังกล่าวอย่างตั้งอกตั้งใจ โดยมีคุณพ่อเป็นคนช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกดังกล่าว กรุ๊ปนี้ใช้เวลาในการเดินไม่นานนักก็หยุดพักที่หน้าร้าน พิมานเพลินวาน แล้วนั่งพัก เพื่อสนทนาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันคุณพ่อของลูกสาวก็หยิบยื่นสินค้า (คาดว่า จะเป็นไอศกรีมทอด) ให้กับคุณลุงและคุณป้าในกลุ่มเพื่อดูว่าสินค้าที่ซื้อมานั้นคืออะไรและน่าสนใจขนาดไหน

กลุ่มเกาหลีดังกล่าวถือเป็นกรุ๊ปที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบเห็นในขณะที่ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งมักจะไม่ค่อยเห็นกรุ๊ปที่มามากนักลักษณะดังกล่าวนี้ และอีกประการหนึ่งคือ มักจะไม่ค่อยเห็นนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวเกาหลี เข้ามาเที่ยวในเพลินวาน อย่างไรก็ตามการเข้ามา

ในพื้นที่ดังกล่าวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี สะท้อนให้เห็นได้ว่า ความเป็น เฟลีนวาน ยังเป็นที่สนใจ และนำติดตามในแง่มุมมองของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวเกาหลี เท่าที่สังเกตเห็นและศึกษาดูเกี่ยวกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกาหลี จะพบว่า นักท่องเที่ยวเกาหลีมักจะมากันเป็นครอบครัว ไม่ได้มา กันเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และเป็นคณะ เช่น กลุ่มคนจีน โดยกลุ่มชาวเกาหลีมักมีการซื้อสินค้าที่เป็นของกิน และของที่ระลึก ในขณะที่กลุ่มชาวจีนมักจะไม่ค่อยซื้อแต่จะเน้นที่การถ่ายรูปมากกว่า การแวะซื้อ ไอศกรีมทอด นั้นอาจสะท้อนให้เห็นว่า ชาวเกาหลีอาจเห็นว่าเป็นสิ่งที่แปลกและน่าสนใจ ซึ่งจากรูป ถ่ายจะเห็นได้ว่าการมุงดูกันทั้งผู้ชาย ผู้หญิง และเด็ก อันทำให้ไอศกรีมทอดดูน่าสนใจขึ้นมาทันที แม้ว่าไอศกรีมทอดจะเป็นสินค้าที่ดูทั่วไปสำหรับคนไทย แต่ความน่าฉงนน่าจะอยู่ตรงที่ไอศกรีมที่เป็น ของเย็นจะนำมาทอดในอุณหภูมิที่มีความร้อนและไอศกรีมที่อยู่ข้างใน ไม่ละลายได้อย่างไร



ภาพที่ 5.16 แสดงกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่กำลังสนทนาและยื่นซื้อของ

สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ที่ เฟลีนวานเอง มีความหลากหลายของ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวซึ่งสิ่งดังกล่าวได้สอดคล้องไปกับสิ่งที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ลงพื้นที่และเก็บ ข้อมูลก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีกลับไม่พบพฤติกรรมการถ่ายรูปเหมือน กลุ่มชาวจีนซึ่งจากการสังเกตพบว่ากลุ่มชาวจีนนั้นจะมีกล้องส่วนตัวสำหรับพกพา (compact) ในขณะที่กลุ่มชาวเกาหลีกลับมีเพียงกล้อง ๆ เดียว (เป็นกล้องที่มีขนาดใหญ่กว่าแบบพกพา ใช้สำหรับการถ่ายภาพที่มีความละเอียดมากขึ้น เรียกว่า กล้อง SLR (single-lenses reflex) ซึ่งมาพร้อมกับขา ตั้งกล้อง

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่ไม่ใหญ่มาก ในกลุ่มนับได้ 12 คน โดยประกอบไปด้วย ผู้หญิง 5 คน ผู้ชาย 6 คน และเด็กผู้หญิงอีก 1 คน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มาพักผ่อนข้างหลากหลาย มีทั้งที่เป็นครอบครัว มีทั้งเพื่อน และผู้สูงอายุ สิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างหนึ่งคือทุกคู่ หรือทุกครอบครัวจะมีกล้องถ่ายรูป (compact) และส่วนใหญ่มักจะหาหม้อถ่ายรูป มุมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาถ่ายรูปกันคือ การยืนอยู่บนสะพานโค้งที่เชื่อมต่อไปถึงตรงข้าม และยืนให้ด้านหลังติดเป็นทิวทัศน์ของพื้นที่ หรือมีชิงช้า เป็นภาพเบื้องหลัง (background) การหาหม้อถ่ายรูปของแต่ละชนชาตินั้นจะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวจีนมักถ่ายบริเวณสะพานแต่จะไม่ถ่ายบริเวณร้านค้า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเกาหลีนั้นไม่ได้เน้นการถ่ายบนสะพาน แต่จะเน้นที่การทำกิจกรรมของสมาชิกในกลุ่มมากกว่า



ภาพที่ 5.17 แสดงกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังยืนถ่ายรูป

ข้อสังเกตอย่างหนึ่งคือ กลุ่มชาวจีนมักจะไม่นิยมให้คนอื่นถ่ายรูปให้ มักจะถ่ายกันเองโดยให้อีกคนช่วยถ่ายรูปให้ ซึ่งผู้วิจัยทดสอบด้วยการเสนอตัวว่าจะเป็นผู้ถ่ายรูปให้โดยผู้วิจัยสื่อสารเป็นประโยคภาษาอังกฤษว่า “May I take you a photograph?” พร้อมทั้งทำ ภาษาร่างกาย (body language) ด้วยการขยับมือเหมือนกับการกดชัตเตอร์ให้ดู แต่ก็ได้รับการตอบปฏิเสธกลับมา ผู้วิจัยอดสงสัยไม่ได้ว่า กลุ่มชาวจีนจะมีพฤติกรรมอย่างไรในการถ่ายรูป จึงตามไปสังเกตต่อจึงพบว่า กลุ่มดังกล่าวมักจะถ่ายกันเองโดยที่ไม่ได้ให้คนอื่นถ่ายให้แต่อย่างใด ซึ่งลักษณะดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นลักษณะนิสัยบางอย่างของชาวจีน คือ ชอบที่จะทำอะไรด้วยตนเอง มักไม่ค่อยพึ่งพาหรือรบกวนคนอื่น นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมักชอบส่งเสียงดังกว่ากลุ่มอื่น ๆ การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมถ่ายรูปบนสะพานอาจเป็นไปได้ส่วนหนึ่งว่า ประเทศจีนมักมีลักษณะทางกายภาพที่เป็นแม่น้ำภูเขา ดังนั้นจึงมักมีสะพานเพื่อเดินเชื่อมต่อสิ่งต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อมาถึงจุดที่เป็นสะพานซึ่งเป็นทางเชื่อมของทั้งสองฝั่งนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงหยุดถ่ายรูปกันทั้งคณะ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาติอื่นกลับเลือกมุม

ถ่ายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจากรูปจะเห็นได้ชัดเจนว่ากลุ่มดังกล่าวเลือกที่จะถ่ายโดยมีพื้นหลังเป็นป้ายอักษรของไทยสมัยก่อน อันจะทำให้มีบรรยากาศที่ดูน่าสนใจมากขึ้น

4) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ในวันเวลาดังกล่าว (24 ก.ย. 57) ได้พบนักท่องเที่ยวต่างชาติ (สันนิษฐานว่าน่าจะเป็น อังกฤษ ฟังจากสำเนียงการสนทนา) เป็นชาย 2 คน คนหนึ่งมีภรรยาเป็นคนไทยและมีลูกสาว 1 คน มาพร้อมกับคุณยาย (แม่ของแม่) รวมแล้วกลุ่มนี้มากันทั้งหมดผู้ใหญ่ 5 คน เด็ก 1 คน รวมเป็น 6 คน ต่างชาติทั้งสองคนดูอายุน่าจะรุ่นราวคราวเดียวกัน ประมาณ 30 ต้น ๆ นาน ๆ จะเห็นนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มีอายุไม่มากมาเที่ยวที่เพลินวาน จึงเป็นที่สนใจของผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงติดตามไปสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ซึ่งทั้งหมดได้เดินไปสู่ลานเพลิน เป็นลานที่มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตักลูกบอล ปากระป๋อง ยิงปืน เป็นต้น ทั้งสองได้เล่นเกมสกีให้ลูกบอลลงหลุมแล้วจะมีคะแนน ปรากฏว่าทั้งคู่เล่นเกมดังกล่าวแล้วชนะจึงได้ของของที่ระลึกจากทางเพลินวาน เป็นพวงกุญแจและมีเขียนคำว่า เพลินวาน หลังจากนั้นทั้งคู่ก็ไปเล่นเกมสกียิงปืนต่อ ในเกมดังกล่าวหากยิงกระสุนทั้งหมด 5 นัดแล้วโดนเป้าล้มทั้งหมด จะได้ของรางวัลใหญ่เป็นตุ๊กตาตัวใหญ่ หากล้มแค่ 4 เป้าจะได้เพียงตุ๊กตาตัวเล็กเท่านั้น ซึ่งทั้งคู่ยิงล้ม 4 เป้าจึงได้แค่เพียงตุ๊กตาตัวเล็กเท่านั้น (ภรรยาคนไทยที่มาด้วยแอบยืนลุ้นตลอดเวลาที่สามียิงปืน)



ภาพที่ 5.18 แสดงนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่กำลังสนุกกับเกมส์ต่าง ๆ ในลานเพลิน

พฤติกรรมของชาติตะวันตกจากการสังเกตพบว่า มักจะชอบทำกิจกรรมในสถานที่มากกว่าการถ่ายรูป ซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าภรรยาที่เป็นคนไทยนั้นไม่ได้นำกล้องมาถ่ายรูปสามีต่างชาติในการทำกิจกรรมใด ๆ สิ่งนี้เองที่มีความแตกต่างจากกลุ่มของ จีน และ เกาหลี และอีกประการคือการที่ผู้วิจัยถ่ายรูปก็ทำท่าชูหัวขึ้นโป้ง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของ ความยอดเยี่ยม สนุกสนาน และชื่นชม ลักษณะนิสัยดังกล่าวอาจเป็นไปได้ว่าอาจจะเกิดการเรียนรู้จากภรรยาคนไทย ด้วยอุปนิสัยบางอย่างจึงทำให้กิจกรรมดังกล่าวมีความสนุกสนานและความครึกครื้น ซึ่งเป็นการสร้างบรรยากาศ

โดยรอบให้น้ำติดตาม จะต่างจากกลุ่มของคนไทยที่ผู้วิจัยเคยติดตามและบันทึกพฤติกรรม เป็นการเล่นที่ไม่ได้แสดงออกถึงความตื่นเต้น ดูเรียบเฉย จนทำให้บรรยากาศ หรือเกมส์ ดังกล่าวดูจืดชืดลงไปอย่างมาก สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในส่วนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ล้วนมีมุมมองและการให้ความหมายต่อเพลินวานในแง่มุมที่แตกต่างกันไป

5.3 สรุปกระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวาน

จากการนำเสนอดังกล่าวผู้วิจัยมีบทสรุปท้ายบทเกี่ยวกับกระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวานดังนี้คือ เพลินวาน มีการสร้างพื้นที่ในเชิงกายภาพโดยการออกแบบจากสถาปนิก โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนรวมไปถึงวิธีการที่ซับซ้อน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวใช้เวลาประมาณ 2 ปี 7 เดือน ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ทางกายภาพดังกล่าวมีขั้นตอนการเพิ่มต้นทุนทางวัฒนธรรมและความรู้ในรูปของข้อมูลโดยเป็นการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมทั้งภายในประเทศอันได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินฯ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก และข้อมูลจากต่างประเทศอันได้แก่ ดิสนีย์แลนด์ ฟิฟิธธ์ราเมง หมู่บ้านโบราณที่ญี่ปุ่น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวเหล่านี้มาผสมผสานและลงรหัสความหมายใหม่ โดยพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวานเป็นการลงรหัสความหมายเกี่ยวกับเรื่องของงานวัด ความสุข ความสนุกสนาน รวมไปถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีตของแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงหลังสงครามโลก หรือ ยุคดิสโก้ เป็นต้น

ทั้งนี้การสร้างพื้นที่ในเชิงกายภาพที่มีการลงรหัสความหมายดังที่ปรากฏ เมื่อมีการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวปรากฏว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีการถอดรหัสและแปลความหมายของพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 54 คน จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันพบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุมีการให้ความหมายที่คล้าย ๆ กันเป็นจำนวนมาก ความหมายที่คล้ายกันที่ปรากฏให้เห็นคือคำว่า เก่า โบราณ ย้อนยุค ซึ่งคำเหล่านี้ล้วนพบเห็นอยู่เป็นจำนวนมากในสถานที่ต่าง ๆ รวมไปถึงตามสื่อด้วยเช่นกัน แต่สิ่งหนึ่งที่มีความน่าสนใจคือกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี (น้อยกว่า 20 และ 20-30 ปี) ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลและคำเหล่านี้มาจาก internet สิ่งดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคม (social media) มีอิทธิพลต่อกลุ่มเหล่านี้ และสื่อเหล่านี้ก่อนมีส่วนที่ทำให้กลุ่มเหล่านี้สนใจที่จะมาเพลินวานด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามสื่อเหล่านี้กลับไม่ได้มีผลโดยตรงกับกลุ่มที่มีอายุ 41-50 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่พบว่ากลุ่มเหล่านี้มาด้วยเหตุผลของลูกหลาน และคนในครอบครัวชักชวนกันมา

นอกจากนี้แล้ว กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป (41-50 และ 50 ปีขึ้นไป) เป็นกลุ่มที่มีการให้นิยามที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้เนื่องจากว่ากลุ่มเหล่านี้มีประสบการณ์และต้นทุนด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากข้อมูลที่ได้สัมภาษณ์ซึ่งมักจะพบว่ากลุ่มนี้จะมีประสบการณ์ในการเดินทางทั้งในและต่างประเทศ หรือไม่ก็จะเป็นพวกนิยมเดินทางท่องเที่ยว

ทั้งนี้เนื่องจากว่า คำตอบที่ให้ส่วนใหญ่มักจะกล่าวอ้างและมีการพูดถึงสถานที่ต่าง ๆ ในเชิงเปรียบเทียบให้ดูว่า ที่นี้ต่างกับที่อื่นอย่างไร และทำไมถึงแตกต่าง ซึ่งกลุ่มนี้ก็จะมีการตอบเรื่อง พื้นที่ของเพลินวานที่หลากหลายและแตกต่างกัน ทั้งนี้บางส่วนของกลุ่มตัวมีการอย่างวิเคราะห์และเข้าใจว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยเหตุผลทางธุรกิจที่มาพร้อมกับการสร้างพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นคำตอบส่วนใหญ่ของคำถามที่ว่า “ถ้าเพลินวานหายไปจะรู้สึกอย่างไร” คำตอบที่ได้คือ ไม่รู้สึกอะไรเลย เฉย ๆ ในขณะที่ถ้าเป็นกลุ่มของอายุต่ำกว่า 30 ปีลงมาคำตอบส่วนใหญ่ที่พบคือ “รู้สึกเสียดาย” การให้ความหมายของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ผู้วิจัยกล่าวมานั้นแสดงให้เห็นว่าความหมายที่เกิดขึ้นจากการถอดรหัสนั้นมีความหลากหลายและแตกต่างกัน โดยความแตกต่างดังกล่าวนี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยและองค์ประกอบใดบ้างนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยละเอียดในบทถัดไป

บทที่ 6

บทสังเคราะห์ทางทฤษฎีกับกรณีเพลินวาน

ในบทที่ผ่านมาผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวานไว้อย่างละเอียดสำหรับในบทนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการนำผลที่ได้จากการศึกษาทั้งเอกสารและภาคสนามมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และอภิปราย โดยแบ่งการสังเคราะห์ผลการศึกษาออกเป็นสองส่วนที่สำคัญคือ **ส่วนที่หนึ่ง** เป็นการสังเคราะห์ เพลินวาน ผ่านการสนทนาแนวคิดเรื่องพื้นที่ของ Lefebvre ว่ามีความแตกต่างหรือสอดคล้องกับมโนทัศน์ดังกล่าวอย่างไร **ส่วนที่สอง** เป็นการสังเคราะห์และอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลภาคสนาม โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะใช้กรอบ triad (perceived-conceived-lived) ของ Lefebvre มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้จะมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์และอภิปรายผลเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ในฐานะของผู้ผลิต (producer) ที่มีการลงรหัส (encode) ของพื้นที่ดังกล่าวและพื้นที่ดังกล่าวมีการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยว (consumer) ด้วยการถอดรหัส (decode) ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1 สังเคราะห์ทางความคิดจากมโนทัศน์ “พื้นที่” สู่ปรากฏการณ์

ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ไว้ในบทที่ 2 ว่า การศึกษาเรื่องพื้นที่ถูกแบ่งแยกออกเป็นการศึกษาในหลายมิติอันได้แก่ พื้นที่ทางกายภาพ (physical space) พื้นที่ทางสังคม (social space) และพื้นที่ภายในจิตใจของปัจเจก (mental space) (Dear, 1997) โดยแต่ละมิติก็มีการศึกษาในรายละเอียดที่ต่างกันไปตามแต่ละศาสตร์ ไม่เพียงแต่การแบ่งแยกออกเป็นมิติดังกล่าวเท่านั้น พื้นที่ยังถูกมองได้ว่า **หนึ่ง** ในฐานะที่เป็นธรรมชาติ (เป็นอาณาเขตที่เกิดขึ้นตามกฎธรรมชาติ) ซึ่งเป็นมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ตามมุมมองแบบนิเวศวิทยามนุษย์ **สอง** ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการมองพื้นที่นิเวศวิทยาวัฒนธรรมและจิตวิทยาสิ่งแวดล้อม **สาม** ในฐานะที่เป็นโครงสร้าง ซึ่งเป็นการมองพื้นที่ตามมุมมองแบบสังคมศาสตร์เมือง **สี่** ในฐานะที่เป็นความสัมพันธ์ อันเป็นมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ตามมุมมองแบบสังคมวิทยาเมืองแนวใหม่ โดยในมุมมองเรื่องดังกล่าว พื้นที่จึงเป็นเสมือนตัวกลางของปฏิบัติการทางสังคมที่มีลักษณะอันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความหมายแฝงอยู่ในตัว (Yoshimi, 1992, p. 137) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ คือเวทีที่เกิดการกระทำระหว่างกันทางสังคม เป็นการปะทะ ประสานกันและก่อให้เกิด การสร้างความหมายอยู่ตลอดเวลา พื้นที่ใดมีการปะทะ ประสานกันมากก็ย่อมมีการไหลเวียนแลกเปลี่ยน (สนับสนุน) และผลิตซ้ำทางความหมายมากกว่าพื้นที่ที่ไม่ได้มีการปะทะ ประสานกัน

อย่างไรก็ตามมุมมองเรื่องพื้นที่ได้ถูกศึกษาต่อมากขึ้น โดย Lefebvre ได้นำแนวคิดของ มาร์กซ์และเฮเกลมาสร้างคำอธิบายใหม่เกี่ยวกับเรื่องการผลิตว่าไม่ได้มีความหมายแค่ผลผลิตที่เป็น สิ่งของที่จับต้องได้แบบที่นักเศรษฐศาสตร์ที่มองเรื่องของการผลิตว่าเป็นเรื่องของผลผลิตและแรงงาน ซึ่งมองเพียงกรอบแค่ว่า ใครผลิต ผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และผลิตเพื่อใคร โดยผลผลิตมีบริบทและมีความหมายรวมไปถึงความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยซึ่งครอบคลุมไปถึงการสืบทอดทางสังคม เช่น อุดมการณ์ เป็นต้น ด้วยกรอบคิดดังกล่าวของมาร์กซ์และเฮเกลทำให้ Lefebvre ขยายมโนทัศน์ ความหมายของคำว่า การผลิต ออกไปได้ไกลถึง ความรู้ ภาษา และ สัญลักษณ์ เช่นเดียวกันกับการ ผลิตทางอุตสาหกรรม โดย Lefebvre เสนอว่าการผลิตทางสังคมมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆคือ 1) พลังทางการผลิต (force of production) ซึ่งหมายถึง พลังที่นำมาใช้ในการผลิต พลังนี้เป็นผล ของความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเพียงธรรมชาติ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แต่เป็นผลของความสัมพันธ์ที่ ไม่เป็นเพียงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับความรู้-เทคโนโลยี อุดมการณ์ และข้อมูลข่าวสาร 2) ความสัมพันธ์ทางการผลิต (relation of production) ซึ่งเป็นตัวกำหนดกระบวนการผลิตตลอดจน กระบวนการบริโภค การแบ่งแรงงาน (division of labor) ว่าใครจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่ อย่างไร โดยทั้งสองส่วนนี้รวมเรียกว่าวิธีการผลิต (mode of production) (Lefebvre, 1991, p. 77)

ทั้งนี้ความน่าสนใจดังกล่าวอยู่ที่ Lefebvre ได้หยิบยกเรื่องของ mode of production อันประกอบไปด้วย พลังการผลิต (production force) และความสัมพันธ์ทางการผลิต (Relation of production) มาศึกษาต่อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า “พื้นที่” ในความหมายของ Lefebvre นั้นจะมีบริบทความสัมพันธ์ของสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบ เช่นเดียวกับสิ่งที่ปรากฏขึ้นในงานชิ้นนี้ที่ ผู้วิจัยได้หยิบยกมโนทัศน์เรื่องพื้นที่มาอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของ เพลินวาน แม้ว่า การปรากฏขึ้นของ เพลินวาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมานั้นจะสร้างความแปลกใหม่และตื่นตาตื่นใจให้กับผู้พบเห็นอยู่เป็นจำนวนมากของนักท่องเที่ยวก็ตาม (“สำรวจ 10 สถานที่ยอดนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวในหัวหิน” อ้างอิงจาก <http://travel.sanook.com>) แต่การปรากฏขึ้นของพื้นที่ดังกล่าว ของ เพลินวาน กลับมีความแตกต่างที่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับพื้นที่ประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของหัวหิน เช่น ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม

ดังนั้นจึงกล่าวโดยรวมได้ว่าพื้นที่ทางสังคมเป็นพื้นที่ที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการผลิตทางสังคม (social production) และการสืบทอดทางสังคม (social reproduction) ซึ่ง Lefebvre เสนอว่า พื้นที่หรือการสร้างพื้นที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ (Lefebvre, 1991, pp. 38-39) 1) ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) เป็นปฏิบัติการที่สร้าง (produce) และสืบทอด (reproduce) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความหมาย/รหัสหมายของ พื้นที่ (spatial code) 2) ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representations of space) โดยองค์ประกอบ ดังกล่าวนี้นับเป็นสิ่งทีกล่าวถึงพื้นที่ว่า มีลักษณะเป็นพื้นที่เชิงกายภาพ (physical space) กล่าวคือ เป็น

พื้นที่ที่มีการออกแบบ มีการวางแผน มีโครงสร้าง เป็นวิทยาศาสตร์ที่มีความเป็นเหตุและผล โดยพื้นที่ดังกล่าวจะเป็นเสมือนภาพตัวแทนสิ่งต่างๆ ที่ถูกรวบรวมแล้วถูกนำมาผลิตและสร้างขึ้นใหม่ให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่น และ 3) พื้นที่ภาพแทน (representational space) เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคม (social space) ที่มีการใช้พื้นที่และมีการสร้างความหมายของผู้คนที่มีแตกต่างและหลากหลาย ทำให้พื้นที่ไม่หยุดนิ่ง มีความเคลื่อนไหวและมีชีวิต (live) ทั้งนี้พื้นที่ภาพแทนจะเป็นพื้นที่ที่มีการปะทะ ประสาน และต่อรองความหมายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายต่างๆ และเป็นพื้นที่ที่รหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) มีการถูกถอดรหัส (decode)

อย่างไรก็ตามด้วยหลักคิดทั้งสามประการที่ Lefebvre กล่าวถึงในงานศึกษาเรื่อง production of space นั้นเมื่อนำมาเป็นกรอบคิดเพื่อใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทางสังคมในกรณีของเพลินวานผ่านงานศึกษาชิ้นนี้ ผู้วิจัยกลับพบว่าคำอธิบายดังกล่าวมีทั้ง **ประเด็นที่สอดคล้อง** และ **ประเด็นที่แตกต่าง**ไปจากคำอธิบายของ Lefebvre อยู่หลายประเด็นด้วยกันกล่าวคือ **ประเด็นแรก** ผู้วิจัยมองว่าปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practice) ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นปฏิบัติการที่มีการลงรหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) ไว้โดยผู้สร้าง (สถาปนิกผู้ออกแบบ) ได้ลงรหัสพื้นที่ไว้ว่า เป็นความสุข ความสนุกสนาน ตื่นเต้น รวมไปถึงเป็นวาทกรรม¹ ซึ่งเรื่องดังกล่าวเป็นการนำเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีตมาตีความและสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้น โดยได้กล่าวถึงรหัสดังกล่าวว่า “สำหรับผมแล้วตัวตั้งใหญ่คือ ความสุข และต้องได้ผลลัพธ์ คือ ความสุข ส่วนความเก่า สำหรับผมคือ ความมีอายุ ของเก่าบางอย่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์เราก็จะทิ้งไป แต่ของเก่าบางอย่างที่เมื่อเวลาผ่านไปก็จะดูดีมีคุณค่า มีจิตวิญญาณอยู่ ซึ่งผมอยากให้ที่นี้เป็นแบบนี้ น่าเก็บ น่าถ่ายรูป น่าแวะมา คือต้องเป็นความเก่าที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดี เพื่อให้เก่าและดี ทุกคนก็รับรู้ว่าเป็นเก่า ที่ เก่าแบบน่ารู้จัก” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) ทั้งนี้การลงรหัสหมายดังกล่าวได้ถูกส่งผ่านพื้นที่ไปยังผู้ใช้พื้นที่ (นักท่องเที่ยว) โดยที่ผู้ใช้พื้นที่ดังกล่าวก็มีการถอดรหัสที่แตกต่างกันออกไปตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ประเด็นที่สอง ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representations of space) เป็นการสร้างพื้นที่ทางกายภาพ ที่มีการออกแบบ วางแผน และมีโครงสร้างเป็นอย่างดี ประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ของเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกออกแบบโดยใช้หลักการทางสถาปัตยกรรมที่เป็นการผนวกทั้งศาสตร์

¹ วาทกรรมในความหมายของ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ หมายถึง การให้ความหมายที่แตกต่างไปของแต่ละช่วงเวลา เช่น งานวัด คือ กิจกรรม เป็น festival เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ fix อยู่ตรงนั้นตลอด นอกจากนั้นงานวัด ยังเป็นเรื่องของ feeling เรื่องของความสุข ความสนุก อะไรที่ไม่ได้เป็นของถาวร ทั้งนี้ของถาวรหมายถึง คือ สิ่งปลูกสร้างถาวรที่อยู่ไปถึง 20 30 ปี สิ่งปลูกสร้างชั่วคราวคืออะไรที่อยู่ได้สัก 6 เดือนแล้วจางหายไป

และศิลป์เข้าไว้ด้วยกัน จึงทำให้พื้นที่ของเพลินวานมีลักษณะที่โดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจ ทั้งนี้ผู้วิจัยตีความจากสิ่งที่เกิดขึ้นว่า เพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีการใช้สัญญาณ (sign) เพื่อสื่อถึงความหมายที่เกิดขึ้น โดยพื้นที่ลักษณะดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่รวบรวมเรื่องราว ลักษณะความสำคัญ ความโดดเด่น และถูกนำมาผลิตซ้ำ (reproduce) ด้วยชุดความหมายใหม่ที่ถูกตีความจากผู้ผลิตหรือผู้สร้าง ดังตัวอย่าง เช่น บรรยายากาศบ้านไม้ริมน้ำ ร้านขายของในสมัยก่อน บรรยายากาศเทศกาลงานวัด เป็นต้น ซึ่งภาพตัวแทนของพื้นที่ดังกล่าวจะมีมิติและเรื่องราวของความเป็นประวัติศาสตร์ เรื่องราวของวัฒนธรรม เรื่องราวของวิถีชีวิต เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่ง เพลินวาน เองพยายามที่จะถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตดังกล่าวเพื่อให้พื้นที่มีความเคลื่อนไหวและไม่หยุดนิ่ง

เราไม่ได้ตั้งใจทำอะไรเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ไม่ได้ตั้งใจที่จะ research ดูว่าหัวหินในสมัยนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร แต่เราถือว่าเป็นการอนุรักษ์จิตวิญญาณเป็นหลัก คือ ถ้าถามเราว่ามันเป็นภาษาของสิ่งที่เคยอยู่ตรงนี้จริงๆหรือไม่ คงตอบไม่ได้ไม่มีใครที่จะสามารถหาข้อมูลตรงจุดนั้นได้ แต่เราเชื่อมั่นมันเป็นไปได้ที่ว่า ที่ตรงนี้จะมียุคบรรยายากาศแบบนี้ ไม่สามารถที่จะสร้างแล้วเหมือนกับสิ่งที่เคยมี แต่เราคิดว่าบรรยายากาศและความรู้สึกใช้ มีอะไรในตรงนี้ ความรู้สึกถึงความสนุกสนานมันก็จะอะไรก็ประมาณนี้ ผมคิดว่าทุกคนสัมผัสกับมันได้ในหลายระดับ จุดนี้เป็นความตั้งใจมากเลยที่ต้องการให้คนหลายกลุ่มได้สัมผัสมันเป็นเหมือนของที่วันนี้อยากสวยๆ ได้ถ่ายรูป แต่ถ้าเป็นคนที่เราเคยอยู่บ้านแบบนี้ก็จะรู้สึกอบอุ่นมีความสุขก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

แม้ว่าทางผู้ออกแบบเองจะกล่าวไม่ได้ตั้งใจที่จะทำอะไรเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ แต่ก็

เป็นสิ่งที่ปฏิเสธได้ยากเช่นกันว่า เรื่องราวที่เกิดขึ้นในเพลินวานล้วนมีมิติของอดีตเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการนำเรื่องราวดังกล่าวที่เกิดขึ้นมาผลิตซ้ำจึงเป็นเสมือนภาพตัวแทนของพื้นที่ดังที่ Lefebvre ได้กล่าวไว้

ประเด็นที่สาม เป็นประเด็นที่น่าสนใจและเป็นประเด็นที่ Lefebvre อธิบายกรอบคิดอย่างกว้างๆเท่านั้น กล่าวคือ เป็นเรื่องของพื้นที่ภาพแทน (representational space) ซึ่งมีลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคม (social space) มีการใช้พื้นที่และมีการสร้างความหมายของผู้คนที่แตกต่างกันและหลากหลาย ทั้งนี้สิ่งที่ Lefebvre กล่าวถึงนั้นจะมีลักษณะของความสัมพันธ์ที่มีการโต้แย้งอย่างมีเหตุผล (dialectical relationship) ประกอบไปด้วย perceived conceived lived โดยรวมเรียกทั้งสามสิ่งนี้ว่า triad ซึ่งลักษณะทั้งสามประการของ triad (perceived-conceived-lived) นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีความสัมพันธ์กันและสอดคล้องกับรหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) ที่จะมีการถูกถอดรหัส (decode) ที่แตกต่างกัน ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวของ triad (perceived-conceived-

lived) จึงก่อให้เกิด social interaction และสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นในกระบวนการสร้างพื้นที่ซึ่งหมายรวมไปถึงการสร้างคำอธิบายที่เกิดขึ้นในกรณีของเพลินวานด้วยเช่นกัน

ความน่าสนใจในประเด็นดังกล่าวเป็นความแตกต่างที่ผู้วิจัยพบคือ คำอธิบายดังกล่าวเป็นเพียงกรอบกว้างๆ แต่เมื่อหยิบยกมาอธิบายถึงกรณีที่เกิดขึ้นของเพลินวานแล้ว สามารถอธิบายการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ กล่าวคือ perceived ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความแตกต่างไปจาก perceived ของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี และ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีด้วยเช่นกัน ในขณะที่ conceived ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ได้รับมาจากความเข้าใจ ที่มาจากการผสมผสานทั้งการรับรู้และผ่านประสบการณ์ที่ประสบและพบเจอมา ซึ่งก็มีความไม่เท่าเทียมกันของแต่ละปัจเจก ดังเช่น กลุ่มอายุ 20-40 ปี จะมีความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่จะมีน้อยกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซึ่งผลการศึกษาที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่า ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมีความหลากหลายและมีความแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับอายุและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ประเด็นในการศึกษาดังกล่าวยังทำให้งานชิ้นนี้มีความแตกต่างไปจากงานศึกษาหลายชิ้นที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมา โดยงานศึกษาของ พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ (2551) ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ (2545) โสจิลักษณ์ กมลศักดิ์วาทกุล (2556) นั้น ผู้วิจัยพบว่า งานสองชิ้นแรกเป็นงานศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ เรื่อง พื้นที่ ที่มีกระบวนการในการสร้าง ต่อรอง และสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของแต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เรื่อง กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของการแสดงพื้นบ้านอีสาน: กรณีศึกษาวงโปงลางสะออน ที่ศึกษาโดย พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ (2551) นั้น เป็นการชี้ให้เห็นถึง การช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม (ดนตรี) ของวงดนตรีวงหนึ่งที่ชื่อ วงโปงลางสะออน ซึ่งเป็นวงดนตรีที่ไม่เคยมีพื้นที่ทางสังคมมาก่อน ดังนั้นการต้องการที่จะช่วงชิงพื้นที่ดังกล่าวจำต้อง มีการปะทะ ต่อรองต่อสู้ และจะต้องมีการปรับกลยุทธ์และสร้างรูปแบบการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งการแสดงโปงลางพื้นบ้าน ผสมผสานกับการแสดงและวัฒนธรรมร่วมสมัยอื่นๆ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดูน่าสนใจ ซึ่งตัวนักดนตรีและศิลปินซึ่งเป็นองค์ประกอบในกระบวนการดังกล่าวมีความสามารถในการต่อรองได้น้อยกว่าทั้งนี้เนื่องจากว่าการขาดความชำนาญหรือความรู้ด้านการบริหารจัดการทั้งการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ในขณะที่งานของ ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้าง ต่อรองความหมายของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางสังคม: กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม นั้นได้เน้นไปที่การศึกษา พื้นที่วัด ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผลประโยชน์ในด้านอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น ด้านเศรษฐกิจ ที่นอกเหนือจากการใช้พื้นที่วัดเพื่อการ “สาธารณ” ได้แก่ ลานวัด จนเกิดกระบวนการ ต่อรองความหมายของวัดในฐานะพื้นที่ทางการศึกษาระหว่างคณะสงฆ์ เจ้าอาวาส และพระสงฆ์ สามเณรในวัด จนคลี่คลายมาสู่การประนีประนอมให้มีการศึกษาในรูปแบบอื่น ๆ ได้และใช้เกณฑ์ การศึกษาด้านปริยัติธรรมมาเป็นเงื่อนไขบังคับ

กรณีทั้งสองมีความต่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ พื้นที่ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นพื้นที่ที่มีความต่างกัน พื้นที่หนึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้านดนตรีขณะที่อีกพื้นที่หนึ่งเป็นพื้นที่ของวัด ทั้งนี้การเกิดขึ้นของทั้งสองกรณีที่น่าไปสู่การต่อรองและการสร้างความหมายดังกล่าวนั้น ผลประโยชน์ (political interest) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหรือแฝงตัวอยู่ในกระบวนการสร้างพื้นที่ ความน่าสนใจของงานศึกษาทั้งสองดังกล่าวได้นำไปสู่ข้อสงสัยในประเด็นการศึกษาที่เกิดขึ้นในงานชิ้นนี้ของผู้วิจัยที่ว่า นอกจากพื้นที่ทางวัฒนธรรม (ดนตรี) และพื้นที่วัดแล้ว ยังมีพื้นที่อื่นอีกหรือไม่ที่มีกระบวนการสร้างพื้นที่คล้ายกับลักษณะของพื้นที่ดังกล่าวนี้ นอกจากนี้ทั้งสองกรณียังแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องของ วัฒนธรรม (ดนตรี) พื้นที่ทางศาสนา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นและมีของจริงที่ปรากฏอยู่ หากเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่มีความเป็นจริงหรือมิติทางประวัติศาสตร์ให้ปรากฏแล้ว พื้นที่ดังกล่าวนี้จะมีกระบวนการในการสร้างพื้นที่การต่อรอง และการสร้างความหมายที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรกับกรณีที่เกิดขึ้นดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษากระบวนการดังกล่าวผ่านพื้นที่ของเพลินวาน

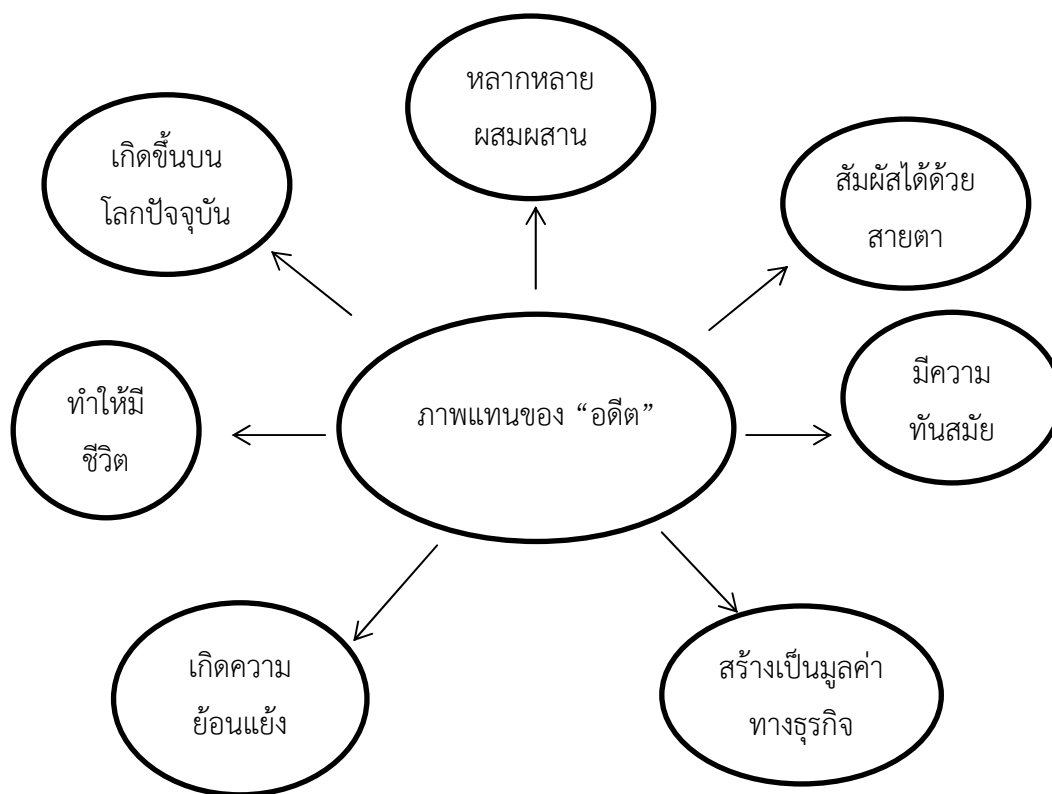
ส่วนงานของ ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (2556) เป็นการศึกษาถึงการสร้างพื้นที่เช่นกัน โดยเลือกพื้นที่ของตลาดสามชุกมาเป็นกรณีศึกษา ในงานศึกษากรณีดังกล่าวที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ของสามชุกเป็นพื้นที่ที่มีมิติของ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยว เข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งก็เกิดการต่อสู้ ต่อรอง และการสร้างความหมายเช่นเดียวกับกรณีทั้งสองข้างต้น ทั้งนี้ แต่ยังมีพื้นที่อีกประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นใหม่และเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจ เช่น พื้นที่ของเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้มีการอ้างอิงความเป็นประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรม ของพื้นที่ของหัวหิน ที่ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่เคยเป็นเมืองตากอากาศมาเป็นเมืองท่องเที่ยว มิติความเป็นประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมดังกล่าวได้ถูกผลิตขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีความน่าสนใจและที่สำคัญคือผลผลิตดังกล่าวสามารถที่จะ “ขาย” ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจเป็นอย่างมากว่า พื้นที่ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร มีกระบวนการ และองค์ประกอบที่เหมือนหรือแตกต่างจากการสร้างพื้นที่ของกรณีอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมาศึกษาและกล่าวถึงหรือไม่

อย่างไรก็ตามกล่าวได้ว่าพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่เช่นเพลินวานนั้นค่อนข้างชัดเจนว่ามีกระบวนการสร้างพื้นที่ที่แตกต่างจากกระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม (ดนตรี) พื้นที่วัดในฐานะพื้นที่ทางสังคม พื้นที่ของตลาดสามชุก โดยความชัดเจนดังกล่าวปรากฏให้เห็นผ่านกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยเริ่มตั้งแต่ การสืบค้นข้อมูล การลงพื้นที่จริง รวมไปถึงการออกแบบ และมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้พื้นที่ของเพลินวานยังเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีลักษณะเฉพาะตัว และเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการอ้างอิงความเป็นประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการอ้างอิงวัฒนธรรมถึงวัฒนธรรมที่มีมาก่อนหน้านี้ และเพลินวานยังเป็นพื้นที่ที่สร้างนิยามหรือความหมายใหม่ๆให้เกิดขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งการเกิดขึ้นดังกล่าวของพื้นที่ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด Lefebvre ที่ศึกษาเรื่องพื้นที่มาใช้อธิบายปรากฏการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวก็

สามารถอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง แต่ลักษณะพื้นที่ของเพลิวานกลับมีคำอธิบายที่แตกต่างออกไปเป็นอย่างมาก

ทั้งนี้จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยพบว่า พื้นที่ดังกล่าวของเพลิวานเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นและมีความแตกต่างจากพื้นที่ทางวัฒนธรรมอื่นที่เคยเกิดขึ้น เช่น พื้นที่ของตลาดสามชุก พื้นที่ของตลาดน้ำอัมพวา พื้นที่ทางวัฒนธรรมดนตรี พื้นที่วัด เป็นต้น ความแตกต่างที่เกิดขึ้นคือ พื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นจริงมีของจริงรองรับ มีทั้งต้นทุนทางประวัติศาสตร์ มีทั้งต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น แต่ในกรณีของเพลิวาน เป็นพื้นที่ใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่มีบริบทเหล่านี้รองรับ เช่น งานวัดก็ไม่มีวัดในพื้นที่ เป็นเหมือนฟิสิกส์แต่ก็มีชีวิตมีการซื้อขายได้จริง เป็นต้น บริบทเหล่านี้เป็นการสร้างความหมายรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปบางอย่างที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การสร้างความหมายดังกล่าวเป็นความหมายที่สามารถสร้างขึ้นได้จากทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งงานชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ความหมายไม่ได้สร้างแค่ผู้ผลิตเพียงด้านเดียวเท่านั้นแต่ความหมายยังถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มของผู้บริโภคได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งความหมายที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นความหมายที่มีทั้งสอดคล้องและแตกต่างกัน ตามความเข้าใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งอายุจะมีผลต่อการสร้างความหมายดังกล่าว

นอกจากนี้พื้นที่ของ เพลิวาน ยังเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้น โดยนำอดีตที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงมาตัดปะแล้วสร้างเรื่องราวให้เกิดขึ้นใหม่ ดังนั้นความเป็นอดีตจึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่บนโลกปัจจุบันและโลกความเป็นจริง พื้นที่ดังกล่าวจึงเป็นการปะทะ ต่อรอง และสร้างความหมายจากมุมมองของผู้ผลิตและผู้บริโภค ความน่าสนใจในการนำเอา “อดีต” มาสร้างขึ้นใหม่จึงทำให้เกิดการตีความและให้ความหมายที่แตกต่างกันไป ดังนั้น อดีต จึงถูกสร้างและผลิตความหมายขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยมีความเห็นในประเด็นดังกล่าวว่า “อดีต” ที่ถูกสร้างผ่านพื้นที่เพลิวาน ถูกนิยามและสร้างความหมายให้เป็นเสมือน แหล่งรวมความแปลกใหม่และหลอมรวมเอาความหลากหลายเข้าด้วยกัน โดยเป็นสถานที่ที่เน้นการขายอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นข้าวของที่ใช้ในการตกแต่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของพนักงานซึ่งจะจำลองและออกแบบให้คล้ายของที่ใช้จริงในสมัยอดีต และ ข้าวของที่นี้สามารถซื้อขายได้จริง ไม่ใช่แค่ตั้งโชว์เหมือนพิพิธภัณฑ์ ในขณะที่ เพลิวานเองก็ถูกนิยามหรือตีความหมายโดยนักท่องเที่ยวว่า vintage, romantic, classic โบราณ ย้อนยุคแต่ทันสมัย nostalgia อดีตไม่เหมือนของจริง ความหมายดี อนุรักษ์ ย้อนยุค โบราณ ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวผู้วิจัยมองว่า “อดีต” ที่ถูกสร้างผ่านพื้นที่ของเพลิวานนั้นเกิดการปะทะและต่อรองความหมายขึ้น โดยผ่านการลงรหัส (encode) และการถอดรหัส (decode) ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวผู้วิจัยพอสรุปให้เห็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 6.1 แสดงภาพแทนของอดีตที่ถูกสร้างความหมายที่หลากหลาย

จากแผนภาพดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า อดีต ที่เข้าใจว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและผ่านไป แล้ว กำลังจะถูกนำมานิยามและผลิตซ้ำ (reproduce) ในความหมายใหม่ เช่น อดีตที่กลับมามีชีวิตอีกครั้ง เป็นอดีตแต่มีความทันสมัย เป็นอดีตแต่สามารถสัมผัสได้บนโลกความเป็นจริงและโลกปัจจุบัน เป็นอดีตที่ผสมผสานและมีความหลากหลาย และที่สำคัญ เป็นอดีตที่มีมูลค่าทางการค้า (commercial) ดังนั้นการนำเอาอดีตกลับมาปรากฏบนพื้นที่ เช่น เฟลีนวาน ดังกล่าวจึงเป็นการนำเอาอดีตที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่อดีตที่มีความหมายแค่สิ่งที่เคยเกิดขึ้นเท่านั้น อดีต ที่เกิดขึ้นที่เฟลีนวานยังสามารถแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าและมีค่า (value) เพื่อการค้าด้วย เช่นกัน นอกจากนี้ อดีตยังถูกผลิตขึ้นมาเพื่อ การพักผ่อน (leisure) ในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว (ดังที่ถูกให้นิยามไว้โดยนักท่องเที่ยว) สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว จึงแสดงให้เห็นว่า อดีต ที่ถูกสร้างผ่านพื้นที่ของเฟลีนวาน เป็นอดีตที่ถูกปะทะ ต่อรอง ความหมาย จากทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยการปะทะและการต่อรองดังกล่าวจึงทำให้ความหมายที่ถูกผลิตออกมานั้นมีความหลากหลายและมีความแตกต่างกัน

ดังนั้นจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของเฟลีนวาน จึงแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ของเฟลีนวาน ไม่เพียงปรากฏแต่พื้นที่ที่เกิดขึ้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ในแง่มุมมองของความหมายแล้ว เฟลีนวาน เป็นพื้นที่ของการต่อรอง ปะทะ ประสาน ที่เกิดขึ้นจากทั้งฝ่ายผู้ผลิตที่สร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่ง

ในขณะที่ผู้บริโภครีสร้างคามหมายขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดความย้อนแย้งขึ้นได้ เช่น เก้าแต่
 ทัพสมัย ย้อนอดีตแต่อยู่บนโลกปัจจุบัน เป็นต้น ทั้งนี้ชุดความหมายต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นนี้เป็นชุด
 ความหมายที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวานและช่วงเวลาดังกล่าวเพียงเท่านั้น ดังนั้นเมื่อพื้นที่
 เปลี่ยนช่วงเวลาเปลี่ยนชุดความหมายอาจมีการเคลื่อนตัวไปสู่ชุดความหมายใหม่ เช่น อดีต อาจถูก
 แทนที่ด้วย ความเคลื่อนไหว หรือ ความสงบนิ่ง ได้เช่นกัน

ท้ายนี้คุณูปการของ Lefebvre นั้น ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจมิติของพื้นที่ที่เกิดขึ้นได้ใน
 ระดับหนึ่ง แต่จากงานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ผู้วิจัยเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นว่าภายใต้มุมมองของการสร้างพื้นที่
 ทางวัฒนธรรมหรือพื้นที่ทางสังคมของเพลินวานนั้น คำอธิบายของ Lefebvre เองมีการเคลื่อนตัวออก
 จากความหมายที่ศึกษาไว้ดังกล่าว ซึ่งทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่า พื้นที่ที่สร้างขึ้นใหม่โดยไม่มีต้นทุนทาง
 ประวัติศาสตร์ ต้นทุนทางวัฒนธรรม (เช่นการสร้างตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ในพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ริมน้ำ แต่
 ยังคงเรียกว่าตลาดน้ำ เช่น ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม) นั้นเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้แสดงให้เห็นถึง
 ความสัมพันธ์ที่มีต่อพื้นที่ดังกล่าวเลย แต่กลับกลายเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมนั้นขึ้นมาในหมู่
 นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ซึ่งพื้นที่เหล่านี้ก็มีแนวโน้มที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

6.2 สังเคราะห์ผลการศึกษากาสนาม

จากข้อมูลภาคสนามที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เมื่อนำข้อมูลของ
 กลุ่มต่าง ๆ มาจัดเรียงใหม่ ผู้วิจัยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่ม ดังนี้คือ กลุ่มที่หนึ่ง เป็นกลุ่ม
 ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี
 และกลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ทั้งนี้การแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง
 ๆ สามกลุ่มนั้น เนื่องจากผู้วิจัยพบว่า คำตอบหรือข้อมูลส่วนใหญ่ของกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-40 ปี
 และกลุ่ม 40-50 ปีขึ้นไปนั้นมีความใกล้เคียงกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการจัดชุดข้อมูลดังกล่าวเพื่อทำการ
 วิเคราะห์และสังเคราะห์ผ่านกลุ่มทั้งสามกลุ่ม ทั้งนี้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้
 ใช้กรอบคิด triad อันประกอบไปด้วย perceived conceived lived อันเป็นแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง
 กระบวนการการสร้างพื้นที่ ของ Lefebvre เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

6.2.1 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ทั้งนี้จากข้อมูลที่ได้นำไปในบทที่แล้วเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ
 ต่ำกว่า 20 ปีที่ให้ความหมายของเพลินวาน ทั้งหมดจำนวน 13 คนนั้น สามารถสรุปข้อมูลตามกลุ่ม
 อายุดังกล่าวมาสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.1

แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี

ชื่อ	อายุ	เพศ	ทราบจาก	ถ่ายรูป	ถ้า เพลินวาน หายไป	การให้นิยาม
มินต์	15	ญ	internet	ทางเข้า	รู้สึกแย่	เหมือน วินเทจ
พลอย/มิว	15	ญ	เพื่อน internet	หลายจุด ไม่เน้น	เสียดาย ควรอนุรักษ์ไว้	โรแมนติก จินตนาการ น่ารักดี มันยอดเยี่ยมมาก
กระต่าย/ ฟิล์ม	16	ญ	internet	ทางเข้า งานวัด	เสียดาย ต่างชาติมา เยอะ	Country เก๋ ๆ ย้อน ยุค/ชนบท
แป๊ะ/แป้ง/ เปี้ยก	17	ญ ช ญ	Internet เพื่อน	ด้านหน้า ร้านขายของ	เสียดาย	ย้อนยุคแต่ทันสมัย
ซุป/นุก	18/ 15	ช	internet	ไม่ได้ถ่าย	เสียดาย	คลาสสิก โดนใจ
อิกคิว	17	ช	เพื่อน	หลายจุด ไม่เน้น	เสียดาย บรรยากาศ	บรรยากาศดี คิดถึงอดีต
ใหม่	18	ญ	Internet	หลายจุด ไม่เน้น	คิดถึง	โบราณ
ดรีม	18	ญ	Internet	หลายจุด	เศร้า	เก๋ น่าสนใจ
เฟรนด์	18	ญ	เพื่อน	หลายจุด	เสียดาย	ย้อนยุค
พลอย	18	ญ	Internet	หลายจุด ไม่เน้น	เสียดาย	ย้อนอดีต เก๋ ๆ บรรยากาศดี
ปกป้อง	19	ช	ครอบครัว ชวนมา	ไม่ได้ถ่าย	ใจหาย ไม่มีของ เก่าให้ดู	เก๋ ๆ แปลกดี
เต้	19	ช	เพื่อน internet	บริเวณงานวัด	เสียดาย	ซิลล์ ๆ นึกถึงวันวาน
ปลาย	19	ญ	เพื่อน แนะนำ	ทางเข้า ร้านค้า	เฉย ๆ ไม่รู้สึก อะไร	เมืองย้อนยุค

จากตารางดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า สำหรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้น ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เดี่ยวและกลุ่มทั้งหมดจำนวน 13 คน (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก) ซึ่งคำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวทั้ง 13 คนนั้น เป็นคำตอบที่มีความแตกต่างกัน คำตอบที่ได้เช่น เหมือน vintage romantic country ซิลล์ ๆ นึกถึงวันวาน เมืองย้อนยุค เก๋ๆ แปลกดี เป็นต้น ซึ่งคำตอบเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนล้วนแต่มีการสร้างนิยามของเพลินวานที่แตกต่างกัน ข้อมูลดังกล่าวยังบอกต่อไปว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทุกคนไม่ได้ตั้งใจมาเที่ยวเพลินวานมีคนพามา เช่น ครู หรือมากับครอบครัว ส่วนใหญ่ก็จะมากันเป็นครั้งแรก จะมีบ้างที่มากันเป็นครั้งที่สองและครั้งที่สามแต่ก็ไม่มากและครั้งหนึ่งทราบเรื่องราวของเพลินวานจาก internet ในขณะที่อีกครึ่งหนึ่งนั้นทราบจากเพื่อนและครอบครัว การให้ความหมายของเพลินวานที่หลากหลาย มีทั้ง vintage classic romantic เก๋ โบราณ และอีกหลายเหตุผลนั้น ความหมายของคำต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำที่มีความหมายเฉพาะบุคคล เช่น คำว่า vintage ที่มีการกล่าวถึง เป็นความหมายที่มีความแตกต่างกับคำว่า country และเป็นความหมายที่ไม่เท่ากับชนบท หรือแม้กระทั่งคำว่า classic หรือ romantic ก็ล้วนมีความแตกต่างกันอยู่เช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยตีความจากการให้ความหมายที่เกิดขึ้นว่า มาจากประสบการณ์และความเข้าใจในสิ่งนั้นมากกว่า เช่น กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากนัก จึงจะเข้าใจคำว่า vintage หรือ ชนบทไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน

มุมมองเรื่อง perceived-conceived-lived ที่มีต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี

ทั้งนี้คำต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้สร้างสรรค์ขึ้นซึ่งอาจจะมีนัยยะที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อาทิ มั่นยอดมาก ซิลล์ ๆ โดนใจ จินตนาการ โบราณ เป็นต้น ความน่าสนใจในการให้ความหมายของคำต่าง ๆ เหล่านี้โดยตรงที่ความต่างของความหมายที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยมีมุมมองในเรื่องดังกล่าวว่า ความหมายที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ได้กล่าวไว้นั้น น่าจะมีความหมายที่แตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เช่น คำว่า โบราณ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจตีความหรือให้ความหมายเพียง ของเก่า สิ่งที่เคยเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมา แต่ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี มีมุมมองในเรื่องโบราณว่า เป็นอดีตที่มีเรื่องราว ซึ่งมีทั้งความสุขสนุกสนาน รื่นเริง ปะปนกัน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้น อาจมีมุมมองต่อคำว่า โบราณว่าเป็นเรื่องของคุณค่า การอนุรักษ์ การปกป้องรักษาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไว้ไม่ให้จางหายไป ดังนั้นจึงอาจพิจารณาได้ว่า การรับรู้ (perceived) ของกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี น่าจะมีการให้ความหมายของเพลินวานด้วยชุดความรู้อีกชุดหนึ่งที่มีความแตกต่างไปจากชุดความรู้ของกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ที่ผู้วิจัยกล่าวเช่นนี้เนื่องจากหากพิจารณาจากตารางที่ 6.1 ดังกล่าวข้างต้น จะพบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทราบมานั้นส่วนใหญ่ทราบมาจาก internet ซึ่งการรับรู้ผ่าน

สื่อสังคม (social media) ดังกล่าวจะเป็นการรับรู้ผ่านโลกเสมือน ไม่ได้รับรู้ผ่านประสบการณ์หรือโลกความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นกลุ่มที่มีการสร้างนิยามหรือให้ความหมายของ เพลิวนานผ่านการรับรู้ (perceived) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มดังกล่าวพบว่าการรับทราบข้อมูล เรื่องราวความเป็นไปต่าง ๆ ของเพลิวนานมาจาก internet เป็นส่วนใหญ่ (กรณีของ กลุ่มของ ใหม่ (18) ดรีม (18) เฟรน (18) อิกคิว (17) พลอย (18) นั้นเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ค่อนข้างชัดเจนว่า internet มีอิทธิพลเป็นอย่างมากของกลุ่มดังกล่าว) สิ่งนี้เป็นการสะท้อนผ่านความคิดออกมาในชุดความหมายที่ได้เพียงสั้น ๆ และเป็นการสะท้อนผ่านการรับรู้ที่เกิดขึ้นไม่ใช่เป็นการสะท้อนผ่าน ความเข้าใจ (conceived) อย่างแท้จริง ดังจะเห็นได้จากคำตอบที่เกิดขึ้นจึงมักเป็นคำตอบที่เกี่ยวกับ ความรู้สึก เช่น ชอบไม่ชอบ สนุกสนาน เพลิดเพลิน โดนใจ เป็นต้น

จากข้อมูลที่ปรากฏดังกล่าวทำให้การรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถสร้างรูปแบบการดำเนินชีวิต (lived) ให้ปรากฏขึ้นดังเช่น **ต้องการหาสถานที่ใหม่ ๆ อินเทอร์เน็ต ตามกระแส และต้องการไปพิสูจน์ด้วยตนเอง** ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและเป็นกระแสของกลุ่มดังกล่าวที่ถูกสร้างขึ้นในสื่อสังคม (social media) จากกล่าวของดรีม (20) ที่ว่า“หนูดูจากอินเทอร์เน็ต ดูจากรูปคนที่ไปเที่ยวแล้วคอมเมนต์ต่าง ๆ เลยทำให้อยากมาเที่ยวเพลิวนานมากค่ะ เมื่อมาถึงแล้วต้อง เช็คอิน คือ เวลามาถึง ถ่ายรูปแล้วเข้าไปกดตรงคำว่า เช็คอิน ในเฟซบุ๊ก แสดงว่าเรามาถึงสถานที่แห่งนี้แล้ว” (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557) แสดงให้ประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการบอกให้กลุ่มคนต่างในโลกเสมือน (internet) ผ่านโลกของสัญญาณว่าพวกเขามีตัวตนและสามารถพิชิตสถานที่แห่งนี้แล้วเช่นกัน สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นทั้งกระแสและคำอธิบายที่เกิดขึ้นในสังคมส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ามีวิถีชีวิตและ life style ว่าเป็นเช่นไร

ทั้งนี้จากลักษณะที่ว่า อินเทอร์เน็ต ตามกระแส และต้องการไปพิสูจน์ด้วยตนเอง ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เมื่อศึกษาและวิเคราะห์ต่อไปจะพบว่า คำว่า อินเทอร์เน็ต ก็ดี คำว่า ตามกระแส ก็ดี เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นลักษณะบางประการของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มักจะไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เป็นที่นิยม ตามที่มีการแนะนำผ่าน internet ซึ่งเมื่อไปถึงสถานที่เหล่านั้นแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะมีความรู้สึกว่ามีความสุข มีความพึงพอใจ ดีใจ เป็นคนที่อยู่ในกระแสดังกล่าว ไม่ตกกระแสหรือความนิยม มีเรื่องราวที่สามารถพูดคุยกับเพื่อนกลุ่มต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งสามารถเข้าไปพูดคุยผ่านสื่อสังคม เช่น facebook ว่าเคยไปสถานที่ดังกล่าวมาแล้ว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้นอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะบางประการของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึง lifestyle และ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นที่ต้องการให้ตนเองมีส่วนร่วมในกระแสสังคม โดยที่อาจจะไม่

ต้องการรับรู้หรือเข้าใจความหมายที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงว่าเป็นเช่นไร ทั้งนี้การแสดงออกให้เห็นถึงพฤติกรรมหรือ lifestyle ดังกล่าวอาจสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิด การรับรู้ และการใช้ชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (new generation) ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้นในทัศนะของผู้วิจัยแล้ว triad (perceived-conceived-lived) ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้น perceived หรือการรับรู้ นั้นจะมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจ (conceived) และสามารถสร้างลักษณะการใช้ชีวิต (lived หรือ lifestyle) ขึ้นมาได้ ที่ผู้วิจัยกล่าวเช่นนี้เนื่องจากว่า จากข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมได้นั้นแสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะทราบเรื่องราว ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทาง สื่อสังคม (social media) และเพื่อนเป็นหลักโดยเฉพาะจากทาง internet ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสามารถเข้าถึง internet กันได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การรับรู้ผ่านทางช่องทางดังกล่าวที่เป็นโลกเสมือน ซึ่งคนกลุ่มนี้ไม่ได้สนใจถึงความจริงแท้ของพื้นที่แต่ก็จะรับรู้จากสิ่งที่ปรากฏขึ้น ซึ่งก็จะพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมีความตื่นเต้น ตื่นตาตื่นใจ และค่อนข้างชื่นชมและชื่นชอบกับบรรยากาศที่เกิดขึ้นของเพลินวาน

อย่างไรก็ตามในงานเรื่อง production of space ของ Lefebvre อธิบายปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practice) ไว้ว่าเป็นการลงรหัสและการถอดรหัสพื้นที่ และอธิบายเกี่ยวกับ triad (perceived-conceived-lived) ไว้เพียงนิยามและความหมายที่เกิดขึ้น ด้วยคำถามที่ว่าสิ่งดังกล่าวนี้มีความขัดแย้งหรือสอดคล้องกับกับวิถีคิดของ Lefebvre หรือไม่นั้น ผู้วิจัยมีทรรศนะว่า กรอบคิดของ Lefebvre สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของเพลินวานได้ในระดับหนึ่ง ซึ่ง triad (perceived-conceived-lived) ที่เกิดขึ้นของกลุ่มดังกล่าวที่เกิดขึ้นก็มีความหลากหลาย ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวเมื่อนำกรอบคิดของ Lefebvre มาใช้อธิบายเพิ่มเติมได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากสองกลุ่มที่ผู้วิจัยจะกล่าวถึงต่อไป ความแตกต่างที่ว่านั้นดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า “ต้องการหาสถานที่ใหม่ ๆ อินเทรนด์ ตามกระแส และต้องการไปพิสูจน์ด้วยตนเอง” ซึ่งคำตอบที่ได้ก็เป็นการสะท้อนให้เห็นบุคลิก ลักษณะนิสัย และการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้คนกลุ่มนี้ก็มักจะใช้ชีวิตประจำวันกับสิ่งเหล่านี้ เช่น internet เพื่อน ซึ่งเมื่อผลของข้อมูลที่ปรากฏออกมาว่าแหล่งที่มาที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเพลินวานนั้นมาจาก internet และเพื่อนนั้น เป็นการยืนยันได้ว่า สองสิ่งนี้เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทั้งนี้สิ่งที่ปรากฏอีกประการหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คือนอกจากการมาตามคำชักชวนของเพื่อนแล้วมักจะมากันเป็นกลุ่ม (ที่ผู้วิจัยพบเห็นจากกลุ่มตัวอย่างมักจะมากันกลุ่มละ 4-5 คน) ดังเช่น กลุ่มของ เฟรนด์ (18) ดรีม (18) ใหม่ (18) พลอย (18) อิ๊กคิว (17) เป็นต้น ซึ่งการมาเป็นกลุ่มเป็นหมู่คณะดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของกลุ่มดังกล่าว และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะนิยมและชื่นชอบในการถ่ายรูป ซึ่งอุปกรณ์ในการถ่ายรูปนั้น

ส่วนใหญ่จะใช้กล้องที่มีอยู่ใน สมาร์ทโฟน ถ่ายเพราะว่าสามารถโหลดรูปได้ทันทีที่ถ่ายเสร็จ หรือ check in ได้ทันทีที่มาถึง การถ่ายรูปรวมไปถึงสมาร์ตโฟนย่อมสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวัน กับสิ่งเหล่านี้ซึ่งแทบจะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของความสำคัญในชีวิตไปแล้ว เมื่อมาถึงก็จะมีการถ่ายรูปซึ่งจะมากน้อยขนาดไหนขึ้นอยู่กับความชื่นชอบและประทับใจของแต่ละคน แต่สามารถกล่าวได้ว่าถ่ายรูปกันทุกคนโดยเฉพาะบริเวณทางเข้าด้านหน้า บริเวณทางเดินไม้ และบริเวณสะพานไม้ รวมไปถึงบริเวณที่จัดกิจกรรมงานวัดด้วยเช่นกัน

6.2.2 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี

จากข้อมูลที่ได้กล่าวไปในบทที่แล้วเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี ที่ให้ความหมายของเพลินวาน ทั้งหมดจำนวน 26 คนนั้น สามารถสรุปข้อมูลตามกลุ่มอายุดังกล่าวมาสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.2

แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี

ชื่อ	อายุ	เพศ	ทราบจาก	ถ่ายรูป	ถ้า เพลินวาน หายไป	การให้นิยาม
มุก/ กระต่าย	21	ญ	Internet เพื่อน	ร้านค้า	ไม่รู้สึกละอาย หรือเสียใจ	ของเก่า อดีต วันวาน
ทอม	21	ญ	เพื่อน ๆ	ไม่ได้ถ่าย	น้อยใจ	สินค้า แตกต่าง โบราณ
น้ำตาล	22	ญ	internet	ทั่วไป ไม่เน้น	เสียตาย เพราะ เป็นแหล่ง ท่องเที่ยว	บรรยากาศย้อนยุค
นา	22	ญ	เพื่อน	ทั่วไป ไม่เน้น	ไม่มีให้คนรุ่นหลังดู	เป็นของโบราณ มีของเก่า ๆ
อิสราภรณ์/ ศรีรัตน์	23	ญ	internet	ประตูทางเข้า	ไม่ได้รู้สึกเพราะ เป็นสิ่งสร้างขึ้น	เพลิน ๆ เดินชิลล์/ จำลอง เก่า ๆ
แพร	24	ญ	internet	เน้นถ่ายรูป up facebook	เสียตาย	อยากเพลิน ต้องมาเพลิน วาน
โบว์/ มะเหมี่ยว	24/ 25	ญ	เพื่อน internet	ร้านขายของ เก๋ดี	เสียตาย ไม่มีที่เที่ยว	วันวานย้อนยุคความทรงจำ ในอดีต
ยู้ย	27	ญ	internet	ตรงทางเข้า สวยและแปลก	เสียตาย	โรมานติก สนุกสนาน มีชีวิตชีวา

ตารางที่ 6.2

แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี (ต่อ)

ชื่อ	อายุ	เพศ	ทราบจาก	ถ่ายรูป	ถ้า เพลินวาน หายไป	การให้นิยาม
ขวัญ	27	ญ	internet	หลายจุด ไม่เน้น	เสียดาย	ของเยอะ น่ารักดี
บีม	27	ญ	เพื่อน	ด้านหน้า	เฉย ๆ	หลากหลาย น่าสนใจ
เปียร์	28	ช	แฟน	ด้านล่าง	เสียดาย	โบราณ ย้อนอดีต
สุริย์พร	28	ญ	internet	ทางเข้า	เสียดาย	สวย แปลกตา เหมือนสมัยก่อน
บอล	30	ช	internet	หลายจุดตาม ความพอใจ งานวัด	นัก ท่องเที่ยวลดลง	เพลิดเพลิน สนุกสนาน
ติ่ง/ เปียร์	30/ 28	ญ	คนรู้จัก/ internet	ถ่ายบริเวณ สะพานด้านใน เห็นวิวภูเขา ด้านหลัง	ไม่รู้ลึก/ขาดไป เพราะพูดถึงหัวหิน จะนึกถึงเพลินวาน	แหล่งท่องเที่ยว ราคาไม่ แพง
แอน	30	ญ	เพื่อน	ด้านหน้า ลานวัด	เสียดาย	อดีต น่ารักเที่ยว
แอน	30	ญ	แฟน	บริเวณงานวัด	เสียดาย คนรุ่นหลังไม่ได้ เห็น	ย้อนวันวาน รวบรวมสิ่งที่ ผ่านมา
สุ	31	ช	internet	ถ่ายแบบที่ ชอบ ไม่เน้นจุด	ไม่รู้ลึก เพราะเป็น ธุรกิจ	บรรยากาศเก่า ๆ วันวาน
น้อง/ น้ำ	32/ 34	ญ	internet	ทางเข้า	เสียดาย	โบราณ เก่า ๆ ย้อนอดีต
วิ	32	ญ	สามีชวน มา	งานวัด ส่วน อื่นไม่ได้ถ่าย	เฉย ๆ	เก่า ๆ ย้อนอดีต

ตารางที่ 6.2

แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี (ต่อ)

ชื่อ	อายุ	เพศ	ทราบจาก	ถ่ายรูป	ถ้า เพลินวาน หายไป	การให้นิยาม
จิ๊ก	33	ช	internet	เฉพาะจุดที่ ชอบ เช่น งานวัด	ไม่รู้สึกรู้ว่า สร้างขึ้นเพื่อธุรกิจ มากกว่า	สถานที่ที่สร้างขึ้นให้เก่า ๆ เหมือนอดีต
หลิง	35	ช	ทีวี เพื่อน	ทั่ว ๆ ไป ไม่ได้เน้น	ไม่รู้สึกรู้ว่า	นึกถึงวันวานที่ ดีดี
กิตติวัฒน์	36	ช	Internet fb	ทั่ว ๆ ไป	เศร้านิดนึง	คิดถึงวันเก่า ย้อนวันวาน ตอน 7-10 ขวบ
รัชกฤต	37	ช	ครอบครัว	ตรงลาน งานวัด	เสียดาย	เป็นเหมือนตลาดเก่า
น้อง	37	ญ	เพื่อนชวน	ไม่ได้ถ่าย	ไม่ได้รู้สึกรู้ว่า	ดูเป็นการย้อนยุค
จ๊อบ	38	ช	เพื่อนชวน	ทั่ว ๆ ไป	เสียดาย	เพลินกับวันวาน
หอย	40	ช	เพื่อนชวน มาเที่ยว แล้ว	ทางเข้า โซนงานวัด	คนเคยมาแล้วก็ไม่ เป็นไร ถ้าไม่เคย จะไม่มีพื้นที่ให้ดู	เป็นสถานที่เก่า ย้อนยุคให้ คนรุ่นหลังดู

จากตารางดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-40 ปีที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เดี่ยวและกลุ่มทั้งหมดจำนวน 26 คน (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก) นั้น คำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวทั้ง 26 คนเป็นคำตอบที่มีความแตกต่างและหลากหลาย โดยมีการให้ความหมายของเพลินวานว่า วันวานย้อนยุคความทรงจำในอดีต โบราณ ย้อนยุค ย้อนอดีต สนุกสนาน มีชีวิตชีวา เป็นต้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดที่มาเที่ยวเพลินวานจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (อ้างอิงจากตาราง 4.4) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการสร้างความหมายโดยเริ่มจะการใช้การเปรียบเทียบ เทียบเคียงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นที่เคยไปเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเริ่มนำประสบการณ์ตรงที่ประสบมาเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่เกิดขึ้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีภาพของสถานที่บนโลกความจริง ซึ่งจะแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มักจะไม่ค่อยมีประสบการณ์โดยตรงแต่มีการรับรู้ (perceived) ผ่าน internet เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นเป็นอย่างดีว่า นักท่องเที่ยวหลายคนมีการยกตัวอย่างพื้นที่อื่นมาเปรียบเทียบกับ ตลาดน้ำ (ในทัศนะของผู้วิจัยแล้วไม่น่าจะนำมา

เปรียบเทียบได้เนื่องจาก ตลาดน้ำเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นอย่างมีบริบทและความสัมพันธ์กับชุมชน อันมีมิติทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง) และมีการหยิบยกพื้นที่ในต่างประเทศมาเปรียบเทียบและกล่าวอ้างเช่นกัน

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เริ่มเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ มากบ้าง น้อยบ้างซึ่งแล้วแต่กำลังความสามารถที่มีอยู่ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีทั้งส่วนที่เริ่มต้นทำงานใหม่ๆและทำงานมานานจนสามารถมีรายได้ที่สูงขึ้นดังนั้นจึงเริ่มที่จะหาพื้นที่ หรือ แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆเพื่อต้องการหาความรู้และเพิ่มเติมประสบการณ์ของตนเองซึ่งจะเป็นความเข้าใจ (conceived) ที่มาจากประสบการณ์และการเรียนรู้ ดังนั้นความเข้าใจ (conceived) ที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงไม่ได้เกิดขึ้นจากการรับรู้ (perceived) ผ่านโลกเสมือนหรือโลกจินตนาการเพียงอย่างเดียว ดังเช่นในกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่เป็นการรับรู้ที่ผ่านความเข้าใจในประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้น จากการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงการเปิดรับสื่อข้อมูลจากหลายๆด้าน ซึ่งจากข้อมูลที่ปรากฏผู้วิจัยพบว่า การให้นิยามของเพเลินวานของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีคำอธิบายเพิ่มเติมไปจากการให้นิยามเพียงสั้น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้มีชุดความรู้ที่แตกต่างไปจากชุดความรู้ของกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นชุดความรู้ที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจที่ผ่านจากการเผชิญกับโลกความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จึงทำให้เกิดการสร้างนิยามหรือให้ความหมายที่แตกต่างและหลากหลาย ทั้งนี้นอกจากปัจจัยในเรื่องของอายุแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์ สังเคราะห์ และจะอภิปรายผลโดยละเอียดในส่วนถัดไป

นอกจากนี้แล้วกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี นั้นมีการรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) ที่แตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี โดยเป็นการผสมผสานระหว่าง การรับรู้ และความเข้าใจ ซึ่งจะเริ่มใช้ตรรกะและความเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น เริ่มมีเสียงต่อรองขึ้นมาว่า แพง ไม่ใช่ของแท้ รวมไปถึงมีการวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้น ซึ่งกลุ่มนี้มีวิธีการดำเนินชีวิต (Lived) ให้ปรากฏขึ้นโดย **ต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ไม่ค่อยสนใจความจริงแท้ ชอบความเป็นอดีตแต่ก็ขอมีความสุขสบาย** ในขณะที่กลุ่มนี้ไม่ค่อยได้สนใจหรือให้ความสำคัญกับโลกเสมือนใน internet เป็นหลัก แต่กลุ่มนี้จะใช้ internet เป็นแหล่งในการค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบ และตัดสินใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีทั้งนิยมชื่นชอบในการถ่ายรูปและไม่ชอบถ่ายรูป การถ่ายรูปดังกล่าวนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงภาพของความทรงจำที่เกิดขึ้นแล้ว รูปถ่ายที่เกิดขึ้นของคนกลุ่มนี้มักเป็นการถ่ายรูปแบบทั่วไปไม่เน้นการถ่ายรูปเป็นจุดๆและบางส่วนก็ให้ความสำคัญกับกิจกรรมในเทศกาลงานวัดซึ่งก็สะท้อนให้เห็นถึงความชื่นชอบและ life style ที่เกิดขึ้นว่าเป็นเช่นไร และเป็นแบบไหน

มุมมองเรื่อง perceived-conceived-lived ที่มีต่อกลุ่มอายุ 20-40 ปี

สำหรับ triad (perceived-conceived-lived) ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปีนั้น ผู้วิจัยกลับพบว่า ความเข้าใจ (conceived) มีบทบาทและความสำคัญมากกว่า การรับรู้ (perceived) ซึ่งนำไปสู่การใช้ชีวิต (lived) และสร้าง lifestyle ขึ้นมาได้ กลุ่มอายุ 20-40 ปีนั้นเป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องราวและสิ่งที่เกิดขึ้น เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยวที่หลากหลาย กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เริ่มมีการให้ความเห็นและเริ่มมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมี การรับรู้ (perceived) ที่แตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุ 20 ปี แม้ว่าแหล่งของการรับรู้จะมาจาก internet ก็ตามที ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า คนกลุ่มนี้จะใช้ internet เป็นแหล่งหาข้อมูล สืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ได้ใช้ internet เป็นกระแสนที่เกิดขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเหตุผลที่อาจจะเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ได้เป็นแค่มาตาม internet หรือเพื่อนแนะนำเท่านั้น บางคนทราบจากทีวีบ้าง ครอบครัวชวนมาบ้าง เป็นต้น

คำถามที่เกิดขึ้นตามมาว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากกลุ่มก่อนหน้านี้ที่อายุต่ำกว่า 20 ปีหรือไม่ คำตอบคือมีความแตกต่าง โดยที่ความแตกต่างที่ว่าคือนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่ทำงานและเป็นกลุ่มคนที่เป็นชนชั้นกลาง ซึ่งชนชั้นดังกล่าวจะมีลักษณะที่ค่อนข้างที่จะ “ต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ไม่ค่อยสนใจความจริงแท้ ชอบความเป็นอดีตแต่ก็ขอความสะดวกสบาย” ซึ่งสะท้อนให้เห็นบุคลิกบางอย่างของชนชั้นกลางได้เป็นอย่างดี คนกลุ่มนี้มักเป็นคนที่ชอบเดินทางเพื่อการแสวงหาสิ่งใหม่ๆ มักไม่ค่อยสนใจในสิ่งที่เป็ กระแสแต่จะใช้เหตุผลและความเหมาะสมเป็นตัวตัดสินใจที่จะทำอะไรต่าง ๆ การสืบค้นและหาข้อมูลจะเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดว่าคนกลุ่มนี้มีข้อมูลหรือมีการเตรียมข้อมูลมาเป็นอย่างดี คำอธิบายที่เกิดขึ้นที่นอกเหนือไปจาก triad (perceived-conceived-lived) คือคำอธิบายของผู้ใช้พื้นที่กลุ่มนี้หากพิจารณาตามตัวแบบดังกล่าวแล้วก็สามารถอธิบายลักษณะการประกอบสร้าง การใช้ชีวิต ได้ในระดับหนึ่ง แต่คงไม่ถึงกับมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับ Lefebvre แต่ทว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกลับมีคำอธิบายได้ถึง ความแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีได้เป็นอย่างดี ความแตกต่างที่ว่านั้นคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 20-40 ปีนั้น จากตัวแบบของ triad (perceived-conceived-lived) กลุ่มนี้จะใช้ความเข้าใจ (conceived) มากกว่า การรับรู้ (perceived) ซึ่งการรับรู้ก็จะเป็นการรับรู้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาตัดสินใจประกอบกับประสบการณ์ที่ผ่านมาจะเป็นตัวช่วยในการพิจารณาตัดสินใจโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นเหตุเป็นผล ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะใช้ การรับรู้ (perceived) มากกว่า ความเข้าใจ (conceived) ซึ่งการรับรู้ที่เกิดขึ้นจะผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อนฝูง ในขณะที่ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ก็มีไม่มากพอที่จะช่วยอธิบายทำให้เกิดความเข้าใจขึ้นได้

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีลักษณะการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กล่าวคือ กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ชอบค้นหาที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ

ไม่ชอบความยุ่งยาก ชอบความสะดวกสบาย และไม่ค่อยตามกระแสสังคม ซึ่งจะค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มแรกเป็นอย่างมาก หากพิจารณาจากข้อมูลที่ปรากฏจะพบว่ากลุ่มนี้มีการถ่ายรูปเช่นกันแต่เป็นการถ่ายรูปที่ไม่ได้เน้นเฉพาะจุดใดเป็นพิเศษ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญกับการถ่ายรูปมากนัก แต่ก็ไม่ถึงขนาดไม่ถ่ายรูปเลย คือถ่ายบ้างแต่ไม่มาก กลุ่มนี้มักจะชื่นชอบการบริโภคเป็นส่วนใหญ่และมากกว่ากลุ่มแรก อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นได้สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบ ลักษณะ และการใช้ชีวิตของคนกลุ่มนี้เป็นอย่างดี นอกจากความหมายที่ให้จะมีความแตกต่างแล้วคนกลุ่มนี้ไม่ได้มองเพลินวานเพียงแค่ความเก่า ความโบราณ หรือย้อนยุค แต่คนกลุ่มนี้จะมองเพลินวาน เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งพักผ่อน แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งก็สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ชนรุ่นหลังได้มีโอกาสศึกษาและเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ประเด็นเรื่องการใช้ชีวิตกับสิ่งเหล่านั้นนั้น คนกลุ่มนี้มักไม่ค่อยได้ใช้ชีวิตกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นหลัก แต่จะใช้พื้นที่หรือสถานที่เหล่านั้นเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่คนกลุ่มนี้มักจะทำงานและมีหลักแหล่ง โดยชีวิตส่วนใหญ่ก็เป็นการทำงานดังนั้นเมื่อมีวันหยุดคนกลุ่มนี้ก็จะออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาและเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจกับสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งก็ทำให้เกิดมุมมองที่มีความหลากหลายและทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เกิดข้อเปรียบเทียบ ดังจะเห็นได้ว่ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีการท่องเที่ยวและความหมายที่หลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงการหยิบยกพื้นที่อื่นมาเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นภาพมากยิ่งขึ้น กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เริ่มมีแหล่งรับรู้จากสิ่งอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทางทีวี แพนครอบครัว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเปิดรับข้อมูลที่กว้างขึ้น ซึ่งการรับรู้ข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นดังกล่าวจะทำให้เกิดการเรียนรู้ และเกิดความเข้าใจ ที่ชัดเจนมากขึ้น โดยบางคนมีความเข้าใจถึงพื้นที่ดังกล่าวว่าเป็นพื้นที่ทางการท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่ทางการพักผ่อนรวมไปถึงการทำกิจกรรมกับครอบครัวในวันหยุดพักผ่อน เช่น จิก (33) หลิง (35) รัชกฤต (37) หอย (40) เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyle) แบบการพักผ่อน ซึ่งค่อนข้างที่จะแตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่มีรูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyle) ที่ร่าเริง สนุกสนาน เพลิดเพลิน

6.2.3 สังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

จากข้อมูลที่ได้กล่าวไปในบทที่แล้วเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีที่ให้ความหมายของเพลินวาน ทั้งหมดจำนวน 15 คนนั้น สามารถสรุปข้อมูลตามกลุ่มอายุดังกล่าวมาสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.3

แสดงสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

ชื่อ	อายุ	เพศ	ทราบจาก	ความตั้งใจ	ถ่ายรูป	ถ้า เพลินวาน หายไป	การให้นิยาม
นภ	41	ช	internet	ไม่ตั้งใจ	ทุกที่	ไม่ได้รู้สึกอะไร	โบราณ
หน้อย	42	ญ	เพื่อนชวน	ไม่ตั้งใจ	ไม่ได้ถ่าย	เฉย ๆ	เก่าโบราณ
เอก หนุ่ม	42 45	ช	เพื่อน แนะนำ	ตั้งใจมา	ไม่ได้ถ่าย	หาของเก่ามาเพิ่ม สร้างที่ใหม่	แหล่งท่องเที่ยวหัวหิน
นก	43	ญ	ลูกสาวชวน	ตั้งใจ	ด้านหน้า	ไม่คิดว่าจะหาย	เดินแล้วเพลินดี
ดี/หนูย	44/45	ช	ทีวี	มาเดินเล่น	ไม่ได้ถ่าย	เสียดาย	เก่า ๆ โบราณ
สมจิต	45	ช	สื่อของ ททท	ไม่ตั้งใจ	ไม่ได้ถ่าย	ยังอยู่ในความทรง จำ	เป็นสถานที่ควร อนุรักษ์ไว้
นา	49	ญ	เพื่อน แนะนำ	ไม่ได้ตั้งใจ ทางผ่าน	ถ่ายนิด หน่อยตรง ทางเข้า	เฉย ๆ ไม่ได้รู้สึก อะไร	เป็นแหล่งท่องเที่ยว แห่งหนึ่งในหัวหิน
โด้ง	51	ช	ลูกชวนมา	ไม่ได้ ตั้งใจ	ไม่ได้ถ่าย	เฉย ๆ เพราะ เข้าใจว่าที่นี่สร้าง ขึ้นใหม่	บ้านเก่า ๆ โบราณ ๆ
ภรณ์ ทิพย์	53	ญ	เพื่อน แนะนำ	ไม่ตั้งใจ มา ตามเพื่อน	ถ่ายบริเวณ ทางเข้า	ขาดแหล่ง ท่องเที่ยว	เก่า ๆ สวยดี
เสริฐ	53	ช	น้องชวน	ไม่ตั้งใจ	ไม่ได้ถ่าย	รู้สึกเสียดาย	เก่า ๆ อดีต วันวาน
อนรรักษ์	57	ช	สื่อโฆษณา	ไม่ตั้งใจ เป็นทางผ่าน	บริเวณ งานวัด	หดหู่	แปลกดี มีอะไรที่ หลากหลาย
นัยนา	57	ญ	เพื่อนชวน	ระหว่างรอ ทำบุญ	ทุกจุดที่มี โอกาส ชอบถ่ายรูป	เสียดาย เป็นแหล่งเรียนรู้ อดีตที่หนึ่ง	ย้อนยุค หลาก หลาย ความหมายดี
ปรีชา	60	ช	ลูก หลาน แนะนำ	ลูก หลาน พามาเที่ยว	ไม่ได้ถ่าย เนื่องจาก ไม่ชอบ ถ่ายรูป	ไม่รู้สึก	ดี มีสไตล์ เหมือนอยู่ใน วันวาน
สมศรี	61	ญ	เพื่อน แนะนำ	ไม่ตั้งใจ	ไม่ได้ถ่าย	ไม่รู้สึก	เดินเพลิน มีของกิน ของฝาก
รัตน์	65	ญ	สื่อโฆษณา internet	ระหว่างรอ ทำบุญ	ทางเข้า สะพานด้าน ใน	เฉย ๆ เพราะรู้ว่า สร้างเพื่อธุรกิจ	บ้านเรือนโบราณ ความเก่า

จากตารางดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีทั้งหมดจำนวน 15 คน (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ก) ซึ่งคำตอบที่ได้จากนักท่องเที่ยวกว่า 15 คนนั้นเป็นคำตอบที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่างกัน คำตอบที่ได้เช่น เติมนวน มีของกิน ของฝาก เก๋าๆ อติต วันวาน แหล่งท่องเที่ยวหัวหิน บ้านเก่า ๆ โบราณ ๆ บ้านเรือนโบราณ ความเก่า เป็นต้น ซึ่งคำตอบเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวดูแต่ละคนล้วนแต่มีการสร้างนิยามของเติมนวนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี เป็นกลุ่มที่ผ่านการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกว่าสองกลุ่มที่ผ่านมา ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี ได้ผ่านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศมาในระดับหนึ่ง มากบ้าง น้อยบ้างแตกต่างกันไป ดังนั้นนักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี จึงมีการให้ความหมายของเติมนวนที่ค่อนข้างละเอียดและมีการสร้างคำอธิบายในชุดความรู้ในเชิงเปรียบเทียบ เปรียบเปรย กับสถานที่อื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการรับรู้ (perceived) ของกลุ่มอายุดังกล่าว เป็นการรับรู้และทำความเข้าใจกับความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การรับรู้ไม่ได้เกิดจากการรับรู้ผ่านโลกเสมือน หรือ โลกของสัญญาณเพียงอย่างเดียวแต่จะเป็นการรับรู้ผ่านโลกความเป็นจริงที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี มีการหยิบยกสถานที่ขึ้นมาเปรียบเปรยซึ่งก็ไม่ใช่สถานที่ภายในประเทศ เช่น กรณีของ นา (49) รัตน์ (57) แต่ก็ถือว่าเป็นการหยิบยกสถานที่จากต่างประเทศทั้งหมดที่เป็นสถานที่ภายในประเทศด้วยเช่นกัน เช่น ปาย ที่แม่ฮ่องสอน ในกรณีของ จี๊ (38) และกรณีของ เสริฐ (53) ที่ได้หยิบยกเรื่องของพื้นที่งานวัดในสมัยเด็กมาอธิบายเรื่องราวที่เกิดขึ้น

การหยิบยกเรื่องราวต่างขึ้นมาเพื่อสร้างคำอธิบายนั้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี เป็นกลุ่มที่มีชุดความรู้ที่เกี่ยวกับการให้ความหมายที่แตกต่างจากกลุ่มทั้งสองที่กล่าวมาอย่างเห็นได้ชัดเจน จากข้อมูลที่เกิดขึ้นยังบ่งชี้ให้เห็นว่า การรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับเติมนวนนั้นมาจาก เพื่อน มาจากครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ มีบ้างที่ทราบจากสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับของ ททท. ที่ไม่ใช่สื่อสังคม เช่น internet ดังนั้นการรับรู้ (perceived) การรับรู้ที่เกิดขึ้นจึงเป็นการรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกว่า 20 ปี ที่มีการรับรู้เรื่องราวหรือข้อมูลต่าง ๆ จาก internet เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การรับรู้ (perceived) ของนักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นนั้นมาจาก ความเข้าใจ (Conceived) ที่เกิดขึ้นผ่านประสบการณ์ในการเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกความจริง ข้อสังเกตประการหนึ่งที่ผู้วิจัยค้นพบจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกว่า 40 ปี คือ ความเข้าใจที่เกิดขึ้นว่าเติมนวน เป็นพื้นที่ทางธุรกิจที่มีการสร้างสรรค์ขึ้นบนพื้นที่ดังกล่าว ดังนั้นเมื่อเป็นพื้นที่ทางธุรกิจแล้วจึงไม่สามารถให้คุณค่าในด้านอื่น ๆ เช่น ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ชุมชน ได้ แต่พื้นที่ดังกล่าวเป็นเพียงพื้นที่ที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นโดยใช้ความเป็นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาแต่งเสริม เติมแต่ง ให้น่าสนใจมากขึ้น ชุดคำตอบที่เกิดขึ้นในการสร้างความหมายดังกล่าวเป็นชุดคำตอบ

ที่มีตรรกะหรือเหตุผลในการสร้างนิยามความหมาย มีความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นของการสร้างพื้นที่ดังกล่าว มีการเสนอความคิดเห็นรวมไปถึงการสร้างคำอธิบายที่แตกต่างไปจากทั้งสองกลุ่มดังกล่าว

มุมมองเรื่อง perceived-conceived-lived ที่มีต่อกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี

สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้น เป็นกลุ่มที่ใช้ความเข้าใจ (conceived) มากกว่า การรับรู้ (perceived) ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้การรับรู้ที่เกิดขึ้นก็ไม่ได้เกิดขึ้นจากสื่อเพียงด้านเดียว แต่เปิดรับจากสื่อหลายๆด้าน ทั้ง โทรทัศน์ หนังสือนิตยสาร เพื่อนฝูง ลูกหลาน อันแสดงให้เห็นว่ามีการรับรู้ที่มาจากแหล่งที่หลากหลายเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพิจารณาในการให้ความหมาย กลุ่มนี้เป็นกลุ่มมีต้นทุนที่เกี่ยวกับเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวมากที่สุดโดยจากข้อมูลการสัมภาษณ์จะพบว่า นักท่องเที่ยวจะพยายามหลีกเลี่ยงเรื่องราวที่เป็นตัวอย่างเกี่ยวกับสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวมาเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับเพลินวาน ซึ่งก็มีทั้งสถานที่ภายในประเทศและสถานที่ต่างประเทศ โดยสถานที่เหล่านี้ที่ถูกหลีกเลี่ยงมากแล้วอ้างนั้นเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ไปสัมผัสมาแล้วที่เป็นสถานที่จริง แม้ว่าการสัมผัสกับสถานที่จริงจะมีความคล้ายกับกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี แต่กลุ่มนี้ก็จะมีความแตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี

ความแตกต่างดังกล่าวที่เกิดขึ้นนั้นทำให้ การรับรู้ (perceived) ที่นอกจากจะเป็นการเปิดกว้างเพื่อรับรู้ข้อมูลจากหลายๆสื่อแล้ว ความเข้าใจ (conceived) ที่เกิดขึ้นก็มีมากกว่าด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ความเข้าใจดังกล่าวอาจมาจากต้นทุนหรือประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่ประสบและพบเจอสิ่งต่าง ๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวิถีการดำเนินชีวิต (lived) ให้ปรากฏขึ้นโดย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีทั้งเป็นกลุ่มที่มีมุมมองในเรื่องของการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา การเห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักจะไม่นิยมการถ่ายรูปมีบ้างที่บางคนชื่นชอบการถ่ายรูป (กรณีของ รัตน์ (57) ที่ถ่ายหลายจุดในเพลินวาน) แต่ก็เป็นการถ่ายรูปที่ไม่ได้เน้นเฉพาะจุดแต่เป็นการถ่ายแบบทั่วไป จะถ่ายเฉพาะในมุมที่ตนเองรู้สึกชอบและมีความแปลกที่ไม่เหมือนสถานที่อื่น ๆ เช่น บริเวณทางเข้า บริเวณสะพาน เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุเกิน 50 ปีไปแล้วจะพบว่า เป็นกลุ่มที่มักมาท่องเที่ยวกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่และใช้เวลาในการเที่ยวชมที่นานกว่ากลุ่มของช่วงอายุ 20-40 ปี เนื่องจากใช้เวลาในการหยุดดูสิ่งของ ข้าวของเครื่องใช้ นานกว่าทั้งสองกลุ่มที่ผ่านมา อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึง life style ได้เป็นอย่างดี

สำหรับ triad (perceived-conceived-lived) ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้น ผู้วิจัยพบว่า ความเข้าใจ (conceived) และการรับรู้ (perceived) นั้นเกิดขึ้นมาจากการที่ได้ไปสัมผัสกับประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้นส่วนใหญ่มักมีประสบการณ์การเดินทางและการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนได้หลีกเลี่ยงสถานที่ต่าง ๆ มาอธิบายและเปรียบเทียบกับ

พื้นที่ของเพลินวาน นอกจากนี้ยังมีการบรรยายถึงภาพของอดีตที่เกิดขึ้น เช่น กรณีของ พี่เสริฐ (53) ที่อธิบายถึงภาพของบรรยากาศงานวัดที่เกิดขึ้นและได้ไปสัมผัสมาในสมัยเด็กๆ นอกจากนี้การหยิบยกประสบการณ์ในการเดินทางมาเปรียบเทียบ เช่น กรณีของ นา (49) นั้นทำให้เกิดความชัดเจนขึ้นมาว่า การให้ความหมายของเพลินวานของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีส่วนของการสัมผัสมาจากระบบการรับรู้ที่เป็นของจริง มากกว่าเป็นการรับรู้ (perceived) ที่เกิดขึ้นของกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และเป็นประสบการณ์ที่เข้มข้นมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20-40 ปี อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ได้นำไปสู่ซึ่งนำไปสู่รูปแบบการใช้ชีวิต (lived) และสร้าง lifestyle ของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่ปรากฏชัดดังกล่าวในเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิตและการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมของกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีนั้น นอกจากจะเป็นการพักผ่อน ท่องเที่ยวในรูปของการกิจกรรมของครอบครัวแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวของเพลินวานอย่างไม่ได้ตั้งใจที่จะมาเที่ยว จากข้อมูลที่ปรากฏการมาท่องเที่ยวในส่วนใหญ่นั้นส่วนใหญ่นั้นจะเป็นครอบครัวและมีลูกหลานชวนมา ซึ่งก็มีปรากฏให้เห็นทั้งในรูปแบบของการมาทั้งครอบครัว และการพาผู้สูงอายุมาในรูปแบบของรถเข็น (wheel chair)



ภาพที่ 6.2 แสดงนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีที่มาเป็นครอบครัวและผู้สูงอายุในรถเข็น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งสามกลุ่มผ่านมุมมอง triad (perceived-conceived-lived) ของ Lefebvre นั้นผู้วิจัยมองว่า สิ่งที่ Lefebvre ได้อธิบายเรื่องดังกล่าวผ่านงาน production of space นั้นเป็นการกล่าวถึง สิ่งที่เกิดขึ้นของแต่ละผู้คนซึ่งเมื่อแต่ละผู้คนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์โดยการใช้พื้นที่แล้วจะทำให้ผู้คนเหล่านั้นเกิดการแลกเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ กัน (ประสบการณ์) การแลกเปลี่ยนระหว่างกันดังกล่าวนี้เองจึงทำให้พื้นที่เกิดการเคลื่อนไหวและมีชีวิต (life) ทั้งนี้การใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบและพฤติกรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเป็นประเด็นดังกล่าวที่ Lefebvre ได้พยายามอธิบายผ่านงานของเขา แต่ก็ไม่ได้อธิบายอย่างต่อเนื่องไปว่าจะเกิดรูปแบบและวิถีการใช้ชีวิตอย่างไรต่อไป ซึ่งเป็นประเด็นที่

ผู้วิจัยคิดว่า สิ่งที่เกิดขึ้นของแต่ละคนในแต่ละพื้นที่ล้วนมีความแตกต่าง ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวก็จะเป็นการสร้างพฤติกรรมรวมไปถึงการสะท้อนให้เห็นการใช้ชีวิต (live) ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละคน

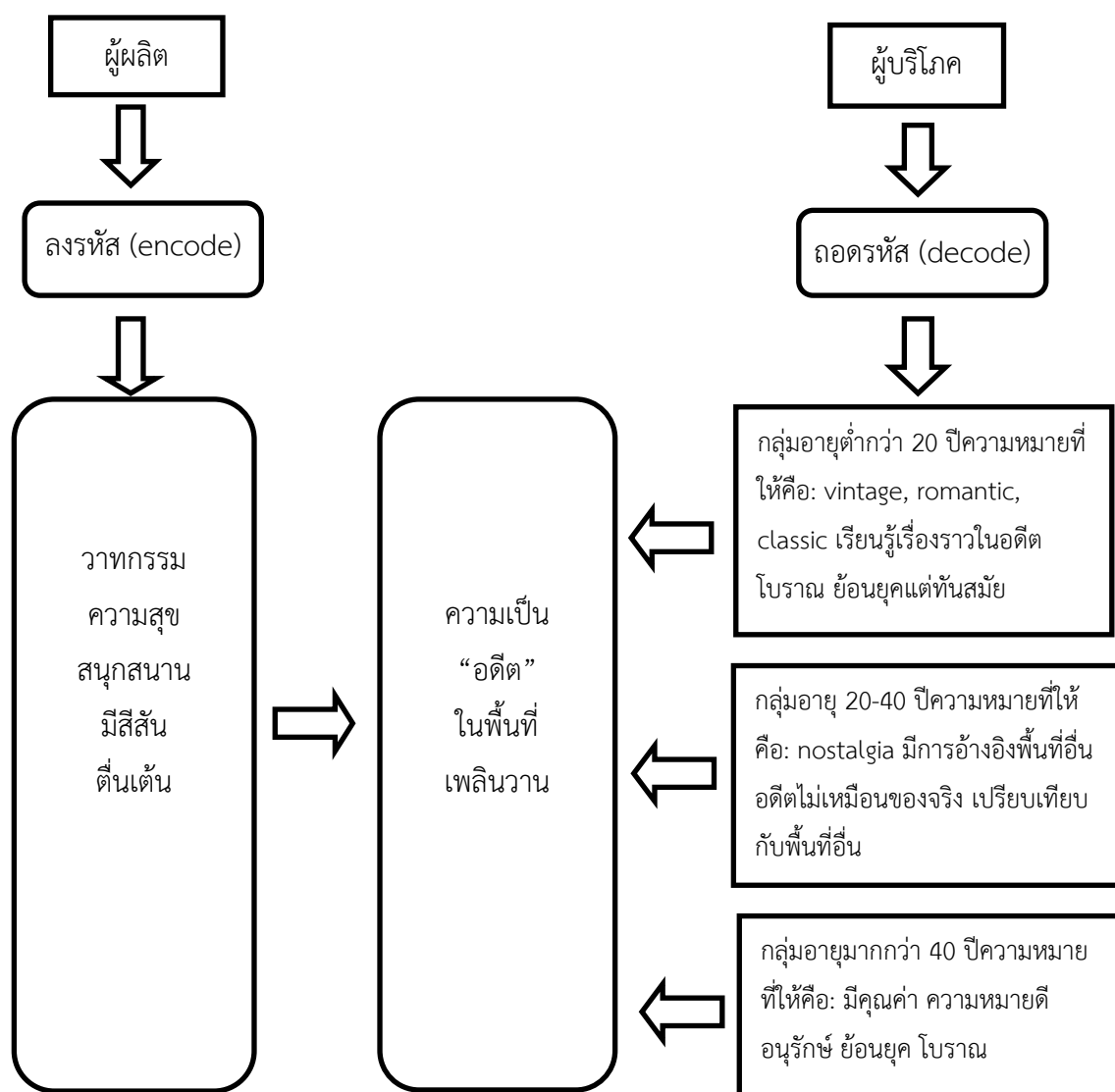
6.3 สังเคราะห์ การลงรหัสและการถอดรหัส ผ่านพื้นที่เพลินวาน

พื้นที่ของเพลินวานเป็นพื้นที่ที่มีกระบวนการในการสร้างพื้นที่ที่แตกต่างไปจากการสร้างพื้นที่ทางการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ มีกระบวนการในการออกแบบที่ใช้ทั้งเทคนิคและหลักการทางสถาปัตยกรรมในการออกแบบเพื่อให้พื้นที่มีความต่อเนื่องและลื่นไหล ซึ่งรายละเอียดของกระบวนการดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วในบทที่ผ่านมา ทั้งนี้หลังจากพื้นที่เพลินวานถูกสร้างขึ้นบนโลกของความเป็นจริง เมื่อศึกษาแล้วพบว่าเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่มีการลงรหัส (encode) ซึ่งเป็นการสร้างรหัสและรหัสที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีการลงความหมายอยู่ทุกส่วน ความหมายดังกล่าวที่ถูกลงรหัสไว้เป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากผู้ผลิต เมื่อมีการใช้พื้นที่ (โดยนักท่องเที่ยว) รหัสต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกถอดรหัส (decode) ซึ่งจากการศึกษาภาคสนามผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีการตีความและให้ความหมายของเพลินวานที่หลากหลายและมีแง่มุมที่แตกต่างกันไป โดยนิยามที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ นั้นล้วนมีการถอดรหัสที่มีทั้งความเหมือนและความต่าง โดยผู้ผลิตนั้นจะมีการลงรหัสความหมายไว้ชุดหนึ่ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็มีการถอดรหัสความหมายไว้อีกชุดหนึ่ง

อย่างไรก็ตามดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้โดยละเอียดในบทที่แล้วเกี่ยวกับการลงรหัสที่เกิดขึ้นโดยผู้สร้าง (สถาปนิก) และผู้ใช้พื้นที่ (นักท่องเที่ยว) ซึ่งมีการลงรหัสในเรื่องของอดีตและตีความคำว่างานวัด ในความหมายใหม่และสร้างวาทกรรมชุดใหม่ขึ้นมาว่า งานวัดไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นที่วัดเสมอไป เกิดที่ไหนก็ได้และสามารถเกิดขึ้นได้ทุกวัน ในขณะที่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเองก็มีการตีความหรือให้ความหมายของพื้นที่ดังกล่าวที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มอายุที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ ทั้งนี้การให้ความหมายหรือการถอดรหัสของนักท่องเที่ยวตามช่วงอายุต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบว่ามีความแตกต่างและมีความหลากหลายอันสะท้อนให้เห็นถึงความหมายที่ถูกผลิตขึ้นอย่างไม่ซ้ำกัน ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแต่ละช่วงอายุนั้น มี triad อันประกอบไปด้วย perceived-conceived-lived ที่แตกต่างกัน ความแตกต่างดังกล่าวเหล่านี้มีส่วนที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแต่ละช่วงอายุมี lifestyle ที่แตกต่างกัน

ความน่าสนใจในเรื่อง lifestyle หรือ พฤติกรรมดังกล่าวของนักท่องเที่ยว ด้วยการถอดรหัสของพื้นที่นั้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ดังกล่าวของเพลินวาน เป็นพื้นที่ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) ซึ่งปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นผ่านกลุ่มต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว โดยที่การถอดรหัสพื้นที่ของกลุ่มต่าง ๆ นั้น มีความน่าสนใจและมีแง่มุมในการศึกษาหลายประเด็น ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลดังกล่าวของทั้งสอง

ฝ่าย อันประกอบไปด้วย ฝ่ายผู้ผลิตและฝ่ายผู้บริโภคนั้น มีการลงรหัสทั้งในส่วนที่มีความเหมือนและส่วนที่มีความต่างกัน ซึ่งการลงรหัสและการถอดรหัสดังกล่าวของนักทอ่งเกี่ยวข้องทั้งหมดที่เข้ามาใช้พื้นที่เพลินวานนั้นผู้วิจัยได้สรุปเกี่ยวกับการลงรหัส การถอดรหัสและการสร้างความหมายของแต่ละฝ่ายแต่ละกลุ่ม โดยเริ่มตั้งแต่การลงรหัสของผู้สร้าง (สถาปนิก) เพลินวาน ที่มีการให้ความหมายเกี่ยวกับอดีต รวมไปถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นไว้อย่างไร และนักทอ่งเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม อันได้แก่นักทอ่งเกี่ยวข้องที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี นักทอ่งเกี่ยวข้องที่มีอายุ 20-40 ปี และนักทอ่งเกี่ยวข้องที่มีอายุมากกว่า 40 ปี นั้นมีการตีความหรือถอดรหัสความหมายของพื้นที่กันอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอด้วยแผนภาพเพื่อสะดวกต่อความเข้าใจดังนี้



ภาพที่ 6.3 แสดงความสัมพันธ์ของ การลงรหัส (encode) และ ถอดรหัส (decode)

จากแผนภาพดังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า

6.3.1 ผู้สร้างหรือผู้ผลิต² (producer)

เพลินวาน (ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2552) ได้ถูกสร้างความหมายไว้ตั้งแต่แรกเริ่มโดยเป็นการลงรหัส (encode) ไว้ตั้งแต่แรกแล้วว่าพื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นและมีความหมายที่มาจากเรื่องราวของความสุข ความสนุกสนาน ซึ่งคุณหนูๆ พุดถึงเรื่องราวและสิ่งที่เกิดขึ้นและอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความเก่า ว่า “เป็นเรื่องของความมีอายุ ของเก่าบางอย่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์เราก็จะทิ้งไป แต่ของเก่าบางอย่างที่เมื่อเวลาผ่านไปก็จะดูดี มีคุณค่า มีจิตวิญญาณอยู่ ซึ่งผมอยากให้ที่นี้เป็นแบบนั้น น่าเก็บ น่าถ่ายรูป น่าแะมา คือต้องเป็นความเก่าที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดี เพื่อให้เก่าและดี ทุกคนก็รับรู้ว่าเป็นสิ่งนี้คือเก่า เป็นของเก่าแบบน่ารักๆ และน่าที่จะจดจำ ส่วนคำว่า โบราณ นั้นเป็นเพียงวาทกรรมและเป็นการเล่นคำมากกว่า จริงๆ แล้วเก่ากับโบราณมีความต่างกันตรงที่ โบราณอาจจะมีอายุมากกว่าเก่าไปอีก แต่ว่าสำหรับผมแล้วผมไม่รู้สึกต่างกัน” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558)

ทั้งนี้ความเก่าที่เกิดขึ้นแล้วนำมาสร้างใหม่หาใช่เป็นความเก่าที่มีแต่ความนิ่งเรียบแต่เป็นความเก่าที่มีสีสัน มีเรื่องราว ซึ่งก็จะเป็นยุคสมัยที่มีความสุข สนุกสนาน ปนความคึกคะนอง มีความเป็น gangster ซึ่งยุคสมัยดังกล่าวน่าจะอยู่ในช่วงเวลาของสงครามที่เพิ่งจางหายไปหมาดๆ โดยยังเป็นยุคที่มีความตื่นเต้น สิ่งที่ถูกสร้าง (สถาปนิก) ได้กล่าวถึงช่วงเวลาของอดีตนั้น เป็นการโหยหาอดีต (Nostalgia) ที่พยายามฉายภาพของความอบอุ่นที่เกิดขึ้น เป็นอดีตที่มีเรื่องราวและเป็นอดีตที่ถูกคัดต่อนมาเพื่อนำเรื่องราวดังกล่าวมาสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นการนำอดีตมาแบบเฉพาะเจาะจง (selected) กล่าวคือไม่ใช่เป็นการนำอดีตมาทั้งหมดแต่เป็นการนำมาเพียงบางส่วนและสร้างเป็นเรื่องราวให้เกิดขึ้น (จึงต้องมีทีมงานที่ทำฉาก ทำพร็อพ เข้ามาช่วยในการประกอบสร้างพื้นที่) ทั้งนี้อดีตที่เกิดขึ้นจึงเป็นอดีตที่มีความสุข ไม่สงบเกินไป ความสุขผสมความคึกคะนอง มีสีสัน ซึ่งจะเป็นยุคที่สอดคล้องกับช่วงเวลาในปี พ.ศ. 2499 เป็นยุคประเทศไทยเริ่มรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามามากขึ้น มีทั้ง ดิสโก้ ฮิปปี เครื่องเล่นแผ่นเสียง เป็นยุคที่หลากหลายและมีการผสมผสาน ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่า เพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความสุข มีสีสัน มีวัฒนธรรมของการผสมผสาน มีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่งและที่สำคัญเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นให้มีชีวิต

ความน่าสนใจดังกล่าวของผู้ผลิตนั้นอยู่ที่ มุมมองในเรื่องการสร้างพื้นที่ที่เพลินวาน มุมของคุณก้อย (เจ้าของ) มองว่า เป็นเรื่องของความสุข ความสนุกสนานในอดีตที่อยากให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งโดยการบอกเล่าเรื่องราวผ่านพื้นที่ของเพลินวาน ในขณะที่ มุมมองของผู้สร้างพื้นที่ (สถาปนิก) กลับมีมุมมองในเรื่องราวดังกล่าวที่เกี่ยวกับ อดีต ว่า เป็น วาทกรรม ซึ่งวาทกรรมในมุมมองของสถาปนิกแล้วเป็นเรื่องของการใช้คำที่มีความหมายที่ใกล้เคียงกัน เช่น เก่า โบราณ อดีต ย้อนยุค

² ในที่นี้จะหมายถึง คุณหนูและทีมงานซึ่งหมายรวมไปถึงคุณก้อยที่เป็นเจ้าของด้วยเช่นกัน

เป็นต้น คำต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างใกล้เคียงกัน ดังนั้นการลงรหัสพื้นที่ดังกล่าว ด้วยคำว่าความเก่า โบราณ ซึ่งเป็นการให้นิยามของความหมายดังกล่าวในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ในแง่มุมมองของผู้สร้างได้พยายามจะนำเสนอถึงจิตวิญญาณของความเป็นไทยโดยได้นำเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมดมาสร้างวาทกรรมชุดใหม่ขึ้นมา เช่น งานวัดที่ไม่จำเป็นต้องไปจัดที่วัด ความเก่าที่ไม่ต้องอ้างอิงอดีตหรือประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ความสุข ความสนุกสนานสามารถเกิดขึ้นได้ในปัจจุบันภายใต้บรรยากาศของอดีต ซึ่งเป็นวาทกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นวาทกรรมที่มีชุดความหมายที่แตกต่างไปจากวาทกรรมที่เกิดขึ้นในอดีต กล่าวคือ เป็นความสุขและความสนุกสนานของบรรยากาศของงานวัดที่ถูกสร้างขึ้น มีทั้งชิงช้าสวรรค์ หนังสายแปลง เกมสียิงปืน ปาโป่ง ตักไข่ เป็นต้น ส่วนจะเป็นวาทกรรมที่มีชุดความหมายเดียวกับชุดความหมายที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวหรือไม่นั้นผู้วิจัยจะอภิปรายในลำดับถัดไป

6.3.2 ผู้บริโภค³ (consumer)

ในด้านที่เกี่ยวกับผู้บริโภคนั้นผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 54 คน โดยทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวตามช่วงอายุ อันได้แก่

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ในขณะที่การสร้างความหมายของกลุ่มต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงในส่วนที่แล้วพบว่า ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้น เป็นกลุ่มที่ให้นิยามของเพลินวานไว้ค่อนข้างหลากหลาย ทั้ง vintage classic romantic เก่า โบราณ อดีต ย้อนยุค เป็นต้น คำต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำที่ไม่ได้ถูกขยายความเพิ่มเติมจากกลุ่มดังกล่าว มีเพียงการให้นิยามเท่านั้นการที่ไม่สามารถขยายความดังกล่าวเพิ่มเติมก็เนื่องจากเหตุผลของการที่ยังมีความเข้าใจในความหมายของคำๆนั้นที่ไม่ชัดเจน ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องของการให้นิยามของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ กลับมักพูดถึงบรรยากาศที่เกิดขึ้นมากกว่าที่จะให้นิยามหรือความหมาย มีการพูดถึงเหมือนโลกจินตนาการ (กรณีของ พลอย (15) / มิว (15)) และมีการพูดถึงอดีตกันหลายคน เช่น เฟรนด์ (18) พลอย (18) แต่เป็นอดีตที่ไม่ได้ระบุลงไปว่าเป็นอดีตช่วงไหนและอดีตที่มีความหมายว่าอย่างไร ทั้งนี้หากจะเปรียบเทียบกับอดีตของผู้สร้างที่ลงรหัสไว้ว่าเป็นอดีตที่เกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงในช่วงปี พ.ศ.2499 ก็ดูจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดไม่ทันกับช่วงเวลาดังกล่าว หรือหากจะทราบก็คงจะทราบจากข้อมูลที่ได้จากประวัติศาสตร์ ดังนั้นการสร้างความหมายจึงเป็นเพียงการสร้างความหมายที่ผ่านการรับรู้โดยไม่ได้เป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริง

ทั้งนี้การถอดรหัสของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี นั้นเป็นการสร้างความหมายที่ผ่านการรับรู้ของบรรยากาศและความรู้สึกที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตีความ

³ ในงานชิ้นนี้ผู้บริโภค หมายถึง นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการในเพลินวาน

ใจ (exotic) ซึ่งหากจะพิจารณาย้อนกลับไปยังสิ่งที่หนูได้กล่าวถึงเพลินวานว่า “ผมดีใจที่มีคนพูดถึงในหลายระดับ” (รติวัฒน์ สุวรรณไตร์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า เพลินวาน ถูกลงรหัสไว้สำหรับกลุ่มคนที่หลากหลาย ทั้งนี้การถอดรหัสความหมายดังกล่าวจึงน่าจะมีการถอดรหัสและสร้างความหมายใหม่ให้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงทำให้การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายที่ถูกลงรหัสไว้ตั้งแต่แรกโดยผู้สร้างหรือผู้ผลิต ทั้งนี้ข้อสังเกตประการหนึ่งว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ไม่มีใครพูดถึงความสุข ความทรงจำที่เกิดขึ้นในวัยเด็กดังเช่นความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นได้อย่างหนึ่งว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้มาเพื่อหวนระลึก หรือนึกถึงความทรงจำในวัยเด็ก แต่มาเพื่อต้องการมาเพื่อให้เห็นว่า มาแล้ว มาถ่ายรูป และ มาตามกระแส และต้องการไปพิสูจน์ด้วยตนเอง แต่สิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือความตื่นตาตื่นใจที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยคาดคะเนว่า ความตื่นตาตื่นใจดังกล่าวจะสามารถชดเชยความรู้สึกของความสุข ความสนุกสนานที่เกิดขึ้นได้ไม่มากนัก

ดังข้อมูลที่ปรากฏพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ทราบเรื่องราวต่าง ๆ มาจากแหล่งข้อมูลที่เป็น internet ดังนั้น จึงทำให้ การรับรู้ (perceived) ของกลุ่มดังกล่าวเป็นการรับรู้ผ่านสื่อหรือข้อมูลจากสื่อ มิได้เป็นการรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์จริง ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์เรื่องการรับรู้ดังกล่าวไปแล้ว ทั้งนี้นอกจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เดี่ยวแล้ว ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (group discussion) นั้นได้ทำให้ผู้วิจัยทราบถึง วิธีคิด พฤติกรรม รวมไปถึงลักษณะนิสัยบางประการที่เกิดขึ้นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าคำตอบที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสนทนากลุ่มจะไม่สามารถใช้เป็นคำตอบที่มาจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีได้ทั้งหมด แต่ทว่าบทสนทนาต่าง ๆ ได้สะท้อนถึงวิธีคิดที่เกิดขึ้นของกลุ่มดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ซึ่งหมายรวมถึงลักษณะนิสัยบางประการที่เกิดขึ้นทำให้วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มดังกล่าวจะมีการใช้ชีวิต (lived) หรือ lifestyle อย่างไร

บทสังเคราะห์การสนทนากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี

กลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 13 คน ซึ่งมีทั้งการสัมภาษณ์เดี่ยว และการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้จากการศึกษาดังกล่าวพบว่า กลุ่มของ ใหม่ (18) ดริม (18) เฟรนด์ (18) อิกคิว (17) ฟลอย (18) ที่กำลังศึกษาอยู่ชั้น มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนหัวหินนั้นทั้งกลุ่มมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือชอบ บรรยากาศของเพลินวาน ชอบการถ่ายรูป และชอบสถานที่ คือไม่ไกลมาก การเดินทางสะดวก นั้นแสดงให้เห็นว่า คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำตอบที่สอดคล้องไปกับกลุ่มตัวอย่างอีก 8 คนที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์มา แต่ทว่าประเด็นที่น่าสนใจของกลุ่มตัวอย่างนี้อยู่ตรงที่ในกลุ่มนี้ เฟรนด์ (18) จะเป็นคนชักชวนเพื่อน ๆ ให้มาเที่ยวเพลินวาน โดยที่ ดริม (18) เป็นคนที่ชื่นชอบกับการเล่น internet เป็นอย่างมากโดยเฉพาะ facebook สิ่งที่ ดริม (18) กล่าวถึงในขณะทำการสนทนากลุ่มว่า “หนูชอบมาก

เลยคะที่นี้ โดยเฉพาะของที่ระลึก เช่น แก้วน้ำ ขนม และ บรรยากาศงานวัด หนูเที่ยวบ่อยมากเลย เพราะใกล้บ้าน งานประจำปี เมื่อมาที่นี้แล้วทำให้หนูนึกถึงบรรยากาศที่บ้าน ที่นี้มีคนมากเช่นกัน หนูดูจากคนที่เช็คอินเยอะ” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) ทำให้ผู้วิจัยทราบได้ว่า สื่อสังคม (social media) นั้น มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งสื่อเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นทำให้ดริม (18) และเพื่อน ๆ มีความอยากรู้ อยากเห็นว่าที่เพลินวาน จะเป็นจริงดังที่มีการโพสต์กันไว้หรือไม่ ซึ่งสิ่งนี้ก็เป็นการแสดงออกถึงลักษณะนิสัยบางประการของกลุ่มคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

คำว่า “เช็คอิน” จะเป็นคำที่มีความหมายสำหรับคนกลุ่มนี้อยู่พอสมควร ทั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตจากสิ่งที่ดริม (18) กล่าวไว้ว่า “หนูดูจากคนที่เช็คอินเยอะ” สิ่งดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า หากมีคนมาเที่ยวสถานที่ใดก็ตามแล้วเช็คอินกันเยอะๆ นั้นหมายความว่า สถานที่ดังกล่าวกำลังได้รับความนิยม หรือกำลังอยู่ในกระแส (อินเทรนด์) ดังนั้นจึงควรไปดูเพื่อที่จะไปเช็คอินและคอมเมนต์เพื่อเป็นการบอกว่า “ฉันก็มาที่นี้แล้วเหมือนกัน” ซึ่งลักษณะดังกล่าวที่เกิดขึ้นจึงเป็นเสมือนการแสดงตัวตนของกลุ่มดังกล่าวเพื่อสร้างพื้นที่ในสังคม ไม่เพียงแต่การเช็คอินเท่านั้นกลุ่มนี้ยังมีการถ่ายรูปและโพสต์ลงในสื่อสังคม (social media) เพื่อให้เห็นถึงภาพและบรรยากาศที่เกิดขึ้น สิ่งหนึ่งที่คนกลุ่มนี้มักนิยมทำกันคือการถ่าย “เซลฟี” ซึ่งดริม (18) กล่าวกับผู้วิจัยว่าจะนำรูปที่ถ่ายเซลฟีของทุกคนไปลงใน facebook เพื่อให้คนที่ยังไม่รู้จักและยังไม่เคยมาเที่ยวที่เพลินวานได้รับรู้ถึงบรรยากาศที่เกิดขึ้นว่าเป็นเช่นไร

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า วิธีคิดในเรื่องของการตัดสินใจในการเลือกทำกิจกรรมอะไรบางอย่างที่ตกลงกันไม่ได้ว่าจะทำอะไรดี หรือจะทำอะไรก่อนอะไรหลัง กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้กลับไม่ใช่วิธีโหว่หรือออก ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานทั่วไปที่นิยมทำกัน แต่กลับใช้วิธีการหมุนขวดหากปากขวดไปตรงกับใครก็ให้คนนั้นมีสิทธิ์เลือกหรือตัดสินใจ พวกเขาไม่ใช่วิธีการฟังเสียงข้างมาก ถ้าฟังเสียงข้างมากจะเป็นการลำเอียง ซึ่งวิธีคิดดังกล่าวดูน่าสนใจแทนที่จะใช้การโหวตและฟังเสียงส่วนใหญ่กลับให้สิทธิ์ในการตัดสินใจกับคน ๆ เดียวซึ่งดูแล้วจะเป็นการขัดกับหลักประชาธิปไตยที่ต้องฟังเสียงคนส่วนใหญ่ แต่ทว่าคนในกลุ่มกลับมีการยอมรับกฎกติกาดังกล่าว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มดังกล่าวมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมที่ดูจะไม่เป็นประชาธิปไตย (ฟังเสียงส่วนใหญ่) แต่ก็สามารถอยู่กันได้โดยไม่ได้มีการทะเลาะหรือไม่พอใจกัน ทั้งนี้ด้วยวิธีการดังกล่าว เช่น การหมุนขวด อาจจะเป็นการสะท้อนให้เห็นอะไรบางอย่างว่า นี่แหละคือวิธีคิดและวิธีการตัดสินใจของคนรุ่นใหม่ที่พร้อมจะเสี่ยงและพร้อมจะมอบสิทธิ อำนาจและการตัดสินใจให้กับใครคนใดคนหนึ่งภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยพร้อมยอมรับกับผลที่จะเกิดขึ้นตามมา

ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นสะท้อนให้เห็นลักษณะ วิธีคิดหรือพฤติกรรมบางอย่างว่า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มักไม่ค่อยได้ให้ความสนใจกับมิติที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มากนัก ทั้งนี้จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่จะชื่นชอบและชื่นชม

กับบรรยากาศที่เกิดขึ้นมากกว่าที่จะสนใจว่า ของชิ้นนี้ ของสิ่งนี้ เกิดขึ้นในยุคไหนและสมัยใด การที่ผู้วิจัยกล่าวเช่นนั้นเนื่องจากมีข้อสังเกตบางประการที่ผู้วิจัยค้นพบขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลคือ ที่บริเวณชั้นสองของอาคารด้านหน้าเมื่อเดินขึ้นบันไดแล้วจะอยู่ด้านตรงข้ามกับร้านเหล้าจะมีห้องขนาดใหญ่มาก ภายในห้องมีเก้าอี้ตั้มผสมสมัยก่อนตั้งวางไว้และทำการตกแต่งบรรยากาศรอบๆห้องให้เหมือนกับร้านตั้มสมัยก่อน บริเวณดังกล่าวเป็นบริเวณที่ผู้วิจัยสังเกตว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มักจะไม่ค่อยได้แวะเข้าไปดูหรือเยี่ยมชม ในขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีนั้นจะเข้าชมและใช้เวลาในบริเวณนี้พอสมควร การที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีไม่ค่อยได้เดินเข้าไปเยี่ยมชมนั้น ผู้วิจัยมีทรรศนะว่า อาจเป็นเพราะไม่ค่อยได้เรียนรู้และไม่ค่อยได้ศึกษาต่อสิ่งของและความหมายดังกล่าว และบางคนอาจจะไม่เคยพบเห็นมาก่อนก็เป็นได้

อย่างไรก็ตามจากแผนภาพ 6.3 ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของการลงรหัสของผู้ผลิตและการถอดรหัสของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบประเด็นและความน่าสนใจที่เกิดขึ้นในแง่มุมของความเหมือนและความต่างกันดังนี้ สิ่งที่ผู้ผลิต (สถาปนิก) ลงรหัสพื้นที่ของเพลินวานว่าเป็นพื้นที่ที่บอกเล่าเรื่องราวที่มีความสุข สนุกสนาน มีสีสัน มีความตื่นเต้น โดยการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับคำว่า งานวัด ขึ้นมาใหม่ เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีเข้ามาใช้พื้นที่ดังกล่าวและมีการถอดรหัสพื้นที่ออกมาจะพบความหมายที่หลากหลาย ความหมายบางความหมายที่ปรากฏแสดงให้เห็นถึงความย้อนแย้ง เช่น ย้อนยุคแต่ทันสมัย ความหมายดังกล่าวดูเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงไว้ในบทที่ 4 เกี่ยวกับการสร้างพื้นที่แบบมีกลยุทธ์ของเพลินวานที่ว่า เป็นการใช้กลยุทธ์ของการผสมผสานแบบย้อนแย้ง (เช่นพื้นที่บาร์เก่าแต่เปิดเพลงร่วมสมัย หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นไม่ได้สอดคล้องไปกับความเก่าของพื้นที่ เช่น กิจกรรมวันวาเลนไทน์ เป็นต้น)

ความน่าสนใจในเรื่องความย้อนแย้งที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยพบในกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี จะเป็นลักษณะของการเปรียบเทียบเกี่ยวกับสถานที่เพื่อให้เห็นภาพ เช่น เปรียบเทียบเพลินวานกับตลาดน้ำ เป็นต้น ขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีนั้นจะมองในเรื่องของคุณค่าและการอนุรักษ์ ความน่าสนใจในความย้อนแย้งที่ว่า ย้อนยุคแต่ทันสมัย นั้น น่าจะเป็นไปในทิศทางที่ผู้วิจัยมองว่า โห่ยหาอดีตแต่ก็ขอมิ 7 eleven ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ค่อนข้างสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิดของกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้วิจัยวิเคราะห์ต่อไปได้ว่าร้านสะดวกซื้อ 7 eleven น่าเป็นตัวแทนของความทันสมัย (modern) ที่อยู่พื้นที่ของความเก่า ทั้งนี้ความย้อนแย้งดังกล่าวกลับถูกมองจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีว่าเป็นการผสมผสานที่สอดคล้องและไม่ได้มองว่าเป็นสิ่งที่มีความต่างแต่อย่างใดเนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้เติบโตมาพร้อมกับการเกิดขึ้นของร้านสะดวกซื้อ ซึ่งจะค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีที่เติบโตมาอีกแบบ (ร้านโชห่วย)

นอกจากนี้ทั้งคำว่า vintage, romantic, classic รวมไปถึงการเรียนรู้เรื่องราวในอดีต โบราณ ชิลล์ ๆ ยังสื่อให้เห็นถึงความสอดคล้องไปกับวิถีคิดหรือการตีความหมายของ อดีต

ผ่านมุมมองของสถาปนิกผู้ออกแบบพื้นที่ว่า “จากจุดเริ่มต้นที่เป็นเพียงการนำที่ดินมาคุยกันว่ามีลักษณะแบบไหนและเป็นอย่างไร ผนวกรวมกับความฝันในเรื่องของงานวัด ที่ประกอบไปด้วยความสุข ความสนุก และความทรงจำที่ดีๆในวัยเด็กจึงเป็นจุดเริ่มต้นของที่มาที่ไปของ โปรเจกต์ชิ้นนี้ หลังจากมีโจทย์ดังกล่าวแล้วผมและทีมงานก็ช่วยกันคิดและตีความคำว่า งานวัด ว่ามีความหมายอย่างไรในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งต้องอธิบายว่าในช่วงแรกๆนั้นเราศึกษาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวัดก่อนแล้วค่อยขยายขอบเขตปริณิณทลที่เกี่ยวข้องออกไปเรื่อย” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) คำว่า ความสุข ความสนุก และความทรงจำที่ดีๆในวัยเด็ก น่าจะเป็นคำอธิบายที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ vintage, romantic, classic รวมไปถึงการเรียนรู้เรื่องราวในอดีต ได้เป็นอย่างดี

แต่ทว่าทั้งความสอดคล้องหรือความต่างดังกล่าวที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นประเด็นที่ทำให้เกิดการขัดแย้ง ต่อสู้ หรือการปะทะกันแต่ประการใด แต่ความสอดคล้องหรือความต่างดังกล่าวนี้เป็นเพียงความต่างในเรื่องของความหมาย ซึ่งความหมายดังกล่าวนี้ก็มีทิศทางที่สอดคล้องไปกับการให้นิยามของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-40 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปด้วยเช่นกัน อาทิ ยุ้ย (27) เพศหญิง ที่ให้นิยามของเพลินวานว่า เป็นสถานที่โรแมนติก สนุกสนาน มีชีวิตชีวา ขณะที่ บอล (30) เพศชาย ให้นิยามของเพลินวานว่า น่าจะหมายถึง การเพลิดเพลิน สนุกสนานกับสิ่งที่เกิดขึ้นของวันวานที่ผ่านมา เช่นเดียวกับ ตี๋ (44) /หนูๆ (45) เพศชาย ที่ให้นิยามของเพลินวานว่า “สถานที่เก่าๆ โบราณ มีสไตล์ มี Character” ซึ่งความหมายโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยหยิบยกมานี้แสดงให้เห็นถึงการถอดรหัสความหมายพื้นที่ของกลุ่มต่าง ๆ ที่สอดคล้องไปกับการลงรหัสของผู้สร้าง

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี

ขณะที่กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปีนั้น เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้นิยามของเพลินวาน ไว้อย่างหลากหลายเช่นกัน ซึ่งก็มีทั้ง โบราณ ย้อนยุค สวย แปลกตา เก๋ ย้อนวันวาน เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เริ่มมีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งการมีประสบการณ์ดังกล่าวช่วยทำให้เกิดข้อมูลและภาพของการเปรียบเทียบ ดังนั้นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เริ่มที่จะมีการเปรียบเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น ตลาดน้ำที่ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งส่วนนี้เองมีความสอดคล้องกับสิ่งที่หนูๆ (สถาปนิกผู้ออกแบบ) ได้กล่าวให้กับผู้วิจัยฟังว่า “เมื่อผ่านสะพานไม้แรกเข้าไปด้านใน ก็จะพบเห็นบ้านเรือนสองฝั่ง ตรงนี้จะเป็น symbolic หรือเป็นสัญลักษณ์ของ space แบบ อัมพวา คือจริงๆไม่ใช่คลอง แต่เป็นช่องว่างที่เข้าไปได้ถุน เสร็จแล้วมีสะพานข้ามไปหากันของทั้งสองฝั่ง” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) ประเด็นนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการถอดรหัสที่ตรงกับรหัสที่ถูกสร้างขึ้นไว้แต่แรก แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะมองไม่ออกว่า ส่วนใด บริเวณใดมีความคล้ายคลึงกับตลาดน้ำ อัมพวา ทั้งนี้มีความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจเห็นเป็นภาพรวมๆที่เกิดขึ้นจึงมีการสร้างความหมายขึ้นมาเพื่อเปรียบเทียบ

ความหลากหลายที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเป็นการสร้างความหมายที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้นซึ่งจะมีความแตกต่างจากกลุ่มแรกที่มีประสบการณ์ทางการรับรู้ แต่ขาดประสบการณ์จริง ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีส่วนที่นำมาสร้างนิยามหรือความหมายที่เกิดขึ้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ **ต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ชอบความเป็นอดีตแต่ก็ชอบความสะดวกสบาย** ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สะท้อนให้เห็นถึงตัวตนของชนชั้นกลางมากที่สุด กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกทัศน์ตนเอง ซึ่งทำให้เกิดการสัมผัสกับประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงพิจารณาเพลินวานไว้ว่า เป็นพื้นที่ทางธุรกิจซึ่งคำถามที่ผู้วิจัยถามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่ว่า “หากวันหนึ่งเพลินวานหายไป จะรู้สึกอย่างไร” คำตอบที่ได้มีทั้ง ไม่รู้สึกอะไร เลยๆ และ เสียหาย ความรู้สึกเสียหายที่ว่ามันจะเป็นความรู้สึกของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าที่จะเสียหายอดีตที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างแยกแยะระหว่างธุรกิจกับสิ่งที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักไม่พบความตื่นตาตื่นใจ (exotic) เท่ากับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และเป็นกลุ่มที่มีการถ่ายรูปที่เน้นการถ่ายเป็นจุด เช่น ทางเข้า บริเวณงานวัด ร้านค้า เป็นต้น ทั้งนี้สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เน้นการถ่ายรูปในแต่ละจุดนั้นแสดงให้เห็นถึงการให้ความหมายและความสำคัญของบริเวณดังกล่าว เช่น นักท่องเที่ยวบางคน เช่น แอน (30) บอล (30) รัชกฤต (37) หอย (40) ถ่ายรูปบริเวณที่จัดงานวัด แสดงให้เห็นถึงความนิยม หรือความชื่นชอบ และมีประสบการณ์กับเหตุการณ์ดังกล่าว ซึ่งจะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับแต่ละคนที่ประสบมา นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีการเสนอความคิดเห็นผ่านตามสื่อต่าง ๆ เหมือนเป็นการให้ข้อมูลกับคนที่ไม่เคยไปหรือไม่ประสบการณ์กับสถานที่ดังกล่าวเพื่อให้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจและแชร์เรื่องราวที่เกิดขึ้น ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นการสร้างความหมายรูปแบบหนึ่งของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

การให้ความหมายของเพลินวานของกลุ่มนี้มักแสดงให้เห็นถึง ประสบการณ์ข้อมูล รวมไปถึงการให้รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการสร้างความหมายที่เกิดขึ้นผ่านประสบการณ์จริงมากกว่าสร้างความหมายจากการรับรู้ ทั้งนี้จะมีการรับรู้บ้างในบางส่วนที่เป็นลักษณะของการแชร์ข้อมูล ประสบการณ์ มากกว่าจะเป็นการรับรู้หรือความเข้าใจจากสื่อ ดังนั้นการสร้างความหมายที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความแตกต่างไปจากความหมายที่ถูกเข้ารหัส (encode) ไว้จากผู้ผลิต การถอดรหัส (decode) ที่เกิดขึ้นจึงเป็นการถอดรหัสที่ผ่านประสบการณ์ ซึ่งจะมีความรู้ความเข้าใจที่มากขึ้น การให้ความหมายที่เกิดขึ้นเริ่มมีการหยิบยกพื้นที่ของต่างประเทศขึ้นมาเปรียบเทียบให้เห็นภาพ ซึ่งก็มีทั้งการหยิบยกตัวอย่างที่เกิดขึ้นภายในประเทศ เช่น ตลาดน้ำและตัวอย่างที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เช่น ที่ไต้หวัน เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการสร้างความหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการ ถอดรหัส ที่ตรงกับการเข้ารหัส ที่ถูกสร้างขึ้นจากผู้ผลิต แต่ก็มีไม่มากและไม่ทั้งหมดที่จะถอดรหัสได้

บทสังเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มอายุ 20-40 ปี

กลุ่มตัวอย่างอายุ 20-40 ปีเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเป็นจำนวนมากที่สุด โดยเก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ทั้งหมดจำนวน 26 คน ซึ่งมีทั้งการสัมภาษณ์เดี่ยว สัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเสนอและวิเคราะห์โดยใช้กรอบคิดเรื่อง triad (perceived-conceived-lived) ของ Lefebvre ไว้โดยละเอียดในส่วนที่แล้ว นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เดี่ยวแล้ว การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจความหมายของกลุ่มดังกล่าวมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลที่ปรากฏของการสนทนากลุ่ม (group discussion) ของเปียร์ (28) และ บีม (27) ผู้วิจัยมีข้อสังเกตบางประเด็นที่เกิดขึ้นว่า ทั้งสองคนอยู่ในวัยทำงานและมีงานประจำทำ สิ่งหนึ่งที่ทั้งสองตอบตรงกันคือ ทั้งคู่มาเพลินวานเพราะ เพื่อนชวน ซึ่งเหตุผลดังกล่าวจะมีความต่างจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีตรงที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมาเพลินวานติดตามจาก สื่อสังคม โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม แต่ครั้งนี้มาเที่ยวกันตามลำพัง 2 คน

จากคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “คิดถึงช่วงเวลาตอนเด็กๆที่มักจะวิ่งเล่นกับเพื่อน ๆ แล้วไปแวะซื้อขนมที่ร้านขายของแถวหมู่บ้านในต่างจังหวัด เช่น ขนม หมากฝรั่งตาแมว ที่ ชอบขนมลูกอม พอเรามาเห็นแล้วรู้สึกดี ตอนเด็กๆกินบ่อย แถวบ้านไม่ค่อยมี” (เปียร์, เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงภูมิหลังของเปียร์ (28) ที่เป็นคนเติบโตมาจากต่างจังหวัดซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังมีของเล่นเหล่านี้วางขายอยู่และเปียร์ก็ยังเป็นคนรุ่นที่เติบโตมาทันกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ การเติบโตมาพร้อมกับสิ่งเหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าคนรุ่นประมาณ 20 ปีหลายๆจะเป็นคนที่มีประสบการณ์โดยตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งประเด็นนี้แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยุคก่อน 20 ปีที่ไม่ได้มีประสบการณ์ตรงกับสิ่งของดังกล่าว ยิ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ว่า “ที่สะดุดตาก็คือที่ชั้นล่าง เป็นรถสามล้อ ที่จอดอยู่ชั้นล่าง หัวจรวด ซึ่งไม่ได้เห็นนานแล้ว ผมเคยเห็นตอนยังเด็กอยู่ ที่ต่างจังหวัด” (เปียร์, เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) ยิ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า เปียร์มีประสบการณ์กับสิ่งเหล่านี้มากพอสมควร ซึ่งจะแตกต่างกับ บีม (27) ที่กล่าวว่า “หนูชอบเสื้อผ้า เพราะ มีหลากหลาย สไตลให้เลือก ราคาไม่แพง โดยเฉพาะที่ชั้นล่าง ตอนแรกหนูคิดไม่ออก วาดภาพไม่ออกว่า เพลินวานมีลักษณะเป็นอย่างไร แอบดูอยู่ในใจว่า เพลินวาน น่าจะมีลักษณะคล้ายๆตลาดรุ่นยุคพ่อแม่เรา มีของกิน ของใช้ ก็น่าจะมีอะไรให้ดูในแบบที่เราเคยเห็น” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) ซึ่งบีมจะไม่ได้มีประสบการณ์ตรงเหมือนกับเปียร์ การที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงดังกล่าวจึงทำให้บีมไม่ค่อยที่จะรู้จัก และไม่สามารถให้ความหมายของ เพลินวาน ได้มากเท่าเปียร์

นอกจากนี้แล้วข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จีบ (38) ที่กล่าวให้เห็นว่า “อีกสิ่งหนึ่งที่ผมค่อนข้างประทับใจคือ ที่หากเราจะเล่นเกมสตัฟต่าง ๆ ที่ลานเพลิน เช่น ชิงช้าสวรรค์ ปาลูกดอก ยิงปืน เราต้องไปแลกคูปองในโรงรับจำนำ ซึ่งผมว่าแปลกและเป็นไอเดียที่ดีมาก ยังไม่เคยเห็นที่ไหนทำมาก่อนเห็นที่นี่เป็นครั้งแรก” (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557) การไม่เคยเห็นมาก่อนที่นี่เป็นที่

แรกแสดงให้เห็นว่า จีบมีประสบการณ์ในการเดินทางค่อนข้างมากจึงสามารถเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นกับสถานที่ต่าง ๆ ที่ผ่านมา ซึ่งก็สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ว่า “ผมไปเที่ยวมาหลายที่ทั้งในและต่างประเทศ เช่น ลาว (หลวงพระบาง) ญี่ปุ่น ส่วนเมืองไทยชอบ หัวหินมากที่สุด” (จیب (38), เพศชาย, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557) ทั้งนี้ประสบการณ์ในการเดินทางและท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเป็นประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและนำไปใช้ประโยชน์ในแง่มุมมองของงานและชีวิตส่วนตัว ประกอบกับอายุที่มากขึ้นเมื่อผนวกรวมกับประสบการณ์ที่เกิดขึ้นย่อมทำให้จیبมีมุมมองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความเข้าใจ (conceived) ที่มากขึ้นและมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นอย่างมาก

ในกรณีของจیبมีการหยิบยกสถานที่ท่องเที่ยวอื่นมาเปรียบเทียบกับเช่นกัน โดยหยิบยกสถานที่ทั้งในและต่างประเทศ แต่ไม่ได้หยิบยกกรณีของตลาดน้ำซึ่งมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวหลายคนที่ยพยายามหยิบยกตลาดน้ำขึ้นมาเปรียบเทียบ ทั้งนี้มีความเป็นไปได้เช่นกันที่ว่า จีบ (38) ทำงานโรงแรม (ที่เป็นของต่างชาติ) ดังนั้นการมีประสบการณ์ในการเดินทางและท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับหน้าที่การงาน อย่างไรก็ตามด้วยประสบการณ์ในการเดินทางดังกล่าวทำให้ จีบ (38) มีการรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) ต่อสิ่งที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดีและสิ่งนี้เองก็เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึง วิถีชีวิต (life) ของคนกลุ่มนี้ว่ามักมีประสบการณ์ตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้นซึ่งรวมไปถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เริ่มที่จะมีรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น เริ่มมีการเปรียบเทียบและยกตัวอย่างสถานที่อื่น ๆ ให้ผู้วิจัยฟัง เช่น ตลาดน้ำ ซึ่งคนกลุ่มนี้มักจะมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่ผ่านมานี้เนื่องจากว่าเป็นกลุ่มที่เริ่มทำงานและสามารถหารายได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้การเปรียบเทียบที่เกิดขึ้นมักจะเป็นการเปรียบเทียบกับตลาดน้ำ ความน่าสนใจที่เกิดขึ้นของการเปรียบเทียบในประเด็นดังกล่าวกับตลาดน้ำหรือสถานที่ต่าง ๆ นั้นอยู่ตรงที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พยายามเชื่อมโยงภาพของตลาดน้ำหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาเทียบเคียงกับภาพของเพลินวานที่ปรากฏ (แม้ว่าจะมีบางส่วนที่มีความคล้ายคลึงกับตลาดน้ำ เช่น เรือนขานที่คล้ายกับบ้านเรือนสมัยก่อนที่ยื่นไปในน้ำ) แต่ก็หาใช่เป็นตลาดน้ำไม่ สิ่งที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มดังกล่าวมีการถอดรหัสบางส่วนของเพลินวานได้อย่างสอดคล้องไปกับรหัสที่ผู้สร้างลงไว้แต่แรก นอกจากนี้สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวยังมีบางแง่มุมที่น่าสนใจในการให้ความหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ การให้ความหมายของเพลินวานว่า เป็นการโหยหาอดีต (nostalgia) ซึ่งการโหยหาอดีตของผู้สร้างหรือผู้ผลิตและการโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกัน

ความแตกต่างที่ว่านั่นคือ ในแง่มุมมองของผู้ผลิต (สถาปนิก) มอง การโหยหาอดีต (nostalgia) ว่า “วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือของความทรงจำในอดีตที่เราสามารถนำมาใช้งานได้ คือผม

เรียกสิ่งนี้ว่า nostalgic value คือเป็นอะไรที่ทุกคนสามารถเชื่อมโยงกับสิ่งนี้ได้ ยิ่งถ้าเป็น nostalgic value ที่เป็นภาพของความสุข คือยุคสมัยที่เรากำลังโตมาในบ้านที่อบอุ่น ในบ้านที่เรากำลังเล่น ในตอนนั้นเรายังไม่รู้ว่าคุณ รวย ความจน แตกต่างกันอย่างใด คนมีการศึกษา คนไม่มีการศึกษา เป็นอย่างไร เรารู้แต่เราอยู่กับบ้านเรามีคุณพ่อ คุณแม่ มีญาติผู้ใหญ่อยู่ แล้วเรารู้สึกมีความสุข ได้วิ่งเล่นทุกวัน ได้ใช้ชีวิต ใช้เวลาอยู่กับครอบครัว ได้สัมผัสกับอะไรที่เป็นรากโดยที่แท้จริง บ้านที่เราเติบโตมาทุกวัน ซึ่งสิ่งนี้มัน tie กับคนไทยเราทุกคน ไม่ได้เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) ในขณะที่นักทอ้งเที่ยวมอง การโหยหาอดีต (nostalgia) ว่ามีความหมายที่เกี่ยวข้องกับ อดีต วันวาน โบราณ ของเก่า ซึ่งจะเป็นความหมายที่ไม่ได้ลงลึกไปถึงขนาดภาพของความสุขในสมัยวัยเยาว์ดังเช่น สถาปนิกผู้สร้างเพลินวาน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีความเห็นต่อประเด็น nostalgic value ที่เกิดขึ้นว่า คำนี้เป็นคำที่ประกอบขึ้นจาก nostalgic หรือ nostalgia และ value คำว่า nostalgic หรือ nostalgia นั้นน่าจะเป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับทั้งสองฝ่ายที่ได้ให้สัมภาษณ์หรือสร้างความหมายต่อคำดังกล่าว แต่คำว่า value นั้นน่าสนใจ

ความน่าสนใจของคำว่า value นั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ต่อไปว่า เป็น value ที่เกิดขึ้นน่าจะเป็น value ในเชิงมูลค่า ที่เป็นการนำอดีตมาสร้าง value หรือกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่า การนำเอาอดีตมาผลิตซ้ำในเชิงพาณิชย์ นั่นคือการนำเอาอดีตมาเปลี่ยนเป็นสินค้าและสร้างมูลค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่เพลินวานกำลังสร้างและกำลังทำอยู่ในปัจจุบัน ประเด็นดังกล่าวนี้พบว่าบางส่วนของตอนจากการสัมภาษณ์สถาปนิกผู้สร้างเพลินวานมีการกล่าวไว้ค่อนข้างชัดเจนว่า “ช่วงนั้นเค้าก็เชิญผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในแวดวง commercial มาให้คำปรึกษา ทุกคนก็บอกตรงกันว่า ไม่ work หรือที่ตรงนี้ คือ มันไกลมาจากหัวหิน” และ “เทคนิคทางการ design เมื่อเส้นไม่ขนานกันเป็น grid แล้วทำให้ space เกิด dynamic คือมองเห็นแล้วมีความเคลื่อนไหวตลอด ซึ่งเป็นเทคนิคที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้กับงานที่เป็น commercial” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยตีความได้ว่า value ที่เกิดขึ้นนอกจากจะเป็น value ในความหมาย nostalgic value แล้ว ยังมีความหมายอื่นของ value ที่เกิดขึ้นในแง่ของมูลค่าในเชิงพาณิชย์ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามจากแผนภาพ 6.3 ความหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปีที่ให้คือ nostalgia มีการอ้างอิงพื้นที่อื่น อดีตไม่เหมือนของจริง เปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น เป็นความหมายที่สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของกลุ่มดังกล่าวที่เริ่มมีทัศนคติที่ไม่สอดคล้องไปกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีและมีความต่างไปจากการลงรหัสของผู้สร้างพื้นที่ เพลินวาน ประเด็นเรื่อง nostalgia ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ทั้งนี้ทัศนคติที่เริ่มไม่สอดคล้องกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นผู้วิจัยพิจารณาจากมุมมองที่ว่า กลุ่มนี้ค่อนข้างที่จะมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 20 ปี เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้เป็นของตนเองดังนั้นจึงมีกำลังและมีความสามารถที่จะไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ จึงทำให้มีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า

นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้มักแสดงความคิดเห็นในเชิงเปรียบเทียบพื้นที่ของเพลินวานกับพื้นที่อื่น ๆ ดังเช่น ในกรณีของจีบ (38) ที่ยกตัวอย่างที่ปายมาเปรียบเทียบกับเพลินวาน เป็นต้น จากทัศนะที่ว่า อดีตที่ไม่เหมือนจริง ย่อมแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวก่อนอายุ 20-40 ปีมีประสบการณ์จริงจึงทราบได้ว่า สิ่งปรากฏอยู่ในเพลินวานที่ว่าเป็นอดีตนั้น เป็นสิ่งที่ไม่เหมือนจริง

สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวจึงทำให้นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้มีความแตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ความแตกต่างที่ว่า คือ นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้มักจะมีความคิดเห็นที่ดูเหมือนจะสอดคล้อง แต่ก็จะมีเหตุผลในเชิงโต้แย้งตามมา (คล้ายๆกับคำตอบที่ว่า yes,.. but) ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นการถอดรหัสพื้นที่ส่วนใหญ่จะมีทิศทางที่สอดคล้องไปกับการลงรหัสของผู้สร้างพื้นที่ แต่กลุ่มนี้กลับมีมุมมองต่อ เพลินวาน ในประเด็นที่แตกต่างออกไป เช่น เรื่องของการสร้างพื้นที่เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว (ตึง/เปียร์) เป็นพื้นที่ในเชิงธุรกิจ (จิก) อย่างไรก็ตามจะมีบ้างแต่ก็ไม่มากนักที่มีการถอดรหัสความหมายว่า เพลินวาน เป็นพื้นที่ของความสุข ความสนุกสนาน (บอล, ยัย) นอกจากนี้กลุ่มนี้ก็ยังมีประสบการณ์ที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่น้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ทั้งนี้เนื่องจากว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี นั้นเป็นกลุ่มที่มีโอกาสได้ไปสัมผัสกับประสบการณ์ตรงที่มากกว่าจึงทำให้ conceived ที่เกิดขึ้นแตกต่างไปจากทั้งสองกลุ่ม นอกจากความต่างในประเด็นดังกล่าวแล้วกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี ยังมีความเข้าใจต่อพื้นที่ดังกล่าวว่า เป็นพื้นที่ที่ให้ความหมายในเชิงธุรกิจมากกว่าจะเป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งมุมมองดังกล่าวที่เกิดขึ้นนั้นนอกจากจะมาจากประสบการณ์แล้วส่วนหนึ่งจะมาจากการ perceived ข้อมูลที่มาจากแหล่งต่าง ๆ ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงในบทที่ผ่านมาซึ่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะถูกนำมาใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจ

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

สำหรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการให้ความหมายของ เพลินวาน ไว้คล้ายกันว่า เก๋า โบราณ ย้อนยุค ความหมายดี อนุรักษ์ หลากหลาย ความหมายที่ให้เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองและประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ซึ่งนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้มีประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ อย่างมากมาย เช่น กรณีของ เสริฐ (53) ที่มีประสบการณ์และความประทับใจเกี่ยวกับเทศกาลงานวัดที่เกิดขึ้น จึงสร้างความหมายดังกล่าวออกมาผ่านความรู้สึกและประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความหมายที่มีการถอดรหัส (decode) ที่สอดคล้องไปกับการลงรหัส (encode) ที่ผู้สร้างต้องการให้เป็นเรื่องของความสุข ความสนุก สีสัน มีเกมส์ มีกิจกรรม เป็นที่ที่ครอบครัวใช้เวลาร่วมกัน ซึ่งผู้วิจัยมองว่านักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ใช้ประสบการณ์ในการสร้างความหมายมากกว่าการรับรู้ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้เป็นนักท่องเที่ยวก่อนที่มีประสบการณ์ในค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงนำประสบการณ์ที่มีอยู่มาเป็นต้นทุนเพื่อใช้สร้างความหมาย

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่น ๆ เช่นเดียวกับกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี แต่การหยิบยกพื้นที่มาเปรียบเทียบนั้นค่อนข้างจะเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้เป็นพื้นที่ของความนิยมตามกระแส เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก เป็นต้น แต่เป็น ตลาดน้ำราชโด ตลาดน้ำผักไห่ ซึ่งผู้วิจัยเองก็ไม่ทราบเช่นกันว่าตลาดทั้งสองแห่งนั้นอยู่ที่ไหน ถ้าจะให้คาดเดาแล้ว ตลาดผักไห่น่าจะอยู่ที่อยุธยา เพราะชื่อนั้นไปซ้ำกับตำบลหนึ่งของจังหวัดอยุธยา และจังหวัดอยุธยานั้นก็มีตลาดน้ำเกิดขึ้นมากมายหลายแห่ง การหยิบยกพื้นที่ดังกล่าวขึ้นมาเปรียบเทียบกับนั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า คนกลุ่มนี้มีมุมมองต่อความหมายที่เกิดขึ้นของพื้นที่เพลินวานในแง่มุมมองของความเป็นตลาด เป็นชุมชน เป็นพื้นที่ที่มีผู้คนพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ซื่อซาย แลกเปลี่ยนสินค้ากัน กลุ่มนี้มีการถอดรหัส (encode) เกี่ยวกับการอนุรักษ์ รักษา ดูแล พื้นที่เพื่อให้คนรุ่นหลังได้มีโอกาสศึกษา ซึ่งการถอดรหัส (decode) ดังกล่าวเป็นการถอดรหัสที่มีความแตกต่างไปจากการถอดรหัสนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มที่ผ่านมา รวมไปถึงมีการถอดรหัสที่มีความแตกต่างไปจากการลงรหัส (encode) ของผู้ผลิต

ความแตกต่างดังกล่าวเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า การถอดรหัส หรือการให้ความหมายของกลุ่มนี้ มีความหลากหลายเช่นกันกลุ่มนี้มีทั้งความเหมือนและความต่างที่เกิดขึ้น ความเหมือนดังกรณีของ เสริฐ (53) ที่คิดถึงความสุข ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินในวัยเด็ก ขณะที่ความต่างนั้นกรณีของ ปรีชา (60) จะเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนว่ามีมุมมองในเรื่องของการอนุรักษ์ การเห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้น กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์และต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สูงกว่ากลุ่มอื่น แต่การสร้างความหมายหรือการให้นิยามของเพลินวาน กลับมีการให้นิยามที่กล่าวถึงความเก่า ความโบราณ อดีต แต่เป็นความเก่า โบราณ และ อดีต ที่มีชุดความหมายที่แตกต่างออกไป ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เกิดทันในช่วงยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองต่อเนื่องมาจนถึงช่วงยุคของ พ.ศ. 2499 อันเป็นช่วงที่มีความวุ่นวายพอสมควร ดังนั้นชุดความหมายที่เกิดขึ้นจึงเป็นชุดความหมายที่สะท้อนออกมาจากประสบการณ์ตรง ซึ่งมีทั้งความสนุก ตื่นเต้น และมีสีสัน ดังเช่นรหัสที่ลงไว้

บทสังเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้น ผู้วิจัยทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 16 คน โดยเป็นการสัมภาษณ์เดี่ยวและสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้จากข้อมูลที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการให้ความหมายของเพลินวานไว้ว่า มีคุณค่า ความหมายดี เป็นการอนุรักษ์ ย้อนยุค โบราณ อย่างไรก็ตามในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวสองคน ได้แก่ นา (49) และ เสริฐ (53) ซึ่งข้อมูลที่ได้จากนักท่องเที่ยวทั้งสองมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก จากคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “พามาเที่ยวที่เพลินวานนี้ เป็นครั้งแรก

คือได้ยืมเด็กๆที่เป็นลูกน้องเค้าพูดถึงเพลินวานกัน งานเยอะเลยไม่มีโอกาสได้มาเที่ยว ครั้งนี้มีโอกาสเลยแวะมา โดยรวมก็จัดสถานที่ได้ดีนะดูมีบรรยากาศเก่าๆ ทางเดินที่เป็นไม้และร้านค้าต่าง ๆ จะมีร้านค้าที่หลังจากเดินลงสะพานไปทางซ้ายมือจะขายขนม หรือของเล่นสมัยเด็กๆ ส่วนด้านในก็จะมีลานกว้างๆไว้สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ มีพนักงานแปลงให้ดู มีชิงช้าสวรรค์ให้นั่ง และมีเกมส์ต่าง ๆ ให้เล่น คล้ายๆกับงานวัดอะไรประมาณนั้น” (นา, เพศหญิง, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จาก นา (49) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยพบว่าการรับรู้ (perceived) ที่เกิดขึ้นเป็นการรับรู้ที่มีความแตกต่างไปจากทั้งสองกลุ่มที่ผ่านมาที่มีการรับรู้ผ่าน internet และเพื่อน ขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 40 ปีนั้น มีการรับรู้มาจากคนใกล้ชิด ซึ่งเป็นการรับรู้ข้อมูลผ่านการบอกเล่า ซึ่งสิ่งนี้เมื่อย้อนกลับไปดูตาราง 6.3 ที่เป็นการสรุปประเด็นการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี นั้นจะพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการทราบข้อมูลหรือการมาเที่ยวเพลินวานด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันไป อาทิ เพื่อนแนะนำ ครอบครัวชักชวน สื่อโฆษณา เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้เริ่มที่จะมีแหล่งการรับรู้ที่หลากหลาย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่น ๆ ที่เคยเดินทางและมีประสบการณ์ตรงดังกล่าว ดังที่นา (49) ได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยไว้ว่า “เนื่องจากที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเลยเห็นว่าที่นี่ไม่มีพวกสิ่งของที่จัดแสดงหรือเรื่องราวของหัวหินเท่าไร ทั้งๆที่อยู่ในหัวหิน ซึ่งต่างประเทศจะมีสิ่งของเหล่านี้จัดแสดง เช่น ที่ประเทศไต้หวันที่เคยไปที่หมู่บ้านแห่งหนึ่งเป็นหมู่บ้านโบราณเก่าๆและที่นั่นเค้ามีของที่ขึ้นชื่อและมีชื่อเสียง คือ เต้าหู้เหม็น คือใครไปก็ต้องดูและแวะชิมและถ่ายรูป ถ้ามีสิ่งเหล่านี้จะน่าสนใจมากกว่านี้ พี่ก็จะถ่ายรูป พอไม่มีพี่ก็เลยไม่ได้ถ่ายอะไร” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบสถานที่ดังกล่าวที่ต่างประเทศนั้นแม้จะมีความเหมือนกับสิ่งที่ จีบ (38) กล่าวถึงแต่ความต่างที่เกิดขึ้นคือ ประเทศที่ไปสำหรับจีบแล้วไปที่ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวและไปหาประสบการณ์ ในขณะที่นา (49) กลับเลือกประเทศ ไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ค่อยนิยมไปและไม่ค่อยได้กล่าวถึง แต่ทว่าประสบการณ์การเดินทางดังกล่าวของนา (49) กลับสร้างการรับรู้ (perceived) ขึ้นมาว่า ประเทศเหล่านี้มีของดีที่มีคุณค่าและมีการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในมุมมองดังกล่าวแล้ว นา (49) แสดงทรรศนะว่าหัวหินเองก็มีของดีอยู่หลายอย่างที่ควรนำมานำเสนอเพื่อที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดและน่าสนใจและยังเป็นการอนุรักษ์ เช่น เครื่องจักรสาน งานฝีมือ เป็นต้น การแสดงทรรศนะดังกล่าวเช่นนี้ทำให้เกิดมุมมองที่สะท้อนให้เห็นว่า คนกลุ่มนี้มักคิดและคำนึงถึงเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ การอนุรักษ์ ที่ควรจะนำเสนอเพื่อให้ชนรุ่นต่อไปได้เรียนรู้เรื่องราวและสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีความเข้าใจและสามารถอธิบายความแตกต่างที่เกิดขึ้น ดังที่ว่า “เพลินวานเป็นที่ที่รวบรวม จัดแสดง ของเก่าในอดีต คือพี่เข้าใจว่าเป็น

สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งจะต่างกับ ตลาดร้อยปี ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งสถานที่เหล่านั้นเป็นสถานที่จริงที่เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ที่นี้อย่างที่ว่าเป็นเพียงการรวบรวมเรื่องราวต่างไว้ แต่ก็ไม่ใช่พิพิธภัณฑสถานทีเดียว” (นา, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) การอธิบายความแตกต่างของตลาดน้ำกับเพลินวานนั้นแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ทั้งในเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี รวมไปถึงมีความเข้าใจต่อสิ่งที่ปรากฏได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีการเปรียบเทียบกับตลาดน้ำดังเช่นในกลุ่มที่ผ่านมาแต่วิธีคิดดังกล่าวของคนกลุ่มนี้กลับมองตลาดน้ำในบริบทของสถานที่ที่เป็นของจริงที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ซึ่งจะแตกต่างจากกรณีของเพลินวานที่เป็นการประดิษฐ์ขึ้นแต่เป็นการประดิษฐ์อดีตขึ้นบนโลกปัจจุบัน

ไม่เพียงแต่มุมมองของ นา (49) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างทางความคิดของกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเท่านั้น มุมมองของ เสริฐ (53) ก็สะท้อนความแตกต่างทางความคิดเช่นกัน กรณีของเสริฐ (53) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศแต่จะค่อนข้างรับรู้และซึมซับเกี่ยวกับเรื่องราวของงานวัดได้เป็นอย่างดี ดังบางส่วนบางตอนของบทสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า “ใช้ครับผมค่อนข้างชอบกิจกรรมพวกนี้ ทำให้ผมนึกถึงตอนสมัยเด็กๆคุณพ่อ คุณแม่ พาผมไปเดินเล่นที่งานวัดแถวบ้านในต่างจังหวัด ซึ่งในขณะนั้น (กว่า 35 ปีมาแล้ว) พี่อายุประมาณ 17-18 ปีเอง ไปกันหลายคนรวมถึงพี่ๆน้อง สนุกมากโดยเฉพาะ ยิงปืน พี่ว่าเป็นกิจกรรมที่ทำท่ายดี จึงเข้าร่วมครั้งนี้ก็ใช้จำได้เลยสมัยเด็กๆชอบขึ้นมาก สมัยนั้นพาน้องๆไปกัน พี่มีน้องๆอีก 4 จำได้ว่าปีละ 1 ครั้งที่จะมีเทศกาลงานวัด ที่อยู่ไม่ไกลจากบ้านสักเท่าไร งานวัดที่นี่มีความแตกต่างจากสิ่งที่พี่เคยสัมผัสมา เพราะที่งานวัดของจริง จะมีเต็นท์ มีร้านขายไก่ย่าง ขายก๋วยเตี๋ยว และขนมหลากหลายชนิด แต่ที่นี่มีความต่างอย่างหนึ่งคือเวลาจะเล่นเกมต่าง ๆ ต้องไปแลกคูปองในร้านที่ทำเป็นโรงรับจำนำ แปลกดีเหมือนกันไม่เคยเจอมาก่อน” (เสริฐ, เพศชาย, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

ความน่าสนใจของเสริฐ (53) ได้สะท้อนให้เห็นถึงการมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มาจากประสบการณ์ในวัยเด็ก ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวที่สั่งสมมาของแต่ละคนนั้นมีไม่เท่ากัน จึงทำให้ต้นทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละคนจึงแตกต่างกัน ในกรณีของเสริฐจะมีต้นทุนทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับงานวัดที่สูงกว่านา (49) ขณะที่ นา (49) จะมีต้นทุนทางวัฒนธรรมด้านการเดินทางในต่างประเทศสูงกว่าเสริฐ (53) ทั้งนี้การเปรียบเทียบบ้างว่าระหว่าง นากับเสริฐ นั้นผู้วิจัยไม่ได้แสดงนัยยะของความแตกต่างที่คนหนึ่งมีกับอีกคนหนึ่งขาด แต่สิ่งที่ผู้วิจัยหยิบยกกลุ่มตัวอย่างทั้งสองคนขึ้นมาเพื่อแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างที่แสดงถึงวิธีคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี การที่กลุ่มนี้แสดงความคิดเห็นไม่ว่าจะเกี่ยวกับเรื่องราวหรือสถานที่ต่าง ๆ ย่อมเป็นสิ่งที่สะท้อนลักษณะบางประการของกลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 40 ปีได้ว่า ความคิดดังกล่าวได้ถูกกลั่นกรองมาจากประสบการณ์หรือต้นทุนทางวัฒนธรรมที่แต่ละคนมีอย่างไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งต้นทุนทางวัฒนธรรมและประสบการณ์ดังกล่าวนี้จะทำ

ให้เกิดการรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) ที่แตกต่างกัน จนนำไปสู่การใช้ชีวิต (lived) หรือการมี lifestyle ที่แตกต่างกัน

ไม่เพียงแต่แนวคิดของ นา (49) หรือเสรีฐ (53) เท่านั้นที่จะสะท้อนเกี่ยวกับ triad (perceived-conceived-lived) ของ Lefebvre กลุ่มตัวอย่างอีกหลายคนก็สามารถสะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ เช่น ภรณ์ทิพย์ (53) นัยนา (57) สมศรี (61) รัตน์ (65) เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวโดยรวมได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยเฉพาะที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มักมีการสร้าง perceived-conceived-lived ได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่อายุ 20-40 ปี และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี โดยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีนั้นเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในหลายๆด้านที่มากกว่า อาทิ ประสบการณ์ รายได้ ความคิด เป็นต้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ปรากฏย่อมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ว่า อายุและประสบการณ์ซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมมีผลต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจ (conceived) ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

จากตาราง 6.3 ที่แสดงให้เห็นถึงความหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้กับเพลินวานว่า มีคุณค่า ความหมายดี อนุรักษ์ ย้อนยุค โบราณ ความหมายที่ปรากฏดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมุมมองที่เกิดขึ้นว่า กลุ่มนี้มีมุมมองต่อพื้นที่ดังกล่าวว่า เป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีประโยชน์ เป็นสิ่งที่มี การสืบทอด ซึ่งควรที่จะอนุรักษ์และรักษาไว้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่มีความแตกต่างไปจากกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 20-40 ปี โดยที่ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นมีมุมมองในเรื่องของความสนุกสนาน บรรยากาศที่ดี แต่ไม่ได้มองในเชิงคุณค่าหรือการอนุรักษ์ ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี กลับมองในเชิงเปรียบเทียบ การโยกย้ายที่ดี ซึ่งก็จะมีมิติในเรื่องคุณค่า หรือการอนุรักษ์ เข้ามาเกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตามแม้ว่ามีมิติในเรื่องของ ความสุข ความสนุกสนาน มีสีสัน และความ ตื่นเต้นที่ผู้สร้างได้ลงรหัสพื้นที่ไว้ จะไม่ได้ถูกลอตรหัสโดยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปนั้น แต่กลุ่มนี้กลับมีการลอตรหัสพื้นที่ดังกล่าวด้วยความหมายในเชิงคุณค่า การอนุรักษ์ รวมไปถึงการปกป้องรักษา ย่อมเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิธีคิดและมุมมองที่ต้องการให้อุดมคติที่ถูกสร้างขึ้นเป็นสิ่งที่คู่ควรให้คนรุ่นหลังได้เห็นและได้สัมผัสกับอดีตต่าง ๆ เหล่านี้มากกว่าที่จะปล่อยให้อดีตเหล่านี้จางหายไป ตามกาลเวลาอย่างไร้คุณค่า ดังที่สมจิต (45) กล่าวไว้ว่า “เป็นสถานที่ที่อนุรักษ์ ของโบราณ ซึ่งอยากให้มีสิ่งเหล่านี้อยู่และจัดแสดงต่อไป” ซึ่งจะเป็นการทำให้อดีตนั้นทรงคุณค่ามากยิ่งขึ้นและเป็นที่น่าจดจำของคนรุ่นต่อไปอย่างไม่เสื่อมคลาย

6.4 สรุปท้ายบท

จากการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ เพลินวานและหัวหิน ในแง่มุมต่าง ๆ ที่ปรากฏนั้น ผู้วิจัยพบว่า พื้นที่หัวหินเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่มากมาย แต่ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่เกิดขึ้นอันได้แก่ การขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นต้น การเกิดขึ้นของเพลินวานดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้วยว่า ผู้ผลิตหรือผู้สร้างเพลินวานที่มาจากชนชั้นกลางนั้นเริ่มเข้ามามีบทบาทแทนที่ชนชั้นสูงที่เดิมเคยมีอำนาจดังกล่าวในพื้นที่หัวหิน การเข้ามามีบทบาทดังกล่าวของชนชั้นกลางโดยเฉพาะการสร้างพื้นที่ประดิษฐ์รูปแบบใหม่ได้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบ ขั้นตอน วิธีการที่ใช้ในการประกอบสร้างดังกล่าวที่แตกต่างไปจากรูปแบบ ขั้นตอน วิธีการของชนชั้นสูงเดิม ซึ่งรูปแบบที่ถูกนำมาใช้ในกรณีการสร้างพื้นที่ของเพลินวานนั้นพบว่า กระบวนการในการสร้างพื้นที่ของเพลินวานนั้นเริ่มต้นจากปัจจัยพื้นฐานในเรื่องของข้อมูล ดังที่ได้กล่าวไปแล้วอย่างละเอียดในขั้นตอนแรกของการสร้างพื้นที่

ทั้งนี้จากกระบวนการดังกล่าวทั้งหมดข้างต้นได้นำไปสู่การผลิตที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรม อันได้แก่การเกิดขึ้นของพื้นที่ทางวัฒนธรรม ผลผลิตหรือพื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผู้ผลิต (ผู้สร้างพื้นที่) และผู้บริโภค ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องไปกับวิธีคิดของ Lefebvre ที่ว่า พื้นที่ เป็นความสัมพันธ์เชิงสังคมรูปแบบหนึ่ง โดยพื้นที่ทางสังคมเป็นอาณาบริเวณที่รวบรวมเอาสิ่งที่ถูกสร้างและความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ มาไว้ด้วยกัน พื้นที่ทางสังคมเป็นอาณาบริเวณที่รวมเอาสิ่งที่ถูกสร้างและความสัมพันธ์ของสิ่งสร้างต่าง ๆ มาไว้ด้วยกัน พื้นที่ทางสังคมเป็นที่ที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการผลิตทางสังคม (social production) และการสืบทอดทางสังคม (social reproduction) ซึ่งกระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมเป็นกระบวนการที่อาจเสริมหรือขัดแย้งกัน

อย่างไรก็ตามกระบวนการที่หนึ่งและสองเป็นกระบวนการของการที่เกิดขึ้นก่อน พื้นที่ดังกล่าวจะถูกสร้างขึ้น โดยมีกระบวนการและรายละเอียดดังที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปแล้วข้างต้น ความน่าสนใจในกระบวนการที่กล่าวถึง การปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) ที่ถูกลงรหัสไว้ตั้งแต่ต้นโดยผู้ผลิต ผู้สร้างและผู้ออกแบบ ทั้งนี้การถอดรหัส (decode) เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาผ่านงานชิ้นนี้ว่า พื้นที่ดังกล่าวที่ถูกลงรหัส (encode) ไว้จะถูกถอดรหัสและสร้างความหมายจากผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างไร โดยพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นได้แสดงให้เห็นถึงการตีความและการให้ความหมายที่แตกต่างกันไปของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้นพื้นที่ ลักษณะดังกล่าวของเพลินวานจึงเป็นพื้นที่ที่ผ่านกระบวนการการออกแบบ และการผลิตซ้ำ ทั้งนี้การออกแบบเป็นการลงรหัส ของพื้นที่ โดยรหัสเหล่านี้จะถูกถอดรหัส จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบจากงานศึกษาชิ้นนี้คือ ความแตกต่างในประเด็นเหล่านี้คือ

ประเด็นที่หนึ่ง เรื่องของวัตถุดิบที่เป็นต้นทุนของการผลิต ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปในบทที่ผ่านมาว่าวัตถุดิบหรือต้นทุนที่ใช้ในการสร้างพื้นที่ของเพลินวานนั้น มาจากข้อมูลที่มาจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งจะมีความต่างจากการสร้างตลาดน้ำที่เกิดขึ้นโดยอ้างอิงจากข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้พื้นที่ของการสร้างตลาดน้ำเหล่านี้ล้วนใช้ต้นทุนที่มีอยู่ เช่น ต้นทุนทางประวัติศาสตร์ (เช่น กรณีของตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก เป็นต้น) ในขณะที่พื้นที่ของเพลินวานนั้นเป็นพื้นที่ที่ไม่มีต้นทุนทางประวัติศาสตร์ดังกล่าว ดังนั้น ผู้สร้างเพลินวาน จึงจำเป็นต้องหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการประกอบสร้าง โดยการนำเอาวิธีการสร้างพื้นที่มาจากต่างประเทศ เช่น ดิสนีย์แลนด์ หมู่บ้านญี่ปุ่น พิพิธภัณฑ์ราเมง โดยการหยิบยืมบางส่วนและนำมาผสมผสานกับข้อมูลของ ตลาดน้ำ (อัมพวา ดำเนินสะดวก) ตลาดสามชุก ข้อแตกต่างที่เกิดขึ้นคือ การนำเอาข้อมูลที่มาจากต่างประเทศเพื่อมาผสมผสานกับข้อมูลของตลาด รวมไปถึงต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ (ในบางส่วน) จึงทำให้เกิดพื้นที่ดังกล่าว

ประเด็นที่สอง เรื่องของกระบวนการและขั้นตอนการผลิต เพลินวาน ได้เพิ่มขั้นตอนของการออกแบบ โดยบริษัทผู้ออกแบบได้คำนึงถึง ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ของสินค้า ของกิน ของใช้ ที่เกิดขึ้นและนำมาผูกโยงเข้ากับสิ่งที่เกิดขึ้น เพื่อให้พื้นที่ดังกล่าวเกิดความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีพลวัต มีการเคลื่อนไหว และมีชีวิต (live) ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างคนกับคนและคนกับสินค้า การนำสินค้าบางชนิด เช่น หมากฝรั่งตามแนวข้ามผ่านช่วงเวลาปรากฏในช่วงเวลาปัจจุบัน (2557) นั้นเป็นการทำให้เกิดการระลึก หวนคิดถึงอดีตที่เกิดขึ้น ดังที่ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นไว้ในส่วนของบทสัมภาษณ์ที่เกิดขึ้น ว่านักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนได้เข้ามาสู่ช่วงเวลาในอดีตอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงบางส่วนของนักท่องเที่ยวได้โพสต์ลงในสื่อสังคมต่าง ๆ ทั้งนี้ภายใต้กระบวนการและขั้นตอนการผลิตดังกล่าว เป็นการลงรหัสในพื้นที่ ซึ่งรหัสที่เกิดขึ้นเป็นรหัสที่เกิดจากการสร้างโดยผู้ผลิต (producer) ที่ส่งผ่านพื้นที่ไปยังผู้บริโภค (consumer)

ประเด็นที่สาม องค์ประกอบในการประกอบสร้างนั้นค่อนข้างมีความแตกต่างเป็นอย่างมากในการสร้างพื้นที่ เช่น ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก ซึ่งบรรดาตลาดเหล่านี้ล้วนต้องอาศัยองค์ประกอบในเรื่องของ ชุมชน หน่วยงานจากภาครัฐ องค์กรต่าง ๆ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างพื้นที่ดังกล่าว ในขณะที่การสร้างพื้นที่ของ เพลินวาน นั้นองค์ประกอบของผู้ประกอบการ สื่อ นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างพื้นที่ดังกล่าว การเกิดขึ้นของพื้นที่รับฝากรถจำนวนมาก (ที่มีมากกว่า 5 แห่ง) เป็นสิ่งที่ เป็นเครื่องยืนยันได้เป็นอย่างดีว่า พื้นที่ดังกล่าวมีการแย่งชิง ต่อสู้ ต่อรองผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้บรรดาร้านค้าที่ขายของบริเวณโดยรอบที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก (ทั้งซอยหัวหิน 38 และซอยหัวหิน 40) ก็เข้ามามีส่วนร่วมในการต่อรองผลประโยชน์เช่นกัน ซึ่งรวมไปถึง บรรดาคิวรถแท็กซี่ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของ เพลินวาน การที่นักท่องเที่ยวลดต่ำลงเช่น กรณีของการประกาศกฎอัยการศึกเมื่อปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557) ทำให้นักท่องเที่ยวหายไปเป็นจำนวนมากซึ่งส่งผลโดยตรงกับผู้ประกอบการร้านค้าที่อยู่ภายในและโดยรอบไม่สามารถขายสินค้าได้

ประเด็นที่สี่ เรื่อง ผลประโยชน์ และอำนาจที่เกิดขึ้น ประเด็นดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องมาจากกลุ่มคนสองฝ่ายคือ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่ต่างก็เป็นกลุ่มที่เกิดการต่อรองและสร้างความหมายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของเพลินวาน ผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นนั้นหมายรวมถึงผู้ประกอบการที่อยู่ภายในเพลินวานและผู้ประกอบการที่อยู่นอกเพลินวาน ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่อยู่ในเพลินวานนั้นมีการต่อรองทางความหมายโดยใช้กลยุทธ์ในด้านราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การขายสินค้าลดราคา (sales) การขายสินค้าถูกกว่าที่อื่น เช่น ขนมชีสเค้กถุงละ 20 บาท เป็นต้น ทั้งนี้ด้วยกลยุทธ์ดังกล่าวจึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างอำนาจในการต่อรอง และเรียกลูกค้าได้มากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีการต่อรองกับทางเพลินวานในเรื่องของราคาค่าเช่าเพื่อให้มีการปรับลดลงมา (แต่ทางเพลินวาน ไม่ได้ปรับลดราคาเรื่องค่าเช่าแต่ช่วยเหลือร้านค้าเหล่านี้โดยการขยายเวลาการชำระค่าเช่าออกไปเป็นต้น) ในขณะที่พื้นที่โดยรอบที่เป็นที่รับฝากรถนั้น มีการต่อรองทางความหมายโดยใช้กลยุทธ์ของการมีพนักงานที่แต่งตัวเป็นรูปตัวการ์ตูน (เช่น เสือ หมี สิงโต) เพื่อกอยด์กโบกรถให้แล้วเข้าจอดในที่จอดรถของตน

นอกจากนี้ก็มีการใช้กลยุทธ์เรื่องป้ายหรือตัวหนังสือที่ทำให้นักท่องเที่ยวอ่านแล้วคล้ายๆ เพลินวาน เช่น พาเพลิน เพลิน เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็มีการต่อรองความหมายเช่นกัน ด้วยการต่อรองเรื่องของราคาสินค้าที่บางอยู่มีราคาที่สูงเกินไป การต่อรองของกลุ่มเหล่านี้เพื่อสร้างอำนาจและผลประโยชน์ ทั้งนี้ในบรรดากลุ่มต่าง ๆ ที่มีการต่อรองอำนาจและผลประโยชน์นั้น จากการศึกษาพบว่า กลุ่มของนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่มีอำนาจต่อรองที่มากและสำคัญที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากว่าหากขาดซึ่งนักท่องเที่ยวแล้ว บรรดาร้านค้าที่อยู่ภายในและภายนอก ที่รับฝากรถโดยรอบจะขาดรายได้เป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากในช่วงเทศกาลสำคัญๆที่จะมีนักท่องเที่ยวอย่างเนืองแน่น และสามารถสร้างรายได้ให้กับร้านค้าของ ป้าจอย (ขายพวงกุญแจ) ที่มีมูลค่าสูงสุดที่เคยขายสินค้าได้ถึง 30,000 บาทต่อวัน

ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้เหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ การสร้างพื้นที่ของเพลินวาน มีความแตกต่างไปจากการสร้างพื้นที่ที่เกิดขึ้นของพื้นที่ประดิษฐ์ทั่วไปและทำให้เกิดอัตลักษณ์บางอย่างขึ้น นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้วตัวเลขทางสถิติที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีนั้น มีจำนวนราว ร้อยละ 70 ย่อมแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในหมู่ของผู้บริโภคอันเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่ ลักษณะดังกล่าวเป็นที่นิยมในกลุ่มคนอายุต่ำกว่า 30 ปี กลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีพลังอำนาจซื้อเนื่องจากว่ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ทำงานและสามารถหารายได้เป็นด้วยตนเอง และที่สำคัญคือกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีบทบาทในการใช้สื่อทางสังคมและมีการแนะนำให้กลุ่มต่าง ๆ ได้รู้จักสถานที่และตัวตนของเพลินวานมากยิ่งขึ้น

บทที่ 7

บทส่งท้าย

งานวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์หลักสองประการคือ หนึ่ง เพื่อศึกษากระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวาน โดยศึกษาผ่านมโนทัศน์และแนวคิดที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ มโนทัศน์เรื่องพื้นที่ แนวคิดเรื่องประเพณีประติมากรรม และแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว และสอง เพื่อศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ของเพลินวานทั้งด้านกายภาพและการใช้พื้นที่รวมถึงการสร้าง ความหมายของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยละเอียดในบทต่าง ๆ ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามงานศึกษาชิ้นนี้เป็นงานศึกษาที่มุ่งศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมโดยเลือกเพลินวานเป็นกรณีศึกษา ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยขอกล่าวโดยสรุปดังนี้

7.1 สรุปผลการศึกษาภาคทฤษฎี

งานศึกษาชิ้นนี้เป็นงานศึกษาเรื่องการสร้างพื้นที่โดยมุ่งศึกษาถึงกระบวนการในการสร้างพื้นที่ว่ามีปัจจัย องค์ประกอบ และวิธีการในการประกอบสร้างพื้นที่ดังกล่าวอย่างไร ทั้งนี้งานหลาย ๆ ชิ้นที่ผู้วิจัยได้กล่าวอ้าง อาทิ งานของ พิมพ์พร จำรัสพันธุ์ (2551) งานของ ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ (2545) งานของ ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (2556) ล้วนมีการกล่าวอ้างแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสร้างพื้นที่ของ Lefebvre โดยเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าวผ่านคำอธิบายบางส่วนของ Lefebvre อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ก็เช่นกัน เป็นงานวิจัยที่หยิบยกแนวคิดของ Lefebvre ที่ได้กล่าวถึงเรื่องพื้นที่ว่า พื้นที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ (Lefebvre, 1991, pp. 36-46) หนึ่งปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) สอง ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representations of space) สาม พื้นที่ภาพแทน (Representational space) ดังที่ผู้วิจัยกล่าวไว้โดยละเอียดในบทที่ผ่านมา ภายใต้กรอบคิดดังกล่าวทั้งสามประการเมื่อนำมาศึกษาเพิ่มเติมและสร้างคำอธิบายผ่านพื้นที่ของเพลินวานแล้วพบว่า

พื้นที่ของเพลินวาน มีลักษณะที่สามารถอธิบายได้ว่า ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (spatial practices) ที่เกิดขึ้นเป็นปฏิบัติการที่มีการสร้าง (produce) และมีการสืบทอด (reproduce) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความหมาย/รหัสหมายของพื้นที่ (spatial code) โดยความหมาย/รหัสหมาย (code) นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแบบมีลักษณะปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีเหตุผล และ ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representations of space) ก็สามารถอธิบายได้ว่า เพลินวานเป็นพื้นที่ ๆ ถูกสร้างขึ้นและมี

การใช้สัญลักษณ์ (sign) เพื่อสื่อถึงความหมายเกี่ยวกับอดีต งานวัด โดยพื้นที่ลักษณะดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่รวบรวมเรื่องราว ลักษณะความสำคัญ ความโดดเด่น และถูกนำมาผลิตซ้ำ (reproduce) ด้วยชุดความหมายใหม่ที่ถูกต้องจากผู้ผลิตหรือผู้สร้าง ขณะที่ พื้นที่ภาพแทน (representational space) เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคม (social space) ที่มีการใช้พื้นที่และมีการสร้างความหมายของผู้คนที่แตกต่างกันและหลากหลาย มีความเคลื่อนไหวและมีชีวิต (live) ทั้งนี้พื้นที่ภาพแทนจะเป็นพื้นที่ที่มีการปะทะ ประสาน และต่อรองความหมายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายต่าง ๆ

ในขณะคำอธิบายเรื่อง triad (perceived-conceived-lived) space ที่ถูกอธิบายไว้ในหนังสือ production of space ของ Lefebvre นั้น เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยพบว่ามีแตกต่างไปจากงานชิ้นอื่น ๆ ที่ศึกษาเรื่องพื้นที่ผ่านแนวคิดของ Lefebvre ทั้งนี้เนื่องจากว่าสิ่งที่ Lefebvre กล่าวถึง triad อันประกอบไปด้วย perceived-conceived-lived space นั้นเป็นคำอธิบายเกี่ยวกับกรอบความคิดแบบกว้าง ๆ ซึ่งเมื่อนำกรอบคิดดังกล่าวมาอธิบายผ่านงานชิ้นนี้พบว่า triad นั้นสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในแง่ของการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวได้ว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีการสร้าง perceived-conceived-lived space ที่แตกต่างกันอย่างไร ซึ่งผลการศึกษาของงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงการสร้าง perceived space และ conceived space ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มี อายุ ประสบการณ์ และต้นทุนทางวัฒนธรรม ที่แตกต่างกัน

แม้ว่าคำอธิบายเรื่อง triad จะสามารถสร้างคำอธิบายที่สอดคล้องไปกับงานวิจัยชิ้นนี้ แต่ผู้วิจัยกลับมีทศนะต่อคำอธิบายเกี่ยวกับ triad ว่ามีบางประเด็นที่ยังไม่ครอบคลุมที่จะอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีความสลับซับซ้อนได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากว่าแต่ละปรากฏการณ์จะมีเงื่อนไข ข้อจำกัด รวมไปถึงปัจจัยและองค์ประกอบที่แตกต่างกัน ดังเช่น ผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการรับรู้ perceived และสร้างความหมาย เพลิวนาน จากสื่อทางสังคม (social media) โดยเฉพาะ internet เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี ใช้สื่อสังคมเหล่านี้เพื่อสืบหาและค้นคว้าข้อมูล ส่วนกลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป กลับใช้สื่อสังคมรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ internet เช่น สื่อโฆษณา โทรทัศน์ เพื่อเปิดรับข้อมูลในขณะที่การสร้างความหมายนั้นจะมาจากประสบการณ์ ด้วยกรอบคิดดังกล่าว triad กลับไม่สามารถสร้างคำอธิบายได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้มีการสร้าง perceived-conceived-lived space กันอย่างไรและสร้างด้วยรูปแบบใด ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคำอธิบายดังกล่าวเป็นเพียงกรอบความคิดที่มุ่งอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทางสังคม

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีทัศนะเกี่ยวกับการนำทฤษฎีมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านงานศึกษาว่า ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกิดขึ้นเป็นเพียงกรอบคิดกว้าง ๆ ที่มุ่งสร้างคำอธิบายต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทางสังคม การนำทฤษฎีมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านงานวิจัยนั้นมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องเลือกทฤษฎีที่สามารถสร้างคำอธิบายอย่างเหมาะสมและใกล้เคียงเพื่อเสริมสร้างให้งานศึกษามีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือมากขึ้น อย่างไรก็ตามหากนำทฤษฎี

ดังกล่าวมาอธิบายปรากฏการณ์และได้ผลการศึกษาที่ไม่เป็นไปตามทฤษฎีหรือไม่สอดคล้องกันก็ไม่ได้หมายความว่าทฤษฎีนั้นไม่ถูกต้องหรือการศึกษาผิดพลาด ผู้วิจัยกลับมีทฤษฎีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวว่าผลการศึกษาที่ได้อาจเป็นข้อค้นพบใหม่ นอกจากนี้งานชิ้นนี้ยังพบว่าผลการศึกษาบางประการที่ปรากฏเป็นสิ่งที่ **Lefebvre ไม่ได้กล่าวถึง** เช่น ในเรื่องการสร้างความหมาย ซึ่งงานศึกษาของ Lefebvre ไม่ได้มีการกล่าวถึงว่าใครเป็นผู้สร้างความหมาย ผู้ผลิต หรือ ผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้สร้างเพลินวานได้สร้างวาทกรรมเรื่องงานวัด เรื่องอดีต เรื่องโบราณ ขึ้นมาชุดหนึ่ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็มีการสร้างความหมายต่อเรื่องดังกล่าวด้วยความหมายอีกชุดหนึ่ง ชุดความหมายที่เกิดขึ้นของทั้งสองฝ่ายมีความแตกต่าง มีความหลากหลาย และถูกสร้างขึ้นอยู่ตลอดเวลา

นอกจากนี้การนำมโนทัศน์เรื่องการสร้างพื้นที่ของ Lefebvre มาศึกษาผ่านปรากฏการณ์การสร้างพื้นที่ของเพลินวาน ทำให้ผู้วิจัยมีทฤษฎีผ่านมุมมองเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมว่า การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเพลินวานนั้นมีความแตกต่างไปจากการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ตลาดน้ำที่มีการอ้างอิงประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้น แต่ก็จะมีลักษณะบางประการที่คล้ายกับการสร้างพื้นที่ของ Disneyland ที่ไม่มีการอ้างอิงเรื่องราวใด ๆ และไม่มี social reality ที่รองรับสิ่งดังกล่าว ทั้งนี้เพลินวานเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นจากจินตนาการ (simulation) แต่ปรากฏอยู่บนโลกความเป็นจริงที่สามารถสัมผัสและสามารถเข้าไปใช้ชีวิตอยู่ได้จริง ดังนั้นจากการศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าวของเพลินวานจึงพบว่า คำอธิบายในเรื่องการสร้างพื้นที่ของ Lefebvre มีการเคลื่อนตัวออกไปจากคำอธิบายชุดเดิมของ ที่ได้อธิบายไว้ในงานศึกษาเรื่องพื้นที่อีกระดับหนึ่ง ซึ่งเมื่อนำมโนทัศน์เรื่องพื้นที่ดังกล่าวมาอธิบายผ่านปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของเพลินวานแล้วสามารถอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวได้เพียงบางส่วนเท่านั้นดังเช่น กระบวนการสร้างพื้นที่ทางกายภาพ

ในขณะที่คำอธิบายในเรื่องของความหมายและการใช้พื้นที่นั้นกลับปรากฏว่ามโนทัศน์ดังกล่าวไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน การเคลื่อนตัวของคำอธิบายดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พื้นที่ที่ถูกคำอธิบายชุดหนึ่งกำกับไว้ในขณะที่คำอธิบายในเรื่องความหมายนั้นมีความเป็นอิสระและมีความที่หลากหลายมากกว่าจึงสามารถถอดรหัสทางความหมายได้อย่างไม่รู้จัก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าความหมายที่ถูกสร้างขึ้นด้วยการลงรหัสพื้นที่ของผู้ผลิตมีความแตกต่างไปจากความหมายที่เกิดขึ้นจากการถอดรหัสพื้นที่โดยนักท่องเที่ยว

ท้ายนี้สิ่งที่ปรากฏขึ้นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เพลินวาน เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่ได้อยู่บนฐานการอ้างอิงบริบทใด ๆ นอกจากนี้พื้นที่ลักษณะดังกล่าวของเพลินวานยังเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงปฏิริยาความสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) ระหว่างผู้ผลิตและนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ดังกล่าวไม่ได้แสดงนัยยะของการปะทะ การต่อสู้หรือการต่อรองแต่ประการใด ทั้งนี้ในสายตาของนักท่องเที่ยวเหล่านี้การเข้ามาใช้พื้นที่เพลินวานเป็นเพียงต้องการแสดงให้เห็นว่าต้องการมีที่ยืนและแสดงวัฒนธรรมของตนเองในพื้นที่ดังกล่าว ดังเช่น

การแสดงออกในเรื่องการถ่ายรูป บริเวณที่ถ่ายรูป รวมไปถึงรูปที่ปรากฏของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งลักษณะดังกล่าวเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นถึง พฤติกรรม รูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyle) ของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุได้อย่างชัดเจน

7.2 สรุปผลการศึกษาภาคสนาม

เพลินวาน เป็นพื้นที่เกิดใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 นอกจากนี้เพลินวานยังเป็นพื้นที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไปในหัวหินคือ เป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยไม่มีการอ้างอิงถึงประวัติศาสตร์และความเป็นอดีต ไม่มีการอ้างอิงที่มาที่ไปของรากเหง้าทางวัฒนธรรม เป็นพื้นที่ที่ผลิตชุดความหมายใหม่ขึ้น และเป็นพื้นที่ที่บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นของอดีตในแต่ละช่วงเวลา เช่น อดีตช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง อดีตของบรรยากาศบ้านเรือนริมน้ำ อดีตของบรรยากาศเทศกาลงานวัด เป็นต้น อดีต ที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นอดีตที่ถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการของการสร้างพื้นที่โดยมีทั้งขั้นตอนและรายละเอียดในการประกอบสร้างรวมทั้งการลงรหัสและการถอดรหัสพื้นที่ ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ ผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

7.2.1 การลงรหัส (encode) โดยผู้ผลิตและผู้สร้าง (producer)

ทั้งนี้จุดเริ่มต้นของการสร้างพื้นที่ดังกล่าว เริ่มต้นมาจากความฝันที่จะสร้าง “งานวัด” ขึ้นมาบนพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่วัด เป็นงานวัดที่มีความสุข สนุกสนาน และร่าเริง โดยความคิดดังกล่าวได้ถูกถ่ายทอดผ่าน สถาปนิกผู้ออกแบบ ที่ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีทั้งบ้านเรือน ร้านค้า และเทศกาลงานวัด ที่เป็นเสมือนภาพของความทรงจำในอดีตให้ปรากฏขึ้นอีกครั้งบนโลกปัจจุบัน โดยใช้เวลาในการหาข้อมูลเป็นเวลาประมาณ 2 ปี ด้วยระยะเวลาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของข้อมูลที่จะนำมาใช้เป็นต้นทุนทางการผลิต ทั้งนี้แหล่งข้อมูลนั้นมาจากแหล่งที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ ข้อมูลที่มาจากภายในประเทศและข้อมูลที่มาจากต่างประเทศ โดยข้อมูลที่มาจากภายในประเทศส่วนใหญ่นั้นเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป็นส่วนใหญ่ เช่น ตลาดสามชุก ตลาดน้ำราชดำเนิน ตลาดน้ำอัมพวา เป็นต้น ส่วนข้อมูลที่มาจากต่างประเทศนั้นเป็นข้อมูล ที่มาจากประเทศญี่ปุ่น เป็นส่วนใหญ่ เช่น ดิสนีย์แลนด์ พิพิธภัณฑราเมง หมู่บ้านในญี่ปุ่น เป็นต้น เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากสองแหล่งก็มีนำมาผสมผสาน (hybrid) โดยทำการคัดเลือก ตัดแปะ และนำเสนออดีตในบางช่วงที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น อดีตช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง อดีตในช่วงยุค พ.ศ. 2499 ที่บ้านเมืองมีความวุ่นวาย อดีตที่ได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตก เช่น การแต่งกาย การฟังเพลงสากล เป็นต้น

การผสมผสานของข้อมูลประกอบกับการใช้องค์ความรู้และเทคนิคทางการออกแบบ จึงทำให้การสร้างพื้นที่ (ทางกายภาพ) ของเพลินวานมีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้การให้นิยามหรือความหมายของคำว่า “อดีต” ว่าเป็นเรื่องของความสุข ความ

สนุกสนาน ความตื่นเต้น มีสีสัน นั้นได้ถูกนำมาใช้ในการลงรหัส (encode) ความเป็นอดีตผ่านพื้นที่ของเพลินวาน โดยรหัสความหมายดังกล่าวเป็นรหัสที่ถูกกำหนดจากผู้ผลิตหรือผู้สร้างพื้นที่ ในขณะที่ความหมายของอีกฝ่ายหนึ่งที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่มีการถอดรหัส (decode) นั้นถูกถอดรหัสจากนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันตามช่วงอายุ อย่างไรก็ตามกระบวนการสร้างพื้นที่ในเชิงกายภาพที่เกิดขึ้นของเพลินวานมีขั้นตอนและวิธีการในการประกอบสร้างพื้นที่ที่มีความละเอียดและซับซ้อน พื้นที่ดังกล่าวนอกจากจะเป็นการลงรหัสแล้วยังเป็นพื้นที่ที่ประกอบไปด้วยสัญญาณ (sign) ด้วยเช่นกัน เช่น การแลกคูโปงเพื่อเล่นเกมสตั๊มป์แลกในโรงจมน้ำ ซึ่งการมีโรงจมน้ำแสดงให้เห็นถึงสถานที่สำหรับแลกเปลี่ยน หรือตัวหนังสือภาษาจีนที่ปรากฏอยู่ด้านหน้าก็เป็นการแสดงสัญญาณได้เช่นกันว่าเป็นโรงรับจำนำของคนจีนที่มีปรากฏให้เห็นในอดีตของช่วงเวลาหนึ่ง เป็นต้น

การลงรหัสพื้นที่เหล่านี้มีความสอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับการให้ความหมายหรือการตีความหมายใหม่ เช่น งานวัด อาจแทนด้วยความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งการตีความหรือการให้ความหมายใหม่เหล่านี้ก็คือการสร้างวาทกรรมขึ้นมาใหม่ ด้วยวาทกรรมดังกล่าวจึงทำให้พื้นที่ของเพลินวานมีความแตกต่างไปจากพื้นที่ทางการท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากจะเป็นเรื่องของงานวัดแล้วคำว่า โบราณ ก็ถูกนำมาสร้างความหมายด้วยเช่นกัน อาทิ เฉาก๊วยโบราณ ผัดไทยโบราณ น้ำพริกกะปิสูตรโบราณ สิ่งที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่าการลงรหัสดังกล่าวได้ถูกนำไปแปรเปลี่ยนและเป็นการสร้างมูลค่าบางอย่างให้กับสินค้าซึ่งจะทำให้สินค้านั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้วาทกรรมชุดต่าง ๆ ที่ถูกผลิตออกมาโดยผู้สร้างหรือผู้ผลิตนั้นทำให้เพลินวานมีความน่าสนใจและเป็นที่กล่าวถึงเป็นอย่างมากในสื่อสังคมในช่วงของการเปิดตัวใหม่ ๆ

อย่างไรก็ตามในแง่มุมมองของผู้ผลิตหรือผู้สร้างแล้วรหัสต่าง ๆ เหล่านี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งผ่านไปยังกลุ่มต่าง ๆ โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจง “เราเชื่อมั่นเป็นไปได้ที่ว่า ที่ตรงนี้จะมียุทธศาสตร์แบบนี้ ไม่สามารถที่จะสร้างแล้วเหมือนกับสิ่งที่เคยมี แต่เราคิดว่ายุทธศาสตร์และความรู้สึกใช้ มีอะไรในตรงนี้ ความรู้สึกถึงความสนุกสนานมันก็จะไร้ที่ประมาณนี้ ผมคิดว่าทุกคนสัมผัสกับมันได้ในหลายระดับ” (รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) ซึ่งคำให้สัมภาษณ์ของ รติวัฒน์ สุวรรณไตรย์ ได้แสดงให้เห็นว่า รหัสต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเป็นพิเศษ ซึ่งการลงรหัสดังกล่าวผ่านพื้นที่ของเพลินวานเป็นการสร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่ง ในขณะที่มีการถอดรหัสนั้นมีการสร้างความหมายขึ้นอีกหลายชุดโดยนักท่องเที่ยว

7.2.2 การถอดรหัส (decode) โดยนักท่องเที่ยว (consumer)

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีการถอดรหัสโดยการสร้างความหมายหรือให้นิยามของอดีตผ่านพื้นที่ของเพลินวานว่า vintage, romantic, classic เรียนรู้เรื่องราวในอดีต โบราณ ย้อนยุคแต่ทันสมัย ซึ่งกลุ่มนี้จะมีการรับรู้ (perceived) ผ่านทาง internet ซึ่งเป็นโลกสัญญาณหรือโลก

เสมือนเป็นส่วนใหญ่แต่ยังไม่ใช้การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจ (conceived) อย่างแท้จริง ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปีนั้น ความหมายที่ให้อือ nostalgia นึกถึงวันวาน ย้อนยุค อดีตที่ไม่เหมือนของจริง มีการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น เช่น ตลาดน้ำ กลุ่มนี้มีการรับรู้ (perceived) และทำความเข้าใจ (conceived) จากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีประสบการณ์การเดินทางและท่องเที่ยว อีกทั้งยังเริ่มใช้ความเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น เริ่มมีเสียงต่อรองขึ้นมว่า แพง ไม่ใช่ของแท้ และมีการวิจารณ์มากขึ้น ส่วนกลุ่มที่อายุมากกว่า 40 ปี ความหมายที่ให้อือ มีคุณค่า ความหมายดี อนุรักษ์ ย้อนยุค โบราณ แปลกดี หลากหลาย การรับรู้ (perceived) ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น internet หรือ เพื่อน ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การสร้างความหมายที่แท้จริงเกิดขึ้นมาจากความเข้าใจ (conceived) ต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ผ่านประสบการณ์จริง และมีประสบการณ์ในการเดินทางไป ในสถานที่ต่าง ๆ มากกว่าทั้งสองกลุ่มที่กล่าวมา

ทั้งนี้การถอดรหัส (decode) ความหมายของนักท่องเที่ยวทั้งสามกลุ่มนั้นแสดงให้เห็นว่า ความหมายที่เกิดจากการถอดรหัสนั้นมีความหลากหลายและไม่ซ้ำกัน อีกทั้งเป็นการถอดรหัสความหมายที่มีความแตกต่างไปจากการลงรหัสความหมายของผู้ผลิต ชุดความหมายที่เกิดขึ้นดังกล่าวแม้ว่าจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็มีสิ่งที่มีความสอดคล้องไปกับสิ่งที่ผู้สร้าง (สถาปนิก) ที่กล่าวไว้เช่นกันว่า “ผมคิดว่าทุกคนสัมผัสกับมันได้ในหลายระดับ จุดนี้เป็นความตั้งใจมากเลยที่ต้องการให้คนหลายกลุ่มได้สัมผัส” (สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2558) สิ่งดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเป็นความตั้งใจที่เกิดขึ้นของสถาปนิกเองที่ทำการลงรหัสไว้ในพื้นที่ และต้องการให้คนที่มาจากหลากหลายกลุ่มเข้ามาถอดรหัสดังกล่าว ซึ่งความหลากหลายดังกล่าวนี้ทำให้พื้นที่ของเพลินวานไม่หยุดนิ่ง มีความเคลื่อนไหว ทำให้พื้นที่มีชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันทางสังคม (social interaction) ของกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ร้านค้า รวมไปถึงพนักงาน ที่เข้ามาใช้พื้นที่ดังกล่าวร่วมกัน

นอกจากนี้ความแตกต่างของการให้ความหมายจากการลงรหัส (encode) และการถอดรหัส (decode) นั้นยังเป็นการปะทะกันและเกิดการต่อรองกันบนพื้นที่ดังกล่าวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การปะทะหรือต่อรองความหมายดังกล่าวที่มาจากถอดรหัสพื้นที่นั้นมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ดังจะเห็นได้จาก “อย่างงานวัดเห็นแล้วนึกถึงตอนเด็ก ๆ ที่ได้ไปเที่ยวกับพี่ ๆ น้อง ๆ ไปเล่นชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน คู่มือเตอร์ไซค์ไต่ถัง ซึ่งชอบมากและสนุกดี เห็นชิงช้าสวรรค์ หนึ่งกลางแปลงแล้วรู้สึกอย่างนั้นขึ้นมอย่างจับใจ แต่อาหารบางอย่างก็ดูไม่สอดคล้องเลย เช่น ไอติมทอดทาโกะยากิ โมจิ ดูจะทันสมัยเกินไปเข้ากับช่วงเวลา” สมศรี (61) (สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558) ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ มีความรู้และความเข้าใจ (conceive) มากกว่ากลุ่มของนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี ดังนั้นกลุ่มนี้จึงเป็น

กลุ่มที่มักแสดงความคิดเห็น วิจารณ์ และมีข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้น คำตอบที่ได้มักมีเงื่อนไขต่อท้าย เช่น ที่มีอยู่ก็ชอบนะแต่ถ้ามีให้เลือกก็จะขอเลือกอย่างอื่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้นำไปสู่ข้อค้นพบดังนี้คือ หนึ่ง เพลินวานมีกระบวนการสร้างพื้นที่ (เชิงกายภาพ)ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป กล่าวคือ การสร้างพื้นที่แบบนำอดีตมาดัดแปะ มีการคัดเลือกอดีตในช่วงเวลาที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นการสร้างอดีตด้วยข้อมูลที่มาจากการผสมผสาน เป็นการสร้างความหมายใหม่ และ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ไม่ต้องการอ้างอิงบริบทของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญในกระบวนการสร้างพื้นที่คือ เรื่องของการออกแบบและใช้องค์ความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรมที่เป็นการผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน สอง การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นนั้นมีความแตกต่างกัน โดยผู้ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่งด้วยการลงรหัส (encode)ไว้ในพื้นที่ ในขณะที่ผู้บริโภคก็มีการถอดรหัส(decode)และสร้างความหมายขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ซึ่งความหมายของทั้งสองชุดนั้นมีความต่างและไม่เท่ากัน ความแตกต่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความหมายที่เกิดขึ้นไม่ได้ถูกผลิตขึ้นจากผู้ผลิตแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ความหมายดังกล่าวยังสามารถถูกผลิตขึ้นจากผู้บริโภคได้เช่นกัน ทั้งนี้ความหมายที่เกิดขึ้นจากการถอดรหัสของผู้บริโภคนั้นเป็นความหมายที่มีความหลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และความเข้าใจของแต่ละคนที่มีอยู่อย่างไม่เท่าเทียมกัน

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี: เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2557). *เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ชัย เรื่องศิลป์. (2524). *ยอดคน*. กรุงเทพฯ: เรื่องศิลป์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2518). *ลัทธิเศรษฐกิจการเมือง*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2534). *White Collar: กรณีศึกษาพนักงานธนาคารและพนักงานในห้างสรรพสินค้า*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์, ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง.
- ณัฐชา ราทิกุลกรลักษณ์. (2547). *นายรอบรู้ นักเดินทาง: ประจวบคีรีขันธ์*. กรุงเทพฯ: สารคดี.
- ชนภณ วัฒนกุล. (2550). *การเมืองเรื่องพื้นที่: พลวัตทางสังคม (กรณีศึกษาชุมชนป้อมพระกาฬ)*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิชาการ 14 ตุลาคม.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2556). *ม (ว) นุษย์โรแมนติค*. กรุงเทพฯ: ศยาม.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2536). วัฒนธรรมของคนชั้นกลางไทย. ใน สังสิต พิริยะรังสรรค์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), *ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2536). *ท่องเที่ยวบุญบังไฟในอีสาน: บุญบังไฟต้องรับใช้ชาวยโสธรไม่ใช่ชาวยโสธรรับใช้*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2552). *รากหญ้าสร้างบ้านชนชั้นกลางสร้างเมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2536). ทฤษฎีชนชั้นกลาง. ใน สังสิต พิริยะรังสรรค์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), *ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2548). *ทฤษฎีชนชั้นกลาง ใน คนชั้นกลางในกระแสทุนนิยม*. กรุงเทพฯ: เอติสันเพรส.
- โปรดักส์.
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (2552). *มานุษยวิทยา วัฒนธรรมศึกษา และมโนทัศน์วัฒนธรรม. ใน มานุษยวิทยาปะทะวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร

- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.
- วรวิทย์ เจริญเลิศ. (2536). ชนชั้นกลางกับเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ: ฝ่ายประชาธิปไตยหรือรัฐปฏิบัติการ. ใน สังสิต พิริยะรังสรรค์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), *ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้งเฮาส์.
- สรศัลย์ แผงสภา. (2539). *ราตรีประดับดาวที่หัวหิน*. กรุงเทพฯ: สารคดี.
- สรศัลย์ แผงสภา. (ม.ป.ป.). *พองคลื่นศักดิ์นิเว*. กรุงเทพฯ: พี.วาทีน พับลิเคชั่น.
- สุกัญญา ไชยภาสี. (2551). *เที่ยวหัวหินถิ่นผู้ดี 100 ปีเมืองตากอากาศสยาม*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮาส์.
- สันติ เสวตวิมล. (2544). *ตำนานตลาดไทย*. กรุงเทพฯ: ประพันธ์สาร.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2552). ความเข้าใจ วัฒนธรรม ในงานวิจัยสังคมไทย. ใน *มานุษยวิทยาปะทะวัฒนธรรมศึกษา* (น. 10-121). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- อคิน รพีพัฒน์, ม.ร.ว. (2527). *สังคมไทยในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2357-2416*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อคิน รพีพัฒน์, ม.ร.ว. (2540). การท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม: ประเพณีบุญบั้งไฟในภาคอีสาน. ใน *ปริตตา เอลิมเผ่า กอนันตกุล (บรรณาธิการ), เจ้าชาวบ้าน (เล่ม 2) รวมบทความ ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์* (น. 106-152). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สถาบันไทยคดีศึกษา.

บทความวารสาร

- จुरี วิจิตรวาทการ. (2536). ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับชนชั้นกลางใหม่ในสังคมไทย. *วัฒนธรรมไทย*, 30 (12), 19-22.
- ชนิดา ชิตบัณฑิตย์. (กันยายน-ธันวาคม 2543) การท่องเที่ยวไทย อุตสาหกรรมขาย สังคมอุดมคติในโลกทุนนิยม. *วารสารธรรมศาสตร์*, 26 (3), 78-79.
- วีรศักดิ์ สาเลยยกานนท์. (2518). ปกคอขาว: ชนชั้นกลางใหม่ในสังคมไทย. *ไทย-ไคเจสต์* 1 (4), 44-49.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2543). พื้นที่ในทฤษฎีสังคมศาสตร์. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 12 (2), 65-102.
- ไศจลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล. (มกราคม-มิถุนายน 2556). ตลาดย้อนยุคสามชุก: การเมืองเรื่องพื้นที่และธุรกิจแห่งการถวิลหาอดีต. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 14 (2).

วิทยานิพนธ์

คณิตา ชองศิริ. (2553). *การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายเรื่อง "การโยกย้ายคดี" ในรายการ ปกป้องทางโทรทัศน์ชุด "ตลาดสดสนามเป้า"*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

จุฑาทิพย์ วัฒนะธรรมนนท์. (2551). *การรับรู้ข่าวสารและประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์*

การท่องเที่ยวตลาดน้ำ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

ถิรนนท์ อนวัชรศิริวงศ์. (2524). *อิทธิพลทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร และสื่อสารมวลชนที่มีต่อการเลื่อนชั้นทางสังคม: ศึกษาเฉพาะอำเภอธัญบุรีและอำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี*.

(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

ธิดารัฐ ธรรมจง. (2553). *การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปีเจ้าเสือมัย จังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย. (2547). *ร้าน Saxophone Pub & Restaurant : รสชาติทางดนตรี กับ ตัวตน และพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขาวิชามานุษยวิทยา.

พนิดา อิ่มสบาย. (2553). *บทสรุปของละคร เรื่อง พล นิกร กิมหงวน*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์.

พลอยชมพู จิตติยาภรณ์. (2553) *การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ คลองลัดมะยม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

พิมพ์พร จำรัสพันธุ์. (2551). *กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของการแสดงพื้นบ้านอีสาน:*

กรณีศึกษาวงโปงลางสะออน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม.

ยงยุทธ บุรณเจริญกิจ. (2545). *กระบวนการสร้าง ต่อร่องความหมายของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางสังคม: กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขาวิชามานุษยวิทยา.

- ยุทธกาน ดิสกุล. (2553). *ประเพณีประเพณีและอัตลักษณ์ชุมชนคลองแห*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา,
สาขามานุษยวิทยา.
- สิริลักษณ์ ปรีณัมย์. (2548). *การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำ
ดอนหวาย จังหวัด นครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
คณะนิเทศศาสตร์.
- สมฤทัย เสือปาน. (2549). *รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- อรรณพ ศรีอุดม. (2543). *การท่องเที่ยวในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว
(พ.ศ. 2453-2468)*. (ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยราชภัฏ,
คณะอุตสาหกรรมบริการ.
- เอกรินทร์ พึ่งประชา. (2545). *พระราชพิธีประเพณีประเพณีแห่งวัดศรีชะทอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา,
สาขามานุษยวิทยา.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ความเป็นมาของเมืองหัวหิน*. (2557). สืบค้นจาก <http://huahin.sadoodta.com/content>
- คู่มือเที่ยว หัวหิน-ชะอำ ฉบับสมบูรณ์*. (13 สิงหาคม 2556). สืบค้นจาก <http://AtSiam.com>
- จอย. (11 มีนาคม 2555). *แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพลีนวาน*. สืบค้นจาก
<http://www.teeteawthai.com/เพลีนวาน>
- เทศบาลเมืองหัวหิน. (2557). *ข้อมูลพื้นฐาน/สภาพทั่วไป*. สืบค้นจาก
http://www.huahin.go.th/site/index.php?option=com_content&view
- ไฮบิวรี. (7 พฤษภาคม 2552). สืบค้นจาก pantip.com
- เพลีนวาน*. (2557). สืบค้นจาก <http://www.plearnwan.com/home.php>
- เพลีนวาน ย้อนรอยสู่วัยเด็ก*. (26 กุมภาพันธ์ 2557). สืบค้นจาก http://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g297922-d1809464-Reviews-or420-Plearn_Wan-Hua_Hin_Prachuap_Khiri_Khan_Province.html#REVIEWS
- ท่องเที่ยวหัวหิน*. (8 กุมภาพันธ์ 2554). สืบค้นจาก <http://travel.sanook.com/932932>

- บรรยากาศย้อนยุค ตลาดเก่าเมื่อวันวาน. (7 กันยายน 2557). สืบค้นจาก http://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g297922-d1809464-Reviews-or390-Plearn_Wan-Hua_Hin_Prachuap_Khiri_Khan_Province.html#REVIEWS
- ปิดเทอม กระตุ้นหัวหินคึก เงินสะพัด 2.4 พันล้าน. (9 ตุลาคม 2556). สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1381247865
- แฟ้มข้อมูลสามเกลอ. (3 กุมภาพันธ์ 2555). สืบค้นจาก <http://www.samgler.org/yahoo/PDF/more2.html>
- พลอย มัลลิกะมาส. (17 กุมภาพันธ์ 2554). สร้างธุรกิจร้อยล้านด้วยสัญญาอนุญาตบอก-ริชาร์ด-แบรนสัน-VS-ภัทรา-สรวัฒน์. สืบค้นจาก <http://www.tcdc.or.th/src/15147>
- รัฐสยาม ศิลปิน. (19 พฤศจิกายน 2552). “เพลินวาน” โดย ภัทรา สรวัฒน์ เพลินอดีดในวิถีแห่งหัวหิน. สืบค้นจาก <http://www.tcdc.or.th/src/14851>
- สายสัมพันธ์ไทย-จีน. (2557). สืบค้นจาก <http://www.thailand-china.com/Home/TotalNews/newsthai/2009>
- 10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (12 พฤษภาคม 2557). สืบค้นจาก <http://www.toptenthailand.com/topten/detail>
- แผนที่และที่ตั้งเพลินวาน. (10 สิงหาคม 2558). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps/place/เพลินวาน>
- เปิดใจ ก้อย ภัทรา สรวัฒน์ เจ้าของเพลินวาน ณ หัวหิน. (14 ธันวาคม 2552). สืบค้นจาก <http://women.kapook.com/view7828.html>
- หมู่บ้านจำลองสมัยเอโดะ. (2557). สืบค้นจาก <http://www.CompaxWorld.com>
- Guitarfino. (6 พฤษภาคม 2552). Retrieved from pantip.com

เอกสารอื่น ๆ

- กระทรวงการคลัง, กรมธนารักษ์, สำนักงานธนารักษ์พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2558). รายงานสรุปการประเมินราคาที่ดินรายบล็อกเพื่อจัดทำบัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์รอบบัญชีปี พ.ศ. 2555-2558.

สัมภาษณ์

- กระต่าย/ฟิล์ม. อายุ 16 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- กิตติวัฒน์. อายุ 36 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- ขวัญ. อายุ 27 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- จิ๊ก. อายุ 33 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (10 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- จ๊อบ. อายุ 38 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (10 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- ดริม. อายุ 18 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- ดี/หนู. อายุ 44 และ 45 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- เต้. อายุ 19 ปี เพศชาย, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- โต้ง. อายุ 51 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- ทอม. อายุ 21 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นก. อายุ 43 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นภ. อายุ 41 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- น้อง. อายุ 37 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- น้อง/น้ำ. อายุ 32 และ 34 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นัยนา. อายุ 57 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นา. อายุ 22 ปี เพศหญิง, นักศึกษา. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นา. อายุ 49 ปี เพศหญิง, พนักงานธนาคาร. (2 ตุลาคม 2557). สัมภาษณ์.
- น้ำตาล. อายุ 22 ปี เพศหญิง, นักศึกษา. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- นุก/ซุป. อายุ 15 และ 18 ปี เพศชาย, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- บอล. อายุ 30 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- ปิม. อายุ 27 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- เปียร์. อายุ 28 ปี เพศชาย. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- เปียร์/ตัง. อายุ 28 และ 30 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- ปกป่อง. อายุ 19 ปี เพศชาย, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- ปรีชา. อายุ 60 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- ปลาย. อายุ 19 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- แป๊ะ/เปี้ยก. อายุ 17 และ 18 ปี เพศชาย, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
- พลอย. อายุ 18 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- พลอย/มิว. อายุ 15 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.

พลีษฐ์ตา อินทร์พันธ์. ผอ. ททท. ประจำจังหวัดประจวบฯ. (7 กุมภาพันธ์ 2557). สัมภาษณ์.
 แพร. อายุ 24 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 เฟรนด์. อายุ 18 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
 ภรณ์ทิพย์. อายุ 53 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 มนต์รี ชูภู. รองนายกเทศมนตรีหัวหิน. (3 มีนาคม 2557 และ 10 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
 มะเหมี่ยว/โบว์. อายุ 24 และ 25 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 มินต์. อายุ 15 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 มุก/กระต่าย. อายุ 21 ปี เพศหญิง, นักศึกษา. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 ย้อย. อายุ 27 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 รติวัฒน์ สุวรรณไตร์. สถาปนิกผู้ออกแบบเพลินวาน. (21 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 รัชกฤต. อายุ 37 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 รัตน์. อายุ 65 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 วิ. อายุ 32 ปี เพศหญิง, แม่บ้าน. (10 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
 สมจิต. อายุ 45 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 สมศรี. อายุ 61 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 สุ. อายุ 31 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 สุรีย์พร. อายุ 28 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 เสริฐ. อายุ 53 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
 หน้อย. อายุ 42 ปี เพศหญิง. (9 มิถุนายน 2557). สัมภาษณ์.
 หลิง. อายุ 35 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 หอย. อายุ 40 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 ใหม่. อายุ 18 ปี เพศหญิง, นักเรียน. (11 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
 อนุรักษ. อายุ 57 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 อี้กคิว. อายุ 17 ปี เพศชาย, นักเรียน. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 อิศราภรณ์/ศรีรัตน์. อายุ 23 และ 24 ปี, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 เอก และ ตูน. ผู้ช่วยและผู้จัดการใหญ่เพลินวาน. (7 กุมภาพันธ์ 2557). สัมภาษณ์.
 เอก/หนุ่ม. อายุ 42 และ 45 ปี เพศชาย, รับจ้าง. (6 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 แอน. อายุ 30 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.
 แอน. อายุ 30 ปี เพศหญิง, รับจ้าง. (5 กันยายน 2558). สัมภาษณ์.

Books

- Bhabha, H. K. (1990). The third space: interview with Homi Bhabha. In Jonathan Rutherford (Ed.), *Community, Culture, Difference*. London: Lawrence&Wishart.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. London and New York: Routledge.
- Bottomore, T. (1983). *A Dictionary of Marxist thought*. Great Britain: Oxford Verbatim Limited.
- Bourdieu, P. (1997). *Outline of a Theory of Practice*. Translated by Richard Nice. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burns, P. M. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. New York: Routledge.
- Castells, M. (1999). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California.
- Gupta, A., & Ferguson, J. (Eds.). (1997). *Culture, Power, Place: Ethnography at the end of an Era*, Durham, N.C.: Duke University Press.
- Hall, S. (1980) Cultural studies and the center. In *Culture, Media, and Language*. London: Hutchinson.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Malden. (Donald Nicholson-Smith, Trans.). Massachusettes: Blackwell Publishers.
- Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper.
- Leiper, N. (2004). *Tourism Management* (3rd ed). French Forest, N.S.W: Peason Education.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Wearing, S. et al. (2010). *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. London: Sage.
- Yoshimi, S. (1992). *kuukan no jitsen : Toshi Shakaigaku ni okeru kuukan Gainen no Shakagaku no Frontier (The frontiers of Urban Sociology)*. Tokyo: Nihon Hyouron Sha.

Articles

- Briggs, C L. (1996). The Politics of Discursive Authority in Research on the Invention of Tradition. *Cultural Anthropology*, 11(4), 435-469.
- Buckser, A. (1998, Summer) Group Identities and The Construction of the 1943 Rescue of The Danish Jews. *Ethnology*, 37, 209-226.
- Buckser, A. (1995, Fall). Tradition, Power, and Allegory: Constructions of the Past in Two Danish Religious Movement. *Ethnology*, 34, 257-272.
- Ching Chan, S. (1998, Winter). Politicizing Tradition: The Identity of Indigenous Inhabitants in Hong Kong, *Ethnology* 37, 39-54.
- Creighton, M. (1997, Summer). Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in Japanese Travel Industry, *Ethnology*, 36, 239-254.
- Gell, A. (1982). The Market Wheel: Symbolic Aspects of an Indian Tribal Market. *MAN*, 17, 470-91.
- Notehelfer, F. G. (1999, Summer). Mirror of Modernity: Invented Traditions of Modern Japan, *Journal of Japan Studies*, 25, 432-438.
- Wood, J. S. (1991). Build, Therefore, Your own World: The New England Village as Settlement Ideal. *Annals of the Association of American Geographers*, 81 (1), 32-50.

Electronic Medias

- Discover Lancaster. (2015). Retrieved from <http://www.discoverlancaster.com/towns-and-heritage/amish-country/index.asp>
- Noboribetsu Date Jidaimura. (2014). Retrieved from <http://www.edo-trip.jp>
- Siambeing. (2011). *Hua hin pocket guide*. Retrieved from http://mindninem.blogspot.com/2011/02/blog-post_1019.html

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สรุปรายละเอียดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว¹

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 13 คน มีรายละเอียดดังนี้

มินต์ (15) เพศหญิง เดินทางมาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี มาแข่งขันการตอบปัญหาทางวิชาการ แข่งเสร็จคุณครูก็พามาเดินเที่ยวต่อที่เพลินวาน มาที่นี่เป็นครั้งแรกมากันเป็นกลุ่มประมาณ 10 คน พอทราบเกี่ยวกับเพลินวานจากทาง internet และเดินทางมาที่นี่เป็นครั้งแรก สำหรับตัวเค้าแล้ว เพลินวาน เป็นสถานที่แบบ vintage ไม่ได้ตั้งใจมาแต่ที่มาเพราะว่ามีเวลาเหลือ หลังจากเสร็จจากนี้ก็จะเดินทางกลับสุราษฎร์ธานี มินต์ กล่าวกับผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยว่า ไม่ได้ชอบอะไรเป็นพิเศษในเพลินวาน เนื่องจากเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด เดินแล้วถ่ายรูปอย่างรวดเร็ว ถ่ายตรงบริเวณตรงทางเข้ามากที่สุด จุดอื่น ๆ เพียงแค่เดินผ่าน ไม่ได้ซื้อของเลย เห็นมีร้านขายของที่ระลึกน่าสนใจดี เป็นพวกกุญแจ สมุดโน้ต ราคาไม่แพง 4 ชิ้น 100 บาท แต่ก็ไม่ได้ซื้อเพราะรีบไปดูอย่างอื่นแทน เข้ามาแล้วรู้สึกผ่อนคลาย อยากกลับมาอีกครั้ง ส่วนตัวเป็นคนชอบธรรมชาติ ทะเล ป่าเขา มากกว่าความเป็นเมือง

พลอย (15)/มิว (15) เพศหญิง มากับคณะครูพามา มาที่เพลินวานเป็นครั้งแรก รู้สึกชอบ พอทราบคร่าว ๆ ว่า เพลินวานเป็นอย่างไร เป็นสถานที่เก่า ๆ มีของโบราณ ย้อนยุค โดยทราบจาก internet ถ้าให้นิยามว่า เพลินวาน มีความหมายว่าอะไรนั้น โดยส่วนตัวแล้วอนิยามสั้น ๆ ว่า “สวยดี โรแมนติก คลาสสิก โลจิสติกการ” (พลอย) ในขณะที่มีนิยามความเป็นเพลินวาน โดยบอก 3 คำว่า “มัน ยอด มาก” เหมาะแก่การมาท่องเที่ยว ทั้งคู่ชอบถ่ายรูป ถ่ายหลาย ๆ จุดแต่จุดที่เน้นมากเป็นพิเศษคือ บริเวณที่เป็นงานวัด เหมือนบรรยากาศงานวัดจริง ๆ มิว กล่าวต่อว่า นอกจากนี้ก็ชอบเรื่องอาหารที่อยู่ภายใน เช่น ทองม้วนสด ขนมเบื้อง ซึ่งมีรสชาติอร่อยดี ถ้าเพลินวาน หายไปจะรู้สึกเสียดาย อยากให้อนุรักษ์และเก็บรักษาไว้ ที่มาเพลินวานไม่ได้ตั้งใจมาแต่ครูพามาเนื่องจากมีเวลาเหลือแต่ไม่มาก ใช้เวลาเดินอย่างรวดเร็ว จะหยุดอยู่ตรงลานงานวัดนานที่สุด บริเวณอื่น ๆ ไม่ได้สนใจมากนัก หากมีโอกาสจะกลับมาใช้บริการอีก

นุก (15)/ซูป (18) เพศชาย ซูปเคยมาแล้ว 2 ครั้ง ส่วนนุกมาเป็นครั้งแรก มาตามคำชวนของเพื่อน มากันทั้งหมด 11 คนสำหรับนิยามนั้น ซูปบอกว่า Classic หาดูยาก นุกบอกว่า โดนใจ ออกแนวเก่า ๆ โบราณ ชอบตรงทางเข้าดูแปลกตาดี ไม่เหมือนใคร และเน้นการถ่ายรูปตรงนี้เป็นพิเศษ (ซูป) สำหรับนุกแล้วชอบบริเวณงานวัด มีเกมส์ให้เล่น ทั้งยิงปืน ปาโป่ง ตักไข่ ซึ่งเกมส์เหล่านี้เค้าเคยเล่นตามงานวัดแถวบ้านซึ่งต้องรอเป็นปีกว่าจะมีการจัดงาน (จัดปีละครั้ง) แต่ที่นี่จัดได้ทุกวัน เคยไปตลาดน้ำแห่งหนึ่งที่สงขลาชื่อว่า ตลาดน้ำคลองแห ก็มีการขายของและมีบรรยากาศคล้าย ๆ นี้

¹ ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บแทนด้วยอายุของนักท่องเที่ยว

เช่นกัน หากวันหนึ่งเพลินวานหายไป คงรู้สึกเสียดายเพราะที่นี่น่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่ทำให้ความรู้และของในอดีตที่ไม่ค่อยได้พบเห็นบ่อยนัก เช่น ลูกข่าง หมากฝรั่ง ลูกอม รวมไปถึงโปสเตอร์หนัง ที่นี้จะรวบรวมไว้ให้ได้เห็นว่ามีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร ซึ่งตัวเขา (ซุป) เป็นคนชอบของแนวนี้อยู่แล้วดังนั้นจึงอยากให้เพลินวานอยู่นาน ๆ

กระต่าย (16)/ฟิล์ม (16) เพศหญิง มาเพลินวานเป็นครั้งแรกจากการชักชวนของเพื่อน ๆ ทราบข้อมูลจาก internet ในมุมมองของตนเองแล้ว เพลินวานมีความหมายว่า อดีต โบราณ ย้อนยุค (นุก) ขณะที่ ฟิล์ม ให้นิยามว่า โลกแห่งจินตนาการ ชอบบรรยากาศภายในเข้าไปแล้วมีของให้เดินดูหลายอย่าง มีทั้งของกิน ของฝาก ไม่เน้นการถ่ายรูป จะถ่ายบริเวณโซนงานวัดเท่านั้น ส่วนอื่น ๆ ไม่ได้ถ่าย หากวันหนึ่งเพลินวานหายไป คงรู้สึกเศร้าเพราะหาที่แบบนี้ได้ยาก หากเป็นตลาดน้ำยังพอมีหลายแห่งให้ศึกษาและเที่ยวชม แต่เพลินวานมีเพียงแห่งเดียว ไม่มีสาขา ดังนั้นจึงอยากให้เพลินวานอยู่ต่อและสร้างความแปลกใหม่และสืบต่อไปเรื่อย ๆ แม้ว่าจะเพิ่งมาเพลินวานเป็นครั้งแรกแต่ก็รู้สึกชอบและคิดถึงบรรยากาศที่เกิดขึ้น บรรยากาศเหล่านี้ทำให้นึกถึงตอนสมัยเด็ก ๆ ที่ได้ไปวิ่งเล่นและไปเที่ยวงานวัดกับพ่อ แม่ พี่ น้อง และเพื่อน ๆ

แป๊ะ (17)/เป๊ยก (18) เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มของมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม 6) แต่ไม่ได้บอกกับผู้วิจัยว่าเรียนอยู่ที่ไหน มาเที่ยวเพลินวานเป็นครั้งแรกสืบหาข้อมูลจาก internet ทั้งหมดนี้ช่วย ๆ กันตอบคำถามที่ผู้วิจัยถาม โดยที่ แป๊ะให้นิยามเพลินวานว่า ย้อนยุคแต่ทันสมัย ขณะที่เป๊ยกบอกว่า ของกินอร่อย ส่วนใหญ่เป็นคนชอบท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ และแนวอนุรักษ์ ของเก่า ๆ ไทย ๆ ความชอบของแต่ละคนก็แตกต่างกันไป ชอบของกิน โดยเฉพาะที่ร้านน้ำปลาหวานเจ๊สาลี (แป็ง) ชอบการตกแต่งร้านค้า (แป๊ะ) ชอบกิจกรรมที่ลานเพลิน งานวัด (กระแต เป๊ยก) หากเพลินวานต้องหายไปจะรู้สึกเสียดาย เพราะสถานที่ท่องเที่ยวจะลดลงไปอีกแห่ง ไม่ได้รู้สึกถึงอดีตที่หายไป ส่วนการถ่ายรูปนั้นทั้งหมดจะเน้นถ่ายที่ทางเข้าด้านหน้า ชั้นล่างที่มีโปสเตอร์เก่า ๆ และบริเวณงานวัด หากมีโอกาสก็จะกลับมาอีกครั้ง

อิกคิว (17) เป็นคนที่ชื่นชอบเทศกาลงานวัด มีความทรงจำดี ๆ เกี่ยวกับเทศกาลดังกล่าว โดย อิกคิวขยายความเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวให้ผู้วิจัยฟังหลังจากมีคำถามว่า “ที่หัวหินมีงานวัดบ้างไหม” มีนะครับ แต่เป็นงานประจำปีมากกว่า เป็นงานปิดทองฝังลูกนิมิตมากกว่า แต่ที่เพลินวานมีทุกวัน ไม่ต้องรอจนถึงเทศกาล มาแล้วรู้สึกอยากกลับไปเป็นเหมือนตอนเด็ก ๆ ที่พ่อแม่พาไปเที่ยวเล่นที่งานวัด ตอนแรกที่ได้ยินเพื่อนชวนยังไม่ค่อยรู้และเข้าใจว่า เพลินวานคืออะไร ก่อนมาก็มีความสงสัยอยู่เหมือนกัน พอเข้ามาแล้ว ก็รู้สึกชอบ บรรยากาศดีมาก ทำให้เรารู้สึกเพลินไปกับบรรยากาศเก่า ๆ ทำให้นึกถึงครอบครัว พ่อแม่พาไปป่าโมง ร้องบอกแม่ว่าอยากได้ตุ๊กตา ความรู้สึกเป็นอย่างนั้น อย่างนี้ต้องขอบคุณ ดริม นะที่ชวนมา ผมชอบถ่ายรูป วิวสวยดี จากคำมาขวเลย

(เนื่องจากเป็นคนผิวเข้มพอถ่ายรูปออกมาเลยขาวดูสว่างขึ้น) ถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีกครั้งเพราะชอบมาแล้วมีความสุข ยิ่งถ้าได้มากับเพื่อน ๆ แล้วจะมีความสุขและสนุกมากขึ้น

ใหม่ (18) มาเที่ยวเพลินวานครั้งแรกรู้สึกดี ไม่เสียใจเลยที่มาเที่ยวที่นี่ที่แรก เดินเข้ามามีร้านกาแฟ เดินเข้าไปพนักงานเป็นมิตร เดินต่อไปก็จะเป็นร้านขายของเล่น จะมีพวกขนมไข่ ของเล่น น้ำเต้าปูปลา ดิฉ่าย ลูกแก้ว แต่ราคาจะค่อนข้างสูง เพราะค่อนข้างหายาก เดินต่อมาเรื่อย ๆ จะมีนาฬิกา ขนม ร้านเพลง สากล เวลาเข้าไปถ่ายรูป แคบบอกว่า โปรโมทร้านให้พี่ด้วยนะ ลงเฟซบุ๊กให้พี่ด้วยนะ คนจะได้มาอุดหนุนที่ร้านเยอะ ๆ เพื่อนก็ซื้อทองม้วนแล้วก็แบ่งกันกิน มาดักไข่ ยิงปืน ปาลูกโป่ง สอยดาว ใหม่เป็นคนชอบถ่ายรูป จะถ่ายหลายมุมและหลายจุด ไม่ได้เน้นเฉพาะที่ใดที่หนึ่ง ติดตามเรื่องราวของเพลินวานผ่านทาง internet ประกอบกับเพื่อนชวนเลยมาเที่ยวพร้อม ๆ กัน รู้สึกสนุกและค่อนข้างชอบ เดิมเป็นคนชอบของแนวนี้อยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อมาเห็นสถานที่จริง ๆ แล้วไม่รู้สึกผิดหวังเลย ถ้ามีโอกาสก็อยากจะมาอีกมากับครอบครัว หรือ เพื่อนได้ทั้งนั้น แต่ถ้าเลือกได้ก็อยากจะมากับเพื่อน ๆ มากกว่า เพราะจะได้ถ่ายรูปกัน ส่วนถ้ามากับครอบครัวก็จะได้อีกอารมณ์ที่ไม่เหมือนกันแต่ก็น่าจะสนุกเหมือนกัน

ดริม (18) ชอบมาเลยคะ โดยเฉพาะของที่ระลึก เช่น แก้วน้ำ ขนม และ บรรยากาศงานวัด หนูเที่ยวบ่อยมากเลย เพราะใกล้บ้าน งานประจำปี เมื่อมาที่นี่แล้วทำให้หนูนึกถึงบรรยากาศที่บ้าน ที่ดู ๆ แล้วมีคน เชื้อคอินเยอะ ผู้วิจัยถามต่อว่า “เชื้อคอิน คืออะไรคะ ขยายความหน่อยคะ” เชื้อคอินคือ เวลามาถึง ถ่ายรูป แล้วเข้าไปกดตรงคำว่า เชื้อคอิน ในเฟซบุ๊ก แสดงว่าเรามาถึงสถานที่แห่งนี้แล้ว หนูชอบมากเลย ทองม้วนสด อร่อยมาก ราคาเป็นกันเอง ขนมเบี๊ยะก็อร่อยมาก เดินชมบรรยากาศก็โอเค มีร้านกาแฟให้นั่ง นักท่องเที่ยวก็เยอะคะ ดริม เป็นคนหนึ่งที่ชอบการเล่น internet เธอจะเข้าไปดูว่ามีใคร โพสต์ สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ใหม่ หรือ โพสต์ว่าอะไร ดริม เป็นคนชวนเพื่อน ๆ ทั้ง 4 คนมาในวันนี้ เธอเห็นข้อความที่นักท่องเที่ยวโพสต์เกี่ยวกับเพลินวานทำให้เธอมีความสงสัยและสนใจเป็นอย่างมากว่า เพลินวาน จะเป็นเช่นนั้นหรือไม่ เมื่อมาแล้วก็ไม่ผิดหวัง เธอรู้สึกสนุก และมีความสุขมาก ได้ถ่ายรูปกับเพื่อน ๆ ในหลายมุม หากมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และจะชวนเพื่อน ๆ กลุ่มเดิมมาเที่ยวด้วยกันเพื่อรำลึกความหลังว่า ครั้งหนึ่งเราเคยมาเที่ยวที่นี่ด้วยกัน

เฟรนด์ (18) ที่หนูชอบคือ ที่นี่มีความโบราณ ของเก่า ๆ ในอดีต พอเดินเข้ามาข้างใน เพลงเก่า ๆ เดินเข้ามาอีกจะมีของกิน มีขนมเบี๊ยะ มองภายนอกดูแคบ เล็ก ข้างในจะใหญ่ มีเกมส์ต่าง ๆ เช่น ปาโป่ง ใครอยากได้ก็ซื้อคูปอง ข้างบนจะเป็นร้านเหล้า แม่โขง มีซุ้มเพลง หนูมาที่นี่เป็นครั้งแรก เพื่อนชวนมา ไม่ค่อยรู้อะไรเกี่ยวกับเพลินวาน แต่เคยได้ยินและมีคนพูดถึงเพลินวาน เมื่อมาแล้วก็รู้สึกชอบ ตื่นตาตื่นใจดี มีความสุขคะ บรรยากาศข้างในดูดีมาก ซึ่งแตกต่างจากข้างนอกที่ดูธรรมดาเหมือนไม่มีอะไร แต่พอเข้ามาข้างในแล้วมีอะไรมากกว่าที่คิดไว้มาก หนูหายสงสัยแล้วว่าทำไมคนถึงพูดถึงเพลินวานกันเยอะมากในช่วงเปิดใหม่ ๆ ที่นี่ไม่ค่อยมีสถานที่แบบนี้ จะมีก็แต่ตลาดน้ำแต่ก็ไม่

เหมือนกัน ที่นี้ไม่ใช่ตลาดน้ำ แต่ก็คล้าย ๆ ตลาดนะหนูคิดอย่างนั้น ถ้ามีโอกาสก็จะมาอีกครั้งหนึ่ง ชอบบรรยากาศ ได้ถ่ายรูปกับเพื่อน ๆ ถ่ายหลายจุดไม่ได้เน้นจุดใดจุดหนึ่ง เพราะหนูว่าที่นี่มีมุมให้ถ่ายรูปเยอะดีค่ะ มาแล้วเพลินดี

พลอย (18) จากที่เดินดูหนูชอบหลายอย่างนะค่ะ แต่ที่ชอบมากที่สุดก็เป็น นาฬิกา เพราะชอบใส่นาฬิกา และก็มีเพลงเก่า ของกิน ก็เป็นไอติมทอดค่ะ ชอบพวกบรรยากาศ คนเยอะ ฝรั่ง ก็หลายคน น่าปลื้มใจว่าในหัวหินเรานักท่องเที่ยวเยอะ ก็อยากจะมาอีกถ้ามาเป็นกลุ่ม กับเพื่อน กับครอบครัว มีความสุขค่ะ ได้มากับคนที่สนิท และได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก รู้สึกชอบบรรยากาศ ไม่ได้คิดว่าเพลินวาน จะมีลักษณะแบบนี้ ตอนแรกที่ได้ยินคิดว่า เป็นแบบ เมืองโบราณ สถานที่ขายของ มีของหายาก ซึ่งนึกไม่ถึงว่าของจริงจะเป็นเรื่องเป็นราวขนาดนี้ มีโอกาสก็อยากมาอีกค่ะ ได้ทั้งมากับครอบครัวหรือมากับเพื่อน ๆ ที่สนิท หนูสนุกและมีความสุขมาก ๆ ค่ะ และอยากให้มีสถานที่แนว ๆ นี้เกิดขึ้นอีกในหัวหินเพราะหนูว่ามีประโยชน์นะค่ะ ได้ความรู้จากสิ่งของเครื่องใช้ที่บางที่เราไม่เคยเห็น หรือเกิดไม่ทันก็มีให้เห็นในนี้

ปกป้อง (19) เพศชาย อยู่ที่ปทุมธานี มาหลายครั้งแล้ว ครั้งนี้มากับครอบครัว ตั้งใจมานิยามที่ให้กับที่นี่คือ ความเก่า บรรยากาศดี มีสไตล์ มีร้านค้าที่น่าสนใจหลายร้าน โดยเฉพาะในโซนขายอาหาร และขนม จึงทำให้ที่นี่มีความหลากหลาย มาทุกครั้งก็จะไปดูร้านที่ชื่อว่า “ตุ๊กตุน” เป็นร้านที่ขายพวกตุ๊กตุน ของสะสม สำหรับเด็กผู้ชาย เช่น ตุ๊กตุน iron man ไอ้มดแดง ตัวต่อ ตัวต่อเป็นต้น ที่นี่มีของแปลก ๆ หายาก เช่น ตุ๊กตาบางตัวที่อื่นไม่มีแต่ที่นี่มี ราคาอาจสูงหน่อยแต่ก็สมกับความหายาก หากที่นี่ต้องหายไปจะรู้สึกว้าใจหายและไม่มีของเก่า ๆ ที่ชอบให้ดู เพราะของพวกนี้หาได้ยากเหมือนกันในยุคสมัยปัจจุบัน สำหรับการถ่ายรูปนั้นครั้งนี้ไม่ได้ถ่ายเพราะที่ผ่านมามีไปเยอะแล้ว ต้องการเพียงแค่มาดูของเท่านั้น

ปลาย (19) เพศหญิง มาครั้งนี้เป็นครั้งที่ 3 เพื่อนชวนมา มากันเป็นกลุ่มประมาณ 10 คน นิยามของเพลินวานคือ เมืองย้อนยุค เคยไปตลาดน้ำสี่ภาคที่พัทธสีมาเป็นการจำลองบรรยากาศที่เก่ากว่าเพลินวาน และรวบรวมตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อของแต่ละภาคมาไว้รวมกัน แต่ก็เน้นไปที่ของกินมากกว่า ขณะที่เพลินวานเองมีแถมมาให้ศึกษาและเรียนรู้สิ่งของรวมไปถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น (แม้ว่าจะเป็นบางส่วนก็ตาม) แต่ก็ผสมผสานเรื่อง ของกิน ของใช้ ที่ดูกลมกลืน สำหรับเพลินวานแล้ว ไม่ได้ชอบจุดไหนเป็นพิเศษส่วนการถ่ายรูปนั้นก็ไม่ได้เน้นเช่นกัน ก่อนจะมาเพลินวานนั้นคิดว่าพื้นที่น่าจะใหญ่และกว้างกว่านี้พอมาเห็นของจริงรู้สึกผิดหวังเล็กน้อย แคบเกินไป activity ก็มีน้อยเกินไป ถ้าต้องหายไปจริง ๆ ก็รู้สึกเฉย ๆ ไม่ได้รู้สึกอะไรมาก เนื่องจากเพลินวานไม่ได้มีความผูกพันหรือสัมพันธ์กับพื้นที่ของหัวหิน ไม่มีความเป็นประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ไม่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม ทุกอย่างล้วนถูกสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งก็เป็นเหตุผลทางการท่องเที่ยวเป็นหลัก

เต้ (19) เพศชาย มาที่นี่เป็นครั้งแรก มากับครอบครัว รู้จักเพลินวานจาก internet นิยามของเพลินวานคือ เดิน ชิลล์ ๆ ในบรรยากาศสบาย ๆ เคยไปตลาดจ๊กจั่นมาแตกต่างกันที่นั่นเน้นขายของมี design ของแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร แต่ที่เพลินวานเน้นความเก่า มีทั้งอาหารของฝาก รวมไปถึง กิจกรรมต่าง ๆ และมีเทศกาลงานวัด ชอบบริเวณโซนงานวัดมากเป็นพิเศษ จะใช้เวลาานกว่าส่วนอื่น ๆ และก็จะเน้นถ่ายรูปที่บริเวณนี้บริเวณเดียว ซึ่งจัดบรรยากาศได้ใกล้เคียงกับของจริงมาก หากเพลินวานต้องหายไปจริง ๆ คงรู้สึกเสียตายเป็นอย่างมากเนื่องจากว่า เพลินวานเหมือนเป็น hi-light ของหัวหิน เสียตายนบรรยากาศที่ตกแต่งได้เป็นอย่างดี ส่วนอดีตนั้นคงไม่ได้จายหายไปไหน อดีตก็ยังคงอยู่เหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 16 คน มีรายละเอียดดังนี้

มุก (21)/กระต่าย (21) เพศหญิง มาครั้งแรก มาเป็นกลุ่ม เป็นนักศึกษาอยู่ที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเจ้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มาทัศนศึกษาเสร็จจากที่นี่แล้วจะไป เวียดนาม รู้จักเพลินวานจาก internet และเพื่อน ๆ สำหรับนิยามของเพลินวานแล้ว มุกบอกว่า “คงจะเป็นของเก่า อดีตรวันวาน” ในขณะที่กระต่ายบอกว่า “ตลาดที่มีของเยอะ ๆ ” ชอบบริเวณร้านขายของจะหยุดอยู่นานมากเพื่อถ่ายรูปมีของที่หลากหลายดีทั้งเก่าและใหม่ผสมปะปนกัน เคยไปเดินที่อื่นมาบ้าง เช่น ตลาดน้ำอโยธยา ที่ตลาดน้ำจะแสดงวิถีชีวิต แต่ที่นี่จะเป็นการนำเอาของเก่า ๆ สัก 20-30 ปีก่อนมารวม ๆ กันแล้วตกแต่งพื้นที่ให้ดูเก่า ๆ ซึ่งก็ไม่ได้รู้สึกอะไรมากนักเทียบกับตลาดน้ำอโยธยาดูน่าสนใจมากกว่า หากเพลินวานหายไป ไม่ได้รู้สึกเสียตายเป็นหรือเสียใจแต่อย่างใด เพราะเพลินวานเองก็ไม่ได้แสดงเอกลักษณ์อะไรที่โดดเด่นของพื้นที่ออกมา ตลาดน้ำยังมีน้ำ มีเรือ แต่เพลินวาน มีแค่บ้านเรือนเก่า ๆ แต่ที่นี่มีขนม ของฝากที่น่าสนใจหลายอย่าง เช่น ขนมชีสเค้ก ขนมถั่วแฉะ ไอติมทอด ซึ่งของแบบนี้หากจะไปหาซื้อคงต้องไปหลายที่แต่มาที่นี่ทีเดียวได้ครบ ไม่ได้เน้นถ่ายรูปจุดใดเป็นพิเศษเพียงแค่เดินเล่นเดินดูของเท่านั้น

ทอม (21) เป็นผู้หญิงทำงานอยู่ที่หัวหินบริเวณเขาเต่า มาเที่ยวที่เพลินวานเป็นครั้งแรก เพื่อนชวนมา ทำงานที่มูลนิธิที่ดูแลเกี่ยวกับสุนัข นิยามเพลินวานคือ มีความโบราณทั้งร้านค้าและสินค้า เป็นคนชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เช่น ทะเล ป่าเขา ไม่ค่อยชอบแนวนี้สักเท่าไร เพื่อนชวนมาจึงมาด้วย รู้สึกตื่นเต้นที่ได้มาที่นี่ทำให้รู้และได้เห็นวิถีชีวิตบ้านเรือนต่าง ๆ ในอดีตแม้จะเป็นสิ่งสร้างขึ้นก็ตาม ถ้าเพลินวานหายไปจะรู้สึก น้อยใจ เพราะสถานที่นี้น่าสนใจมีอะไรให้เดิน ให้ศึกษา และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งค่อนข้างหาได้ยากในพื้นที่หัวหิน ไม่อยากให้หายไป อยากให้อยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยววนาน ๆ และจะแนะนำเพื่อน ๆ ให้มาเที่ยวกัน

น้ำตาล (22) เพศหญิง มาครั้งที่สอง มากันเป็นกลุ่มประมาณ 10 คน รู้จักเพลินวานจากการแนะนำของเพื่อน ไม่ได้ตั้งใจมาเพื่อนชวน สำหรับนิยามของเพลินวานคือ สถานที่ที่มี

บรรยากาศย้อนยุค เป็นคนชอบท่องเที่ยว ไปเที่ยวตลาดน้ำมาทั้งดำเนินสะดวกและอัมพวา ค่อนข้างมีความแตกต่าง ๆ กันเป็นอย่างมาก ตลาดน้ำทั้งสองเป็นของจริงมีพื้นที่ใหญ่กว่าของกินมากกว่า แต่เพลินวานให้บรรยากาศย้อนยุคมากกว่าเหตุผลของการมาที่นี่คือ ชื้อของฝาก ถ่ายรูป ชอบการจัดสถานที่โดยเฉพาะร้านค้าต่าง ๆ ในเพลินวานซึ่งมีการจัดพื้นที่แบบลงตัวและน่าสนใจ ทำให้มีบรรยากาศย้อนอดีตไม่ได้เน้นการถ่ายรูปเท่าไรนัก ถ่ายเฉพาะในจุดที่สนใจ เช่น ทางเข้า ร้านดอกบัวพานิช ชิงช้าสวรรค์ เป็นต้น หากต้องหายไปจะรู้สึกเสียดายเพราะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของหัวหิน มีบรรยากาศที่น่าถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึกซึ่งหาได้ไม่มากนักที่หัวหิน

นา (22) เพศหญิง เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ มาท่องเที่ยวเป็นกรุป (ดูจากเสื้อวอร์มแล้วปักอักษรว่าราชภัฏแต่ไม่แน่ใจว่าเป็นราชภัฏที่ไหน) มาที่นี่เป็นครั้งแรก รู้สึกตื่นเต้น ที่กระบี่ไม่มีแบบนี้ ที่กระบี่เริ่มมีตึก มีคอนโด มากขึ้น ไม่เคยรู้จักเพลินวานมาก่อนแต่ก็พอทราบจากเพื่อน ๆ และครูที่พามาอย่างคร่าว ๆ ว่าเพลินวานเป็นอย่างไร เมื่อมาแล้วก็มีคำตอบว่า “เป็นพื้นที่ที่แสดงของเก่า ๆ โบราณ มีของกิน มีของขาย มีของที่ระลึก” ไม่ได้รู้สึกผูกพันกับอดีตหรือสิ่งของเหล่านั้นมากนัก เพราะบางอย่างก็ไม่เคยเห็น แต่รู้สึกถึงบรรยากาศเก่า ๆ เพียงเท่านั้น ชอบถ่ายรูปและถ่ายรูปไปหลายจุด ไม่ได้เน้นตรงไหนเป็นพิเศษ ถามว่าถ้าเพลินวานหายไปรู้สึกอย่างไร นา ตอบว่า “เด็กรุ่นหลัง (จากเค้า) จะไม่รู้จักของเหล่านี้ จะไม่รู้จักวิถีชีวิตแบบโบราณ” ถ้าเป็นไปได้ก็อยากให้อยู่ต่อไปแล้วจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

อิสราภรณ์ (23)/ศรียรัตน์ (24) มาท่องเที่ยวกัน 2 คน เป็นเพื่อนกันชวนกันมา โดยมาที่นี่เป็นครั้งแรก ไม่ได้ตั้งใจจะมาเพลินวานแต่ระหว่างที่มาทำธุระและมีเวลาเหลือไม่รู้ทำอะไร และที่นี่ก็ไม่ไกลจากตัวเมืองจึงชวนกันขับรถมาเพื่อมาเดินเล่น ทราบข้อมูลของเพลินวานจาก internet สำหรับนิยามที่ให้กับที่นี่คือ “เพลิน ๆ เดินชิลล์ ๆ (อิสราภรณ์)” และ “สถานที่จำลองของเก่า ๆ (ศรียรัตน์)” ตัวเค้า (ศรียรัตน์) กับเพื่อนสนิทชวนกันไปเที่ยวที่ ตลาดน้ำอัมพวา มาก่อน แต่ละที่มีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน อัมพวา มีของจริง พื้นที่ริมน้ำ มีร้านขายของ มีเรือ มีบ้านเรือน ในขณะที่เพลินวาน สร้างขึ้น แต่ก็สร้างได้ดีทีเดียว ได้บรรยากาศเก่า ๆ รู้สึกได้ดีกว่า ที่นี่มีของ จุกจิกมากกว่า ส่วนตัวแล้วชอบที่นี่มากกว่า (ทั้งสองตอบเหมือนกัน) ชอบโดยรวมของทั้งหมดที่นี่ ไม่ได้ชอบเพียงจุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษ ถามว่าถ้าหายไป ก็ความรู้สึกเสียดายและใจหาย ที่นี่ได้ทั้งท่องเที่ยวและได้ทั้งภาพของอดีตไปพร้อม ๆ กัน และจะถ่ายรูปตรงบริเวณทางเข้าเท่านั้น เพราะดูแปลกและได้บรรยากาศความเก่าดี

แพร (24) เพศหญิง มากับแฟน รู้จักเพลินวานจาก internet มาที่นี่เป็นครั้งแรกและตั้งใจมาวันนี้หยุดงานเลยชวนแฟนมาด้วย เป็นคนชอบถ่ายรูปถ่ายตั้งแต่ทางเข้า ร้านค้า ลานเทศกาล รวมไปถึงด้านล่างที่มีโปสเตอร์หนังเก่า ๆ ตั้งใจมาถ่ายรูปเพื่อ upload ใน fb สำหรับนิยามของเพลินวานนั้น “อยากเพลินต้องมาเพลินวาน” เป็นคนชอบท่องเที่ยว ไปมาแล้วทั้งเขียงคาน อัมพวา ดำเนินสะดวก ตลาดน้ำหัวหิน ชอบตลาดน้ำอัมพวามากที่สุด ของกินเยอะกว่าและสถานที่ท่องเที่ยว

หลากหลายกว่า ก่อนมาจินตนาการว่าจะใหญ่กว่านี้ (ดูจากในรูป) หลังจากมาแล้วมีความประทับใจ เช่นกัน บ้านเรือนที่สร้างขึ้นทำให้เหมือนอยู่ในหมู่บ้านชนบท มีระเบียบไม่ มีของโบราณสมัยก่อน เช่น แก้วอัดตมทรงโบราณ ร้านแม่โขงที่อยู่บนชั้นสอง แม้แต่ห้องน้ำก็ตกแต่งให้ดูเก่า เช่นกัน หากมีโอกาส ก็จะกลับมาอีกครั้งเพื่อดูความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

มะเหมี่ยว (24)/โบว์ (25) เพศหญิง มากัน 6 คน มาครั้งแรก ชวน ๆ กันมา หาข้อมูลจาก internet ว่าไปหัวหินไปเที่ยวไหนดี ก็มีหลายคนแนะนำที่เพลินวาน ไม่ได้ตั้งใจ เป็นทางผ่านเลยแวะมาดูก่อนเดินทางกลับกรุงเทพฯ ถ้าให้นิยามแล้ว เพลินวาน คือ สถานที่ที่สร้างขึ้นให้ดูเหมือนจริง เก่าจริง มีทั้งสิ่งของ เครื่องใช้ ของกิน และเกมส์ เป็นเหมือนแหล่งรวมทุกอย่างที่เกี่ยวกับอดีต (มะเหมี่ยว) ในขณะที่ โบว์ กล่าวเพียงสั้น ๆ ว่า เก่าดี มีสไตล์ เมื่อถามว่าชอบส่วนไหนเป็นพิเศษ มะเหมี่ยวบอกชอบตรงของกินและของใช้ เช่น เสื้อผ้าที่ดูหลากหลายไม่ได้มีแค่ของเก่า ๆ เท่านั้น ของใหม่ ๆ รวมสมัยก็มีให้เห็นเช่นกัน ส่วนโบว์ชอบตรงทางเดินเข้าที่เป็นเหมือนช่องใหญ่ ๆ ที่ดูเก๋ไก๋ ไม่น่าจะมีความหมายอะไรแต่ก็ดูแปลกตาดี และก็ต้องถ่ายรูปบริเวณนั้นไว้เป็นที่ระลึก บริเวณงานวัดก็น่าสนใจอยู่ไม่น้อย มีการจำลองบรรยากาศให้เหมือนงานวัดในสมัยก่อน แต่ร้อนมาก ตอนกลางคืนน่าจะเย็นสบายและน่าเดินมากกว่านี้ ถ้าเพลินวานหายไปคงไม่ได้รู้สึกอะไรมากเพราะรู้ว่าเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นแบบมีจินตนาการ คงไม่ได้มีความสำคัญอะไรมากนัก นักท่องเที่ยวก็คงหาแหล่งท่องเที่ยวอื่นต่อไป

ยู้ย (27) เพศหญิง มากัน 2 คนกับน้องสาว มาครั้งแรก หาข้อมูลเกี่ยวกับเพลินวานจาก internet เคยขับรถผ่านหลายครั้งแต่ไม่เคยแวะ ครั้งนี้พอมีโอกาสและพอมีเวลาเลยชวนกันแวะเดินเล่น ถามถึง นิยามของเพลินวานแล้ว น่าจะเป็นสถานที่โรแมนติก สนุกสนาน มีชีวิตชีวา และก็มีของที่หลากหลาย ไม่ใช่แค่ของเก่า ๆ เท่านั้น ยังมีของกิน ของใช้ ของฝาก ของที่ระลึกวางขายอยู่หลายอย่าง ชอบไปทั้งหมดคือมองภาพรวม ๆ ไม่ได้ชอบหรือเน้นจุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นคนชอบท่องเที่ยวแนวนี้ ไปมาทั้งตลาดสามชุกที่สุพรรณบุรี ตลาดน้ำคลองสวน 100 ปี แต่ก็รู้สึกชอบที่นี้นะ แม้จะเป็นการสร้างขึ้นก็ตาม ไม่ได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับปลอม หรือจริง แต่เมื่อเข้ามาแล้วกลับมีความรู้สึกชอบในบรรยากาศมากกว่า สำหรับการถ่ายรูป จะถ่ายตรงบริเวณทางเข้า ที่ดูแปลกตาดี ไม่เหมือนใคร ไม่ใช่ความสวย แต่เป็นความน่าสนใจมากกว่า น่าค้นหา ชอบที่นี่ตรงที่มีความหลากหลาย ไม่ซ้ำซากจำเจ และมีสิ่งที่น่าค้นหาซึ่งตรงนี้อาจจะเป็นเสน่ห์ของเพลินวาน

ขวัญ (27) เพศหญิง มาครั้งแรก มากันเป็นกลุ่มทราบดีรายละเอียดเพลินวานจาก internet นิยามที่ให้คือ ของเยอะ น่ารัก เป็นที่ที่มีมุมให้ถ่ายรูปเยอะมากทั้งด้านหน้า ด้านใน ด้านบน รวมไปถึงด้านล่างด้วยเช่นกัน ส่วนตัวแล้วชอบหลาย ๆ จุดในที่นี้ ไม่ได้เน้นจุดใดเป็นพิเศษ เป็นคนชอบท่องเที่ยว เคยไปที่ตลาดสามชุก บรรยากาศของเพลินวานคล้ายกับบรรยากาศของตลาดสามชุก แต่แตกต่างกันตรงที่ เพลินวานเป็นตลาดที่ถูกสร้างขึ้น ไม่มีของจริงรองรับ แต่ก็ชอบทั้งสองที่น่าสนใจไปคนละแบบ หากวันหนึ่ง เพลินวานหายไป จะรู้สึกเสียดาย เพราะสถานที่เช่นนี้ค่อนข้างหายากและ

มีอยู่ไม่มาก ดังนั้นจึงมีมุมมองว่าเป็นสถานที่ที่มีประโยชน์เพื่อการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแม้ว่าจะเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นก็ตาม

ป๊ม (27) เพศหญิง มากับแฟน มาเพลินวานเป็นครั้งแรก รู้สึกประทับใจ ทราบเรื่องราวจาก internet ให้นิยามเพลินวานว่า เก๋ ๆ โบราณ สวยงาม แปลกตา ส่วนตัวแล้วชอบพวกเสื้อผ้าเครื่องประดับ ซึ่งเห็นอยู่หลายร้านทั้งข้างบนและข้างล่าง ไม่ได้เน้นการถ่ายรูปที่จุดไหนเป็นพิเศษ ชอบหลายจุด ชอบตรงบรรยากาศรู้สึกว่าจะเข้ามาแล้วเหมือนอยู่อีกโลกหนึ่ง ถ้ามีโอกาสก็จะมาอีกครั้ง เดินเล่นสบาย ๆ ถ้าเพลินวานหายไป ก็รู้สึกเสียใจแต่ก็ได้ไม่มากเพราะเข้าใจว่าสิ่งนี้คือการสร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวและเป็นธุรกิจ ซึ่งก็ไม่แน่นอน ส่วนเรื่องความเป็นอดีตที่ผูกพันกับสถานที่นั้นมองว่าไม่ได้รู้สึกว่าจะหายไปไหน อดีตยังคงอยู่ สิ่งที่ย้ายคือ เพลินวานมากกว่า เพราะอดีตมาได้เกี่ยวโยงผูกพันกับเพลินวาน แต่เพลินวานกลับนำอดีตมาผูกโยงให้เกี่ยวข้องกับพื้นที่มากกว่า ดังนั้นเมื่อเพลินวานต้องหายไปคิดว่าต้องมีสถานที่ใหม่เกิดขึ้นมาทดแทน

เปียร์ (28) เพศชาย มาเพลินวานครั้งที่สอง มากับแฟน ชอบบรรยากาศที่นี่เพราะทำให้นึกถึงช่วงเวลาในสมัยเด็ก โดยเฉพาะบริเวณงานวัดจัดได้ดีมาก ถ้าจะให้นิยามแล้ว ขอให้สั้น ๆ ว่า เก๋ ดี น่าสนใจ มาครั้งนี้ถ่ายรูปนิดหน่อยตรงบริเวณทางเข้าและบริเวณงานวัด ไม่ได้เน้นมากเท่าไร ถ่ายไปเรื่อย ๆ ตามความพอใจ ชอบบริเวณที่มีโชนัลดโบราณ เพราะเป็นคนชอบเรื่องรถเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อมีรถเก๋ ๆ มาโชนัลดจึงมีความสนใจเป็นอย่างมาก หากถามว่าเพลินวานหายไปจะรู้สึกอย่างไร คงไม่รู้สึกเสียใจอะไรมากนัก แต่จะรู้สึกเสียใจมากกว่า เพราะที่นี่น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งที่น่าสนใจ มีเรื่องราวให้เดินดูได้พอสมควร บรรยากาศก็ดี ยิ่งได้มากับแฟนแล้วยิ่งสนุกใหญ่เพราะแฟนก็ชอบแนวนี้เหมือนกัน หากเป็นไปได้ก็ไม่อยากให้เพลินวานหายไป เพราะอยากเก็บไว้เป็นที่เดินเล่นชิลล์ ๆ

สุริย์พร (28) เพศหญิง มากันสองคนกับเพื่อนชาย ทราบเรื่องราวของเพลินวานจาก internet มาครั้งนี้เป็นครั้งที่สอง และตั้งใจมาให้นิยามเพลินวานว่า สวยแปลกตา เหมือนอดีตสมัยก่อน ชอบที่นี่ดูแปลก โดดเด่นและไม่เหมือนใคร จนต้องถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึก ถ่ายเฉพาะด้านหน้าเท่านั้น ส่วนด้านในไม่ได้ถ่ายเพราะรู้สึกเฉย ๆ ถ้าเพลินวานหายไปจะรู้สึกเสียใจเพราะสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีอยู่น้อยมาก ที่นี่ค่อนข้างแตกต่างจากตลาดน้ำหัวหินสามพันนามตรงที่ที่นี่มีการคัดเลือก คัดสรร ร้านค้า ร้านอาหาร ขนม ของฝาก เช่น ขนมถังแตก ผัดไทยโบราณ ที่ดูแปลกดี และเป็นคนที่ชอบท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์ของเก่า แนวโบราณเก๋ ๆ ตลาดโบราณทั้งสามชุกและอัมพวา ไปมาหมดแล้ว ถ้าเพลินวานหายไป รู้สึกเสียใจ เพราะสถานที่แบบนี้มีอยู่ไม่มากโดยเฉพาะที่หัวหิน ซึ่งแต่ละแห่งก็มีรูปแบบไม่ซ้ำกัน ดังนั้นหากจะหายไปจริง ๆ ก็จะทำให้ทางเลือกของนักท่องเที่ยวลดลงโดยเฉพาะวันอาทิตย์เวลาต้องกลับกรุงเทพฯ ก็จะมาเที่ยวก่อนกลับสักครั้งถึงหนึ่งชั่วโมงถ้าพอมีเวลา

เปียร์ (28)/ตัง (30) เพศหญิง มากัน 4 คน เปียร์มาครั้งแรก ตังมาครั้งที่สอง ทราบเรื่องเพลิวานจากการบอกเล่าปากต่อปาก และหาข้อมูลผ่าน internet เพื่อหารายละเอียดเพิ่มเติม หากจะให้นิยามหรือความหมายของเพลิวานแล้ว ดูจะค่อนข้างนิยามยากแต่เอาเป็นว่า สั้น ๆ คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ราคาไม่แพง จับต้องได้ มาเดินแล้วราคาไม่สูงมากพอรับได้ ตกแต่งสวยดี เป็นคนชอบถ่ายรูปจะถ่ายตรงจุดที่เป็นสะพานแล้วเห็นวิวด้านหลัง ให้ติดทั้งคนและติดทั้งวิวที่เป็นภูเขา (เปียร์) ขณะที่ตังบอกว่า เพลิวาน เป็นสถานที่บอกเล่าเรื่องราวในอดีตผ่านข้าวของ เครื่องใช้ ประกอบกับต้องมีจินตนาการของนักท่องเที่ยวผสมเข้าไปด้วย สำหรับตนเองแล้วจะถ่ายรูปตรงทางเข้าเท่านั้น บริเวณอื่น ๆ ดูไม่ค่อยน่าสนใจเท่าไร หากเพลิวานหายไปก็รู้สึกอะไรมาก ก็ไปเดินที่ใหม่ หาแหล่งเที่ยวใหม่ซึ่งเริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เปียร์บอกว่าเสียดายที่ต้องหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่นี้ก็ดูดีและน่าสนใจ ถ้าเลือกได้ก็อยากให้อยู่ต่อไป

บอล (30) เพศชาย มากับเพื่อนอีก 2 คน มาครั้งแรก สืบหาข้อมูลจาก internet ตั้งใจมา เพราะดูข้อมูลแล้วมีความน่าสนใจ ส่วนตัวเป็นคนชอบอะไรแนวนี้อยู่แล้ว ชอบเป็นพิเศษก็ตรงที่เป็นงานวัด เพราะจัดพื้นที่ที่น่าสนใจ มีชิงช้าสวรรค์ หนังกาแปลง สาวน้อยตกน้ำ (เปิดเฉพาะช่วงที่มีเทศกาล) และเกมส์ต่าง ๆ เช่น ยิงปืน ปาโป่ง กิจกรรมเหล่านี้ถือเป็นสีสันของงานวัด และสร้างชีวิตชีวาให้กับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี หากจะให้นิยามความเป็นเพลิวานแล้ว คงจะหมายถึง การผลิตเพลิวานถึงสิ่งที่เกิดขึ้นของวันวานที่ผ่านมา ซึ่งก็น่าจะเป็นเช่นนั้น มีแต่กิจกรรมสนุกสนานที่เกิดขึ้นไม่ค่อยได้ถ่ายรูปมากนักจะถ่ายก็เพียง 2-3 ที่ มีบริเวณงานวัด และชั้นล่างที่เป็นโปสเตอร์หนังที่เป็นรูปล้อเลียน 4 เต่าทอง (4 เต่าเธอ) มีสิ่งหนึ่งคือ ไอติมหลอดที่วางขายอยู่ด้านหน้าจำได้ว่าเคยซื้อเมื่อตอนเด็ก ๆ แท่งละ 2 บาทแต่ที่นี้ขาย 10 บาท แพงเกินเลยไม่ได้ซื้อ หากเพลิวานหายไปนักท่องเที่ยวอาจลดลงเพราะแหล่งท่องเที่ยวหายไป 1 แห่ง สำหรับผมแล้วอยู่หรือหายไปสำคัญเท่ากันมีสาระสำคัญอะไรที่น่าเสนอให้นักท่องเที่ยวชมมากกว่า

แอน (30) เพศหญิง มาครั้งแรกมากับแฟน ไม่ได้ตั้งใจมา มาทำงานอยู่ที่หัวหินหลายปี แต่ก็ไม่ได้คิดที่จะมา เคยผ่านไปผ่านมาหลายครั้ง แต่ครั้งนี้แฟนชวนมาเลยมา ในความคิดส่วนตัวแล้วเพลิวาน ก็คือสถานที่ท่องเที่ยวแนว vintage ที่มีอยู่น้อยมากในปัจจุบัน หลายแห่งที่เกิดขึ้นมักตั้งชื่อตามสถานที่ต่างประเทศ มีที่เพลิวานที่นี้ที่ยังคงความเป็นอดีตของไทยไว้ (ตลาดน้ำหัวหินสามพันนามอีกแห่ง) ส่วนตัวแล้วพอมาเดินกลับชอบและรู้สึกดีมีหลายอย่างที่น่าสนใจ ทั้งลานเพลิวานของกิน ของใช้ ของฝาก มีให้เลือกหลากหลาย จุดที่สนใจและหยุดอยู่นานคือบริเวณของกิน เช่น ไอติมทอด ขนมหังเต็ม น้ำปลาหวานสูตรโบราณ เป็นต้น รสชาติดี และบริเวณที่ถ่ายรูปมากเป็นพิเศษคือ บริเวณทางเข้า และบริเวณงานวัด เพราะดูแปลกตาดีอยู่ ๆ ก็ยกงานทั้งงานมาไว้ที่นี้ ไม่ต้องไปที่วัด ถ้าเพลิวานหายไป สำหรับคนที่เคยมาแล้วก็อาจจะไม่เป็นไรเพราะเคยมาดูมาเห็นแล้ว แต่ถ้าคนไม่เคยมา ก็จะไม่มีความรู้ที่ให้อะไร หรือให้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยรวมคือรู้สึกเสียดาย

แอน (30) เพศหญิง มาครั้งแรกมากับเพื่อน ๆ ประมาณ 4 คน หาข้อมูลจาก internet ตั้งใจมา อยากมาดูของจริงว่าเป็นอย่างไร เหมือนกับที่โพสต์ลงใน comment หรือไม่ หลังจากมาดูแล้วก็โอเคไม่ได้น่าเกลียด แม้จะเป็นการสร้างขึ้นให้ดูเก่า ก็ได้บรรยากาศความเก่าอยู่ ถ้าจะให้ให้นิยามหรือให้ความหมาย คิดว่า เฟลีนวานน่าจะเป็นแหล่งรวมความเก่า ความหลากหลาย ของแต่ละยุคแต่ละสมัย ซึ่งก็มีอยู่ไม่มากนักในหัวหิน แหล่งท่องเที่ยวแนวนี้สามารถเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี บริเวณที่ชอบเป็นพิเศษคือ ร้านค้าตามรถเข็น ที่จะมีของแปลก ๆ เช่น ไอติมทอด โมจิ กุ้ยช่ายโบราณ รสชาติใช้ได้เลยทีเดียว ส่วนจุดที่ถ่ายรูปก็มีสองจุดที่สนใจคือ บริเวณทางเข้าและบริเวณสะพานด้านใน ถ่ายทั้งมุมที่มองเข้าด้านในและมุมที่มองออกด้านนอก ถ่ายทั้งคนทั้งวิว หากเฟลีนวานหายไปก็รู้สึกเสียดายเพราะเปิดมานานคนมาหัวหินก็มักจะนึกถึงเฟลีนวาน หากหายไปนักท่องเที่ยวคงจะรู้สึกเหมือนมาไม่ถึงหัวหินอะไรประมาณนั้น

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 10 คน มีรายละเอียดดังนี้

สุ (31) เพศชาย มากับแฟน มาจากจันทบุรีมาครั้งแรก ไม่ได้ตั้งใจมาแฟนชวนเลยมาเป็นเพื่อน ตอนแรกคิดว่าที่นี่เป็นร้านนั่งชิลล์ พอมาเห็นของจริงเป็นพวกของย้อนอดีต ของเก่า ของโบราณ เช่น แมวขง ลูกข่าง หมากฝรั่ง น้ำ เต้า ปู ปลา เป็นต้น นิยามที่ให้อคือ บรรยากาศเก่า ๆ คลาสสิก เฟลิดเฟลีนกับเมือวาน มาแล้วก็ชอบสามารถจัดเรียงสถานที่ สินค้า ได้อย่างน่าสนใจ ส่วนตัวเป็นคนชอบอะไรที่คลาสสิก แนวอนุรักษ์ ของเก่า ๆ เช่น พวกงานวัด เพลงลูกทุ่ง เป็นต้น หากวันหนึ่งเฟลีนวานต้องหายไปก็ไม่ได้รู้สึกอะไร เพราะเข้าใจว่า เป็นธุรกิจ และเป็นธุรกิจที่ประยุกต์ซึ่งในระยะแรกอาจเป็นที่สนใจแต่อยู่ไปนาน ๆ ความแปลกใหม่ในวันนั้น อาจไม่ใช่ความแปลกใหม่ในวันนี้ และกระแสความนิยมอาจเปลี่ยนแปลงไป เท่าที่สังเกตดูเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มีการปรับตัวทั้งสถานที่และนักท่องเที่ยว

วิ (32) เพศหญิง มาเฟลีนวานหลายครั้ง มาพร้อมกับสามี วิไม่ค่อยจะมีข้อมูลเกี่ยวกับเฟลีนวานมากนัก ทราบเพียงแค่ว่าเป็นสถานที่เก่า ๆ มีของ ขนมห โบราณ โดย วิ แสดงทรรศนะ เกี่ยวกับเฟลีนวาน ว่าโดยส่วนตัวแล้วเค้ามักจะไม่ค่อยได้อินกับสิ่งเก่า ๆ เหล่านี้มากเท่าไรเนื่องจากว่าวิเป็นคนทีมาจากภาคอีสานและฐานะทางบ้านก็ไม่ได้ร่ำรวย อาศัยอยู่ตามชนบทเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นของบางอย่างที่วางขายเค้าก็ไม่รู้จักเลย แต่ก็จะมีบางอย่างที่พอจะคุ้น ๆ เช่น พวกลูกข่าง หน้ากากเด็กเล่นปองแปง เป็นต้น แต่เมื่อเข้ามาเดินแล้วก็ให้บรรยากาศและความรู้สึกเหมือนอยู่ในอดีต อาจเป็นเพราะสภาพร้านค้าต่าง ๆ ที่ดูเก่ารวมไปถึงข้าวของที่ใช้ประดับตกแต่งซึ่งเมื่อรวม ๆ แล้วก็ให้ความรู้สึกได้เช่นกัน หากเฟลีนวานต้องหายไป วิกล่าวเพียงสั้น ๆ ว่า น่าเสียดาย

น้อง (32)/น้ำ (34) เพศหญิงมาเฟลีนวานหลายครั้ง และครั้งนี้ตั้งใจมา มากับเพื่อน ๆ ที่สนิทกัน 5 คน หาข้อมูลเฟลีนวานจากทาง internet น้องให้นิยามของที่นี่คือ โบราณ ของเก่า อดีต

ชอบที่นี้มาแล้วมีความสุข นึกถึงภาพของอดีตมาทุกครั้งก็นึกถึงทุกครั้ง นอกจากชอบบรรยากาศในนี้แล้ว ยังชอบร้านขายของเก่า ๆ เช่น ดอกบัวพานิช ร้านถ่ายรูปชั้นล่าง เห็นแล้วนึกถึงสมัยอดีตที่ยังวิ่งเล่นอยู่ที่ชนบทกับเพื่อน ๆ ที่อื่นไม่ค่อยมีร้านขายของเก่า ๆ แบบนี้ หากเพลินวานต้องหายไป จะรู้สึกเสียดาย เพราะที่นี้เป็นแหล่งรวมนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งชาวยุโรป เอเชีย ขณะที่ น้ำกล่ำว่า หากที่นี้หายไปไม่ได้รู้สึกอะไร เเฉ ๆ เพราะถ้าหายไปนักท่องเที่ยวก็สามารถไปเที่ยวที่อื่นได้เช่นกัน เช่น ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ที่นั่นก็มีของกินที่หลากหลายเช่นกัน ถ้าให้เปรียบเทียบกันจะชอบที่เพลินวานมากกว่า เพราะที่นี้จะมีบรรยากาศที่อบอุ่นและคล้ายกับอดีตมากกว่า

จิก (33) เพศชาย มาเพลินวานหลายครั้ง ทราบข้อมูลจาก internet และแผ่นพับของททท โดยจิกกล่าวกับผู้วิจัยว่า “ผมมาที่เพลินวานไม่ค่อยบ่อยในระยะหลัง เนื่องจากที่ หัวหิน เริ่มมีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เปิดขึ้นมากมายเทียบกับ 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552-2557) แต่มาที่ครั้งก็รู้สึกชอบ ทำให้รู้สึกถึงสิ่งเก่าที่เคยเกิดขึ้นแม้จะไม่ใช่อะไรจริงก็ตาม ผมย้ายมาอยู่ที่หัวหินราว ๆ ต้นปี พ.ศ. 2552 พร้อมกับครอบครัวเพราะได้รับชักชวนจากเพื่อนคนหนึ่ง หากพูดถึง เพลินวาน แล้วผมว่าในช่วงเวลาที่เปิดใหม่ ๆ (ปลายปี พ.ศ. 2552) ผมยังจำได้แม่นเลย คนเยอะมาก เสาร์ อาทิตย์ ไม่ต้องพูดถึง แทบจะเข้าไม่ได้เลย วันธรรมดาที่แน่น ยิ่งช่วงเทศกาลและปลายปียิ่งแล้วใหญ่เข้าไม่ได้เลย ที่นี้เค้าชอบจัด มินิ คอนเสิร์ต ศิลปินดัง ๆ มา จำได้ว่าเมื่อปีหรือสองปีก่อนจะมีวง นูโว บางทีก็มี บุรินทร์ ที่ร้องเพลง เพลินวาน มาเปิดคอนเสิร์ต แต่ขายบัตรนะครับ ขนาดขายบัตรคนยังเยอะเลย พูดถึงที่นี้เค้ามักชอบจัดกิจกรรมอยู่เสมอ เช่นครั้งล่าสุด มีการจัดกิจกรรมโชว์สุนัข (Dog Show) ซึ่งผมก็ไปมานะคนก็เยอะพอสมควร” (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557) หากเพลินวานต้องหายไปจริง ๆ ก็คงคิดถึง เพราะว่าเป็นที่ที่ชวนสนใจและเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับผมและลูกครับ

หลิง (35) เพศชาย มาที่นี้ 2-3 ครั้ง ครั้งนี้มากับครอบครัวมา 6 คน รู้จักเพลินวานจากทาง internet พี่เพื่อน ตามลำดับ นิยามของเพลินวาน ชื่อก็บอกตรงตัวอยู่แล้ว นึกถึงวันวานเป็นที่รวบรวม lifestyle การกิน การใช้ชีวิต ชอบบรรยากาศ ความรู้สึกที่เหมือนได้ย้อนไปในอดีตอีกครั้งหนึ่ง ไม่ได้ชอบส่วนไหนเป็นพิเศษ ชอบในภาพรวมของทั้งหมด ไม่ได้ตั้งใจที่จะมา เป็นทางผ่านจึงแวะมาก่อนกลับกรุงเทพฯ หากเพลินวานหายไปก็ไม่ได้รู้สึกอะไรเป็นพิเศษ เพราะเข้าใจว่าส่วนหนึ่งก็เป็นธุรกิจ อยู่รอดไม่รอดก็น่าจะขึ้นอยู่กับความนิยมว่าจะมีมากเท่าไร หากได้รับความนิยมน้อยก็อาจจะไม่รอด หากได้รับความนิยมมากก็อยู่รอดได้ แต่ลึก ๆ แล้วเชื่อว่าคงไม่หายไปและน่าจะอยู่รอดแต่คงต้องปรับตัวไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมากกว่า

กิตติวัฒน์ (36) เพศชาย มาครั้งแรก มากันสองคนกับแฟน รู้จัก เพลินวานทาง fb นิยามที่ให้คือ “รู้จักวันเก่าย้อนวันวานประมาณตอนเด็ก ๆ (7-10 ขวบ)” ชอบที่นี้เพราะทำให้รู้สึกถึงบรรยากาศเก่า ๆ ในอดีต ซึ่งตนเองมีอดีตที่น่าประทับใจ ได้วิ่งเล่นกับเพื่อน ๆ ได้ไปเดินตามงานวัดกับพี่น้อง ถ้าที่นี้หายไปจะรู้สึกเศร้า เพราะไม่มีที่ให้ย้อนอดีตเช่นนี้อีก โดยเฉพาะเทศกาลงานวัด ที่มาได้

ทุกวันโดยไม่ต้องรอเป็นปีหรือช่วงเทศกาล ชอบโฆษณาขายของกิน ของเล่น และขนมทำให้นึกถึงตอนเด็ก ๆ สำหรับการถ่ายรูปนั้นถ่ายแบบทั่ว ๆ ไป ไม่ได้เน้นจุดใดเป็นพิเศษ และถ่ายทั้งคนและวิวรวมถึงฉากหลังให้ติดบรรยากาศของเทศกาลงานวัดและผู้ที่เดินผ่านไปมา เป็นคนชอบท่องเที่ยว ไปในที่ใหม่ ๆ และน่าสนใจ

รัชกฤต (37) เพศชายผิวขาว มาเที่ยวเพลินวานเป็นครั้งแรก โดยมากับครอบครัว มาทั้งหมดจำนวน 4 คน มีเด็กรวมอยู่ด้วย 1 คน รู้จักเพลินวานจากคนในครอบครัว มีการชักชวนกันมาเที่ยว โดยให้นิยามของเพลินวานว่า เป็นเหมือนตลาดเก่า มีประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยว โดยได้ไปท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยามาก่อน แต่ชอบที่ เพลินวาน มากกว่าเนื่องจากมีบรรยากาศย้อนยุคมากกว่า เคยขับรถผ่านเพลินวานหลายครั้งแต่ไม่ได้แวะมาเที่ยว มาครั้งนี้เลยตกลงกัน และแวะเที่ยวก่อนกลับกรุงเทพฯ ส่วนการถ่ายภาพนั้นจะถ่ายตรงบริเวณที่จัดกิจกรรม และเทศกาลงานวัดเพื่อให้เห็นถึงบรรยากาศของงานวัน ไม่ได้เน้นที่จุดใดจุดหนึ่ง แต่ต้องการให้ติดทั้งคนและบรรยากาศ ชอบท่องเที่ยวทะเล ส่วนที่เพลินวานนั้น ชอบบรรยากาศที่เก่า ๆ ดูแล้วมีความรู้สึกเหมือนกลับไปในอดีตอีกครั้ง

น้อง (37) เพศหญิง มาครั้งแรก มากันเป็นหมู่คณะ มาตามโปรแกรมที่จัดไว้ ส่วนตัวแล้วให้นิยามเพลินวาน ว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบย้อนยุค มีของเก่า ๆ โบราณที่ในยุคปัจจุบันไม่ค่อยจะเห็นแล้ว เช่น ขนม ลูกอม หมากฝรั่ง ของเล่น ตุ๊กตา โปสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นคนที่ชอบของแนวเก่า ๆ อยู่แล้ว เมื่อเห็นของเหล่านี้จึงทำให้นึกถึงสมัยตอนเป็นเด็ก ๆ เมื่อสัก 30 ปีก่อนที่อยู่ต่างจังหวัดพอจะมีของเหล่านี้วางขายอยู่บ้าง ถ้าเพลินวานหายไป ก็ไม่ได้รู้สึกอะไรมากนักเพราะเป็นพื้นที่ที่สร้างขึ้นไม่ใช่พื้นที่จริง เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังนั้นเมื่อไม่ใช่ของจริง เมื่อหายไปก็ไม่ได้มีความหมายหรือความสำคัญอะไร เพราะทุกอย่างล้วนถูกสร้างขึ้น ไม่ได้ถ่ายรูปเพราะไม่ได้รู้สึกว่าอยากถ่าย เริ่มที่จะเหนื่อยด้วยเนื่องจากต้องไปอีกหลายที่ ก่อนหน้านี้ออกไปตลาดน้ำหัวหินสามพันนามมา ซึ่งก็แตกต่างกันนะทั้งสองที่แม้จะสร้างให้เก่าเหมือนกันแต่กลิ่นละแนว สามพันนามเป็นตลาดน้ำ แต่ที่นี่ถือว่าเป็นเหมือนตลาด หรือชุมชนจำลองมากกว่า แต่ก็ชอบทั้งสองที่ถ้ามีโอกาสก็อยากจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง

จิบ (38) เพศชาย มาเพลินวานมากกว่า 2 ครั้ง มากัน 3-4 คน ไม่ได้ตั้งใจเพื่อนชวนจึงมา ทำงานเป็นพนักงานโรงแรมที่เขาหลัก จ.พังงา ความเป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจึงทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเป็นจำนวนมาก โดยจิบกล่าวกับผู้วิจัยว่า “ผมเดินทางมากับเพื่อนอีกหนึ่งคนโดยไปพักที่เพื่อสนิทที่มีบ้านอยู่ตรงข้ามกับตลาดได้รุ่ง (ซอยร้านอาหารโกทิ) ผมทำงานอยู่ในโรงแรมที่เขาหลัก จังหวัดพังงา ส่วนเพื่อนผมทำงานโรงแรมเหมือนกัน แต่อยู่ที่ภูเก็ต ผมไปเที่ยวมาหลายที่ทั้งในและต่างประเทศ เช่น ลาว (หลวงพระบาง) ญี่ปุ่น ส่วนเมืองไทยชอบ หัวหินมากที่สุด (ล่าสุดไปปายมาเมื่อปีก่อน (2556)) เวลาที่ผมมาเที่ยวที่หัวหิน เพื่อนผมจะให้ยืมมอเตอร์ไซด์ 1 คัน เลยได้มีโอกาสขับไปที่

ต่าง ๆ สะดวกขึ้น ที่เพลินวาน ผมต้องแวะทุกครั้งที่มา พุดถึง ผมชอบบรรยากาศที่นี่ เข้ามาแล้วรู้สึกสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ และมีที่ให้เดินเล่น ได้เห็นของเก่า ๆ ที่ไม่ได้เห็นมานานแล้ว เช่น หมากฝรั่งตามแนวไม้ขีดไฟ เป็นต้น แม้ว่าจะมีของในปัจจุบันบ้างก็ตามที่ แต่ผมถือว่า เป็นเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งเหล่านี้มีร้านหนึ่งที่อยู่ชั้นล่างเป็นกระเป๋าสานสะพายสีน้ำตาล ขนาดพอเหมาะผมเลยเดินเข้าไปถามราคา เพราะเป็นแบบเดียวกับที่โรงแรมผมวางจำหน่าย ซึ่งเจ้าของบอกราคามาถูกกว่าที่โรงแรมที่ผมทำงานอยู่ครั้งหนึ่ง”

และ “อีกสิ่งหนึ่งที่ผมค่อนข้างประทับใจคือ ที่หากเราจะเล่นเกมส์ต่าง ๆ ที่ลานเพลิน เช่น ชิงช้าสวรรค์ ปาลูกดอก ยิงปืน เราต้องไปแลกคูปองในโรงรับจำนำ ซึ่งผมว่าแปลกและเป็นไอดีที่ดีมาก ยังไม่เคยเห็นที่ไหนทำมาก่อนเห็นที่นี่เป็นครั้งแรก” (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2557) ผมเป็นคนไม่ชื่นชอบการถ่ายรูปสักเท่าไร ชอบมาเดินดูของสบาย ๆ มากกว่า ดังนั้นผมจึงไม่ได้ถ่ายรูป ชอบโดยภาพรวม ๆ ของเพลินวาน ที่ผสมผสานออกมาได้อย่างกลมกลืนไม่ได้ดูขัดแย้งกันมากเกินไป เช่น ขนมหากี๋ ยากิ โมจิ หรือ เฉาก้วยโบราณ ผัดไทยโบราณ ก็มีอยู่กันคนละมุมดูเป็นความหลากหลายมากกว่าที่จะเป็นความย้อนแย้งที่เกิดขึ้น

หอย (40) เพศชาย มาครั้งแรก มากับเพื่อน ๆ อีก 4 คน (ดูการแต่งกายแล้วน่าจะจะเป็นทหารเรือใส่กางเกงขาวสีกากี เสื้อยืดสีขาว) ไม่เคยทราบเรื่องราวของเพลินวานมาก่อนมาทราบคร่าว ๆ จากเพื่อนและมาเห็นของจริงวันนี้ โดยส่วนตัวแล้วให้ความหมายของสิ่งนี้ว่า เก้า โบราณ ย้อนอดีต ชั่วเวลา นิยส่วนตัวแล้วสนใจของแนว ๆ นี้อยู่แล้ว ชอบไปเดินตลาด เห็นความเป็นไปของผู้คน เพราะว่าตลาดทำให้เราเห็นวิถีชีวิตของคนตั้งแต่เด็กไปจนคนแก่ แม่ค้า พ่อค้า ซึ่งเพลินวานก็สะท้อนให้เห็นบางส่วนของความเป็นตลาดอยู่เช่นกัน เป็นคนที่ไม่ค่อยชื่นชอบการถ่ายรูปเท่าใดนัก จะถ่ายอยู่ 2-3 รูปที่สนใจลงในโทรศัพท์ ตรงานวัดและทางเข้าจากมุมด้านในมองออกไป ซึ่งผมว่าแปลกดี หากวันใดวันหนึ่งเพลินวานต้องหายไป คงคิดถึง แต่ไม่เสียใจ ใจหาย หรือ น้อยใจแต่อย่างใด เพราะเข้าใจว่าสถานที่นี้เป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว บางทีผมเห็นเด็กมากันมากมายนักท่องเที่ยวก็มีหลากหลายเชื้อชาติ ซึ่งเห็นแล้วก็อดคิดไม่ได้ว่าหลายรุ่นให้ความสนใจ หลายชาติต้องการมาดู (จีน ฝรั่ง แยก แต่จะเข้าใจหรือไม่ก็อีกเรื่องหนึ่ง) ก็ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ที่ให้คนเหล่านี้เรียนรู้ว่าเคยมีสิ่งของเหล่านี้เกิดขึ้นในอดีต แต่ในเรื่องของการบริหารจัดการด้านท่องเที่ยวนั้นผมไม่มีความชำนาญจึงตอบยากแต่ก็เชื่อว่าน่าจะมีการบริหารจัดการที่ดีจึงทำให้ยั่งยืนยาวมาจนถึงทุกวันนี้

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 7 คน มีรายละเอียดดังนี้

นภ (41) เพศชาย มาที่นี่เป็นครั้งที่ 2 มากับกลุ่มเพื่อน ๆ ประมาณ 7 คน ไม่ได้ตั้งใจมาแวะมาที่เพลินวาน เพราะเป็นทางผ่านกำลังจะเดินทางไปหาที่ทานข้าวกลางวัน แต่ยังมีเวลาจึง

แวะมาเพื่อเดินเล่น ฆ่าเวลา สำหรับตัวเขาแล้วมีความเห็นต่อสถานที่แห่งนี้ว่า “เป็นเพียงแค่การย้อนยุคแค่บางจุดไม่ทั้งหมด ของที่ขายก็ไม่ใช่ของโบราณทั้งหมดมีของสมัยใหม่ปะปนด้วย มีเพียงร้าน ของเล่นเพลินวาน ดอกบัวพานิช เท่านั้นที่ขายของเก่า ๆ ในอดีต เช่น ลูกข่าง หมากฝรั่ง ไม่ใช่ย้อนยุคจริง ๆ ” ที่นี้จะชอบตรงที่การจัดพื้นที่ที่ดูเหมือนมีบ้านเรือนเก่า ๆ จริง ๆ และบริเวณงานวัดก็ดูน่าสนใจไม่น้อย ดูเข้ากับพื้นที่เป็นอย่างดี ถ้าพื้นที่นี้หายไปจะรู้สึกอย่างไร ไม่ได้รู้สึกตกใจ ใจหายอะไร เข้าใจว่าเป็นพื้นที่เล็ก ๆ พื้นที่หนึ่ง ที่นำเสนอของเก่า ๆ แต่ก็มีของใหม่ ๆ ปะปนกัน สำหรับการถ่ายรูปก็มีบ้างในจุดที่สนใจ (แต่ไม่ได้บอกว่าจุดไหน) ส่วนตัวแล้วเป็นคนที่ชอบท่องเที่ยวในแนวนี้อยู่แล้ว แนวอนุรักษ์ โบราณ ถ้ามีโอกาสก็จะมาอีกรอบ โดยรวมก็ชอบ

หน้อย (42) เพศหญิง เป็นคนอุบลราชธานี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 18 ปี หน้อยเป็นคนที่มีบุคลิกที่สบาย ๆ ไม่ได้รีบร้อนในการใช้ชีวิตเหมือนคนกรุงทั่วไป หน้อยกล่าวว่า เธอมาเพลินวานกับเพื่อนสนิท เป็นครั้งแรกที่ได้ไป ทั้งนี้หน้อยกล่าวกับผู้วิจัยว่าเวลาที่เค้าไปสถานที่เหล่านี้เค้ามักคิดถึงเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตที่เกิดขึ้น โดยหน้อยกล่าวกับผู้วิจัยว่า “เธอมักจะหวนคิดถึงอดีตบ่อย ยิ่งโดยเฉพาะเวลาที่เธอนั่งสูบบุหรี่ หรือนั่งอยู่คนเดียว หรือขณะเดินดูของต่าง ๆ ในเพลินวาน แล้วคิดอะไรเพลิน เธอบอกต่อว่า เธอไม่รู้ว่าทำไมเธอต้องหวนคิดถึงอดีตที่ผ่านมาแต่อดีตที่ผ่านมาเมื่อเธอหวนคิดแล้วทำให้เธอมีความสุขเป็นอย่างมาก หน้อยรู้และเข้าใจว่า เพลินวานคืออะไร เหตุผล ที่เธอทราบเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับเพลินวานเพราะว่า หน้อยเป็นคนที่ชอบเล่นอินเทอร์เน็ต และติดตามข่าวสารต่าง ๆ จาก face book ว่าที่ไหนมีอะไรเกิดใหม่ และที่ไหนมีอะไรทานอร่อย ๆ และที่ไหนน่าสนใจ บ้าง จากเพื่อนของเธอ เธอบอกว่า ทุกครั้งที่เธอคิดถึงอดีตจะเริ่มคิดจากความสุข เพราะถ้าไม่มีความสุขแล้วจะคิดไปทำไม คิดไปก็เศร้าใจเปล่า ๆ เพลินวานในความหมายของเธอแล้ว เป็นพื้นที่ย้อนอดีต ย้อนเวลา เป็นห้วงหนึ่งของชีวิต เป็นชีวิตที่มีแต่ความสุข สนุกสนาน ซึ่งเธอก็ชอบนะ แต่เมื่อเห็นบรรยากาศแล้วทำให้อดนึกถึงเรื่องราวที่ผ่านมาในอดีตไม่ได้ (สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2557)

เอก (42)/หนุ่ม (45) เพศชายมาจากรุ่นใหญ่เกือบ ๆ 10 คน มาจากกรุงเทพฯ ไม่ได้ตั้งใจมา ตั้งใจมาหัวหินแต่เป็นทางผ่านเลยแวะเข้ามาดู มาครั้งแรก นิยามที่ให้คือ เก่า ๆ ดูดี น่าสนใจ เพลินวานมีความต่างจากหลายที่ที่พวกเขาไปเดินมา เช่น ตลาดน้ำ ที่นี้มีจุดที่น่าสนใจอยู่ตรงที่นางานวัดที่ไม่ต้องอยู่ในวัดมาให้นักท่องเที่ยวชมและเล่นเกมก็ได้ คล้าย ๆ กับงานวัดจริง ๆ ที่เกิดขึ้น มีชิงช้าสวรรค์ หนังสติ๊ก แสง สี เสียง น้อยตลก น้ำ ขาดม้าหมุน ถ้ามีด้วยก็จะยิ่งทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ผมถ่ายรูปนิดหน่อยไม่ได้เน้นเป็นจุด ๆ ชอบตรงงานวัดเป็นพิเศษ ดูว่าเรีงสนุกสนานดี ส่วนของกิน ของฝากก็พอมีไม่มากนักน้อยเกินไป ของที่วางขายก็คัดเลือกคัดสรรมา ไม่ต้องไปเดินซื้อหา เช่น ร้านมะม่วงน้ำปลาหวานแม่สาส์ซึ่งหากจะซื้อก็ต้องรอจนเย็นค่ำ และไปที่ตลาดใต้รู้บางคนที่ไม่มีความอดทนนี่อาจเป็นคำตอบที่ดี หากวันหนึ่งเพลินวานต้องหายไปก็คงรู้สึก

เสียดายในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนในเรื่องความเก่าและความผูกพันกับสถานที่นั้น คงไม่มีบริบทดังกล่าว ถ้าเลือกได้ก็อยากให้อยู่ต่อเพื่อจะได้มีที่เดินเล่น เก่ ๆ ซิลลี่ในหัวหิน

นก (43) เพศหญิง มากับเพื่อน ๆ มาครั้งแรก และไม่ได้ตั้งใจมา ทราบเรื่องราวและข้อมูลของเพลินวานจาก internet ซึ่งก็ดูดีและน่าสนใจเนื่องจากเป็นคนชอบท่องเที่ยวแนวนี้อยู่แล้ว หลังจากมาเพลินวาน ได้ให้นิยามกับสิ่งที่เกิดขึ้นว่า พื้นที่ของความสุข ความเก่า โบราณ หลากหลาย ซึ่งพื้นที่เหล่านี้หาชมได้ยาก และมีอยู่น้อย ดังนั้นเพลินวานจึงมีความน่าสนใจแม้จะเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นก็ตามที มีหลายจุด หลายมุมที่น่าถ่ายรูปเช่น บริเวณทางเข้า งานวัด ชั้นสองร้านแม่โขง พัดลมเก่า ๆ โทรศัพท์เก่า ๆ สิ่งเหล่านี้เมื่อถ่ายรูปออกมาแล้วจะดูดียิ่งเป็นรูปขาวดำหรือรูปซีเปียด้วยแล้วจะดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ชอบโดยรวม ๆ ไม่ได้สนใจจุดไหนเป็นพิเศษ งานวัดก็น่าสนใจทำมาแล้วดูลงตัวไม่ใหญ่เกินไป หากวันหนึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องหายไปคงรู้สึกเสียดายมากกว่าที่จะเสียใจ เพราะอย่างน้อยก็ทำให้เราเรียนรู้ว่ามีสิ่งของ เครื่องใช้ เหล่านี้เกิดขึ้นในยุคสมัยหรือช่วงเวลาหนึ่ง ดังนั้นจึงอยากให้อยู่ต่อไปเพื่อให้คนรุ่นหลังได้เห็นอย่างน้อยที่สุดก็น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งในหัวหิน

ตี (44)/หนูย (45) เพศชาย ดูจากการแต่งกายแล้วน่าจะเป็นทหารเรือ เมื่อสัมภาษณ์แล้วจึงทราบว่า เป็นทหารเรือ มาราชการ มากัน 2 คน มาที่นี่เป็นครั้งแรก มาทำงานอยู่หลายวัน วันนี้เป็นวันหยุดเลยออกมาเดินเล่นชวนกันมาเดินที่เพลินวาน รู้จักเพลินวาน จากทางทีวี นิยามความหมายของเพลินวานว่า “สถานที่เก่า ๆ โบราณ มีสไตล์ มี Character” เป็นสถานที่ที่หาดูได้ยากในหัวหิน โดยส่วนตัวแล้วชอบการท่องเที่ยวในแนวนี้ อนุรักษ์ เก่า ๆ โดยเฉพาะงานวัดจะชื่นชอบเป็นพิเศษ ไม่ชอบท่องเที่ยวหรือเดินในห้างสรรพสินค้า หากต้องหายไป จะรู้สึกเสียดายมาก ที่คนรุ่นหลังไม่ได้มีโอกาสดู น่าจะอนุรักษ์และรักษาไว้ อยากให้มีสถานที่แนว ๆ นี้เกิดขึ้นอีกจะได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวได้เดินเล่นนอกจากจะมาแค่ทะเลเพียงเท่านั้น

สมจิต (45) เพศผู้ชาย จุดที่ให้สัมภาษณ์นั้นอยู่บริเวณชั้นสอง หลังจากเดินเที่ยวเรียบร้อยแล้วและกำลังจะออกไปเจอกับเพื่อนด้านนอก โดยสมจิตได้ให้ข้อมูลว่า มากับเพื่อนอีก 3 คน เป็นผู้ชายทั้งหมด แถมมีการหยอกล้อกับผู้ช่วยวิจัยว่า “ดีเลยขอถ่ายรูปด้วย” (แต่ไม่ได้ถ่าย) สำหรับตัวเขาแล้วมาเที่ยวเพลินวานสองถึงสามครั้งแล้ว และทราบเพลินวานจากสื่อการท่องเที่ยวของ ททท เมื่อผู้ช่วยวิจัยถามถึงนิยาม หรือความหมายของเพลินวานว่า มีความหมายอย่างไร สมจิต ตอบว่า “เป็นสถานที่ที่อนุรักษ์ ของโบราณ ซึ่งอยากให้มีสิ่งเหล่านี้อยู่และจัดแสดงต่อไป” ตัวเค้านั้นเคยไปท่องเที่ยวที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะเช่นนี้มาก่อน มาที่นี่แล้วชอบ ชอบบริเวณที่เป็นงานวัดมากเป็นพิเศษ เนื่องจากบรรยากาศ และกิจกรรมที่จัดดูน่าสนใจและคล้ายกับบรรยากาศของงานวัดจริง ๆ มีชิงช้าสวรรค์ หนังสติ๊ก แล่นรถไฟ เค้านั้นเน้นการถ่ายรูปเป็นจุดที่สนใจ เช่น บริเวณทางเข้า ลานจัดกิจกรรมและงานวัด ส่วนบริเวณอื่น ๆ ก็เพียงแค่เดินผ่าน เช่น ของกิน ของฝาก โดยส่วนตัวแล้วเป็นคนชอบ

ห้องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทะเล ภูเขา และถ้า “เพลินวาน หายไป” ที่นี้ก็อยู่ในความทรงจำเขาตลอดไป

นา (49) เพศหญิง มากับสามี ไม่ได้ตั้งใจมา แต่อยู่ในเส้นทางกลับกรุงเทพฯ เลยแวะชะหน่อย ทราบคร่าว ๆ ว่าเป็นสถานที่เก่า ๆ ย้อนยุค เพียงเท่านั้น “พามาเที่ยวที่เพลินวานนี้ เป็นครั้งแรก คือได้ยืมเด็ก ๆ ที่เป็นลูกน้องเค้าพูดถึงเพลินวานกัน งานเยอะเลยไม่มีโอกาสได้มาเที่ยว ครั้งนี้มีโอกาสเลยแวะมา สำหรับพี่แล้ว เพลินวาน โดยรวมจัดสถานที่ได้ดีนะดูมีบรรยากาศเก่า ๆ ทางเดินที่เป็นไม้และร้านค้าต่าง ๆ จะมีร้านค้าที่หลังจากเดินลงสะพานไปทางซ้ายมือจะขายขนม หรือของเล่นสมัยเด็ก ๆ ส่วนด้านในก็จะมีลานกว้าง ๆ ไว้สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ มีที่นั่งกางแปลงให้ดู มีชิงช้าสวรรค์ให้นั่ง และมีเกมส์ต่าง ๆ ให้เล่น คล้าย ๆ กับงานวัดอะไรประมาณนั้น” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557) นอกจากนี้ เพลินวานยังเป็นที่รวบรวม จัดแสดงของเก่าในอดีต คือพี่เข้าใจว่าเป็นสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งจะต่างกับ ตลาดร้อยปี ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งสถานที่เหล่านั้นเป็นสถานที่จริงที่เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ที่นี่ยังถือว่าเป็นเพียงการรวบรวมเรื่องราวต่างไว้ แต่ก็ไม่ใช่พิพิธภัณฑ์เสียทีเดียว ดีเหมือนกันที่มีอาหาร ของฝาก ทำให้สามารถเลือกซื้อกลับไปฝากเพื่อ ๆ น้อง ๆ ได้ ก็สะดวกดี หากเพลินวานหายไปคงเป็นแค่การหายไปของสถานที่เท่านั้น แต่อดีตยังคงอยู่ไม่ได้หายตามไป อดีตยังมีให้เราเห็นกันอีกหลาย ๆ ที่ เช่น ตลาดน้ำ เพียงแต่เพลินวานคัดเอาอดีตของแต่ละช่วงมารวบรวมไว้ให้น่าสนใจเท่านั้นเอง

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 8 คน มีรายละเอียดดังนี้

โด่ง (51) เพศชาย มากับครอบครัว มาเป็นครั้งแรก ลูก ๆ ชวนมามากันทั้งหมด 4 คน รู้ว่าเพลินวานคืออะไรอย่างคร่าว ๆ จาก internet ถ่ายรูปเพียงบางจุดเช่นตรงทางเข้า ให้ปรากฏทั้งคนและวิวไม่ได้เน้นวิวหรือเน้นคนเป็นพิเศษแต่อย่างใด โด่งกล่าวกับผู้วิจัยว่ามุมมองที่มีต่อเพลินวานนั้น ในทหรณะเขาเขามองว่า เพลินวานคือสถานที่ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันมากกับญาติ ๆ และเป็นการมาครั้งแรก เพลินวาน ทำให้ตัวเค้านึกถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในวัยเยาว์ คิดถึงสิ่งเก่า ๆ ที่ผ่านมา เขายกตัวอย่างเช่น กาแฟโบราณ ก๋วยเตี๋ยวโบราณ ซึ่งโด่ง บอกกับผู้วิจัยว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจ และน่าค้นหาเป็นอย่างมากว่า ทำไมคำว่าจึงมีการใช้คำว่าโบราณกันมากในปัจจุบัน ไม่รู้ว่าคำนี้พอใส่เข้าไปแล้วจะทำให้สิ่งนั้นเก่าไปในทันทีหรือไม่ บ่อยครั้งที่เขาได้คิดถึงอดีต และต้องการที่จะได้ภาพอดีตนั้นกลับมาแต่เขาก็ยอมรับว่าไม่สามารถทำตามจินตนาการของตนเองได้ด้วยเหตุผลที่ว่าจินตนาการคือความฝันที่อยู่คนละห้วงมิติของความจริงในปัจจุบัน โด่ง ทราบความเป็นไปของเพลินวานโดยดูจากเว็บไซต์ แล้วมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ แต่ก็ยังไม่น่าสนใจเพียงพอที่ทำให้เขาตัดสินใจไปเที่ยวที่เพลินวาน โดยโด่งให้เหตุผลว่า เพลินวานเป็นแค่สถานที่ที่ไม่ได้มีการเชื่อมโยงใด ๆ มีเพียงแค่การนำของในอดีตมาแสดงมาวางขายและทำให้ดูน่าสนใจเท่านั้น

ภรณ์ทิพย์ (53) เพศหญิง มาเที่ยวเพลินวานเป็นครั้งแรก มาเพราะเพื่อนชวนและแนะนำ มาเป็นกลุ่มประมาณ 6-7 คน สำหรับตนแล้วนิยามของเพลินวานคือ เก๋ สวยดี เป็นที่ที่ดูแปลกตาดี เข้าใจตกแต่งสถานที่ หยิบยกเอาอดีตบางส่วนมาจัดเรียง จัดวางกันอย่างผสมลงตัว หากวันหนึ่งต้องหายไป จะรู้สึกขาดหายไปไหนของแหล่งท่องเที่ยวแต่ในแง่ของความเป็อดีตไม่ได้ขาดหายไป เพราะอดีตเดิมมีอยู่แล้ว เพลินวานนำมาสร้างใหม่ดังนั้นถ้าจะหายไปก็คงจะหายไปแค่เพลินวาน อดีตไม่ได้หายไปด้วย ชอบหลาย ๆ จุดในนี้ทั้งทางเข้าด้านหน้าที่คล้ายประตูบานใหญ่ ลานเทศกาลงานวัด รู้สึกชอบ แต่ร้อนไปนิดถ้ามาเดินตอนเย็น ๆ หรือค่ำ ๆ แล้วมีการเปิดไฟน่าจะให้บรรยากาศที่ดีและโรแมนติกกว่านี้ ส่วนการถ่ายรูปนั้นก็ถ่ายพอสมควรเน้นถ่ายทั้งคนและฉากหลังผสมกัน ไม่ได้เน้นที่คนหรือวิวเป็นพิเศษแต่อย่างใด หากมีโอกาสก็จะกลับมาอีกและจะชวนเพื่อน ๆ ที่ยังไม่เคยมาให้มาเดินเพราะมีทั้งของกิน ของฝากที่ดูน่าสนใจ

เสริฐ (53) เพศชาย พี่เสริฐมาเพลินวานพร้อมกับคุณแม่ น้องชาย และหลาน ผู้วิจัยจึงถามขึ้นว่า “เห็นพี่เสริฐใช้เวลาอยู่บริเวณลานเพลินค่อนข้างนาน ทั้งยิงปืน ตกไข่ แสดงว่าพี่เสริฐค่อนข้างสนใจกิจกรรมดังกล่าวนะครับ” พี่เสริฐกล่าวตอบผู้วิจัยว่า “ใช่ครับผมค่อนข้างชอบกิจกรรมพวกนี้ ทำให้ผมนึกถึงตอนสมัยเด็ก ๆ คุณพ่อ คุณแม่ พาผมไปเดินเล่นที่งานวัดแถวบ้านในต่างจังหวัด ซึ่งในขณะนั้น (กว่า 35 ปีมาแล้ว) พี่อายุประมาณ 17-18 ปีเอง ไปกันหลายคนรวมถึงพี่ ๆ น้อง สนุกมากโดยเฉพาะ ยิงปืน พี่ว่าเป็นกิจกรรมที่ทำหายดี ซึ่งข้าสวรรค์นี้ก็ใช้ได้เลยสมัยเด็ก ๆ ชอบขึ้นมากสมัยนั้นพาน้อง ๆ ไปกัน พี่มีน้อง ๆ อีก 4 คน พี่เป็นคนโตที่เกิดในครอบครัวคนจีนเลยต้องมีหน้าที่เลี้ยงดูน้อง ๆ ทั้ง 4 เวลาพ่อแม่ไม่อยู่นาน ๆ จะได้ออกไปเที่ยว จำได้ว่าปีละ 1 ครั้งที่จะมีเทศกาลงานวัดที่อยู่ไม่ไกลจากบ้านสักเท่าไร งานวัดที่นี่มีความแตกต่างจากสิ่งที่พี่เคยสัมผัสมา เพราะที่งานวัดของจริง จะมีเต็นท์ มีร้านขายไก่ย่าง ขายก๋วยเตี๋ยว และขนมหลากหลายชนิด แต่ที่นี่มีความต่างอย่างหนึ่งคือเวลาจะเล่นเกมต่าง ๆ ต้องไปแลกคูปองในร้านที่ทำเป็นโรงรับจำนำ แปลกดีเหมือนกันไม่เคยเจอมาก่อน” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

พี่เสริฐกล่าวต่อว่า “มาที่นี่เป็นครั้งแรก โดยน้องชายเป็นคนชวนมาเที่ยวที่หัวหินหลังจากทานข้าวเสร็จตอนค่ำ ๆ น้องชายพี่ก็พาพี่มาเดินกับคุณแม่และหลาน” พี่เสริฐ กล่าวต่อว่า “พี่ชอบบรรยากาศในนี้ ที่ดูเป็นร้านเก๋ ๆ ประตูไม้ คือสมัยเด็ก ๆ ที่ข้างบ้านมีร้านย้อมผ้าแต่ที่นี่ไม่มีถ้ามีละก็ใช่เลย ที่ร้านค้าจะติดกันหลาย ๆ ร้านในขณะที่ต่างจังหวัดไม่ได้ติดกันขนาดนี้ แต่โดยภาพรวมแล้วก็พอไหวส่วนบรรยากาศก็ไม่ค่อยแตกต่างกับอดีตมากนักที่ทางเดินก่อนถึงสะพานไม้ร้านค้าด้านซ้ายมือยังพอมีตู้แช่ที่ปัจจุบันไม่ค่อยเห็นและอาจจะเลิกใช้แล้ว ที่ด้านบนจะเป็นกระโจมไว้อธิษฐาน ซึ่งในสมัยนั้นก็จะ มี น้ำ แก้วหวาน น้ำสมุนไพรจีน ไวน์ขายแก่ลูกค้า ส่วนอื่น ๆ ก็ดูเฉย ๆ ไม่ค่อยน่าสนใจเลยไม่ได้ถ่ายรูปซึ่งปกติก็ไม่ชอบถ่ายรูปอยู่แล้ว แต่มีหลานมาเลยถ่ายกับแม่ น้องชาย และหลาน” (สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

อนุรักษ์ (57) เพศชาย มากับเพื่อน 5 คน มาหลายครั้งแล้ว ไม่ได้ตั้งใจมาแต่เป็นทางผ่านจิ้งจอกกันแฉะเข้ามา รู้จักที่นี่จากสื่อโฆษณาในหัวหิน หากจะให้ให้นิยามหรือความหมายค่อนข้างจะยากนิดนึง สำหรับเขาแล้วเขามองว่า เฟลิวาน เป็นพื้นที่แบบย้อนยุค มีอะไรที่หลายหลายปะปนกัน ทั้งของกิน ของใช้ รวมถึงของฝาก แปลกตื้น่าสนใจ ตัวเขาไม่ได้ถ่ายรูปอะไร เนื่องจากครั้งก่อน ๆ ที่มาได้ถ่ายไปหลายที่ทั้งทางเข้าและลานตรงงานวัด ชอบตรงงานวัดสนุกสนานดี หากเฟลิวานต้องหายไปคงรู้สึกเสียดายในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า ไม่ได้เสียใจอะไรมาก เข้าใจว่าเป็นพื้นที่สร้างขึ้นและมีการแข่งขันเพื่อความอยู่รอด สมัยนี้มีแต่ความทันสมัย เช่น ห้างสรรพสินค้า แต่แนวแบบนี้มีไม่มาก ซึ่งหากให้เลือกระหว่างห้างสรรพสินค้ากับเฟลิวานเค้าคงเลือกที่จะมาเดินแบบนี้ดีกว่า เดินแล้วสบายใจและรู้สึกชอบมากกว่า หากมีโอกาสก็จะแวะมาอีก

นัยนา (57) เพศหญิง มาครั้งแรก มากับเพื่อน ๆ ประมาณ 10 คน เป็นคนร่าเริง สนุกสนาน ชอบท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ไม่ได้ตั้งใจมาแต่ระหว่างรอที่จะไปทำบุญที่วัดหลวง พอดีกิจนิมนต์จึงออกมาหาไรทานตอนกลางวันแล้วแวะเดินเล่นที่เฟลิวานก่อน สำหรับพี่แล้ว เฟลิวาน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่เน้นเรื่องราวของอดีต โบราณ โดยจัดพื้นที่ให้ดูเก่า ๆ ให้ดูน่าสนใจ เป็นพื้นที่ย้อนยุคที่มีความหลากหลาย ซึ่งก็ทำให้ระดับหนึ่ง เป็นสถานที่ที่น่าถ่ายรูปมากกว่า จะมาศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีต พี่ถ่ายรูปตั้งแต่ทางเข้า ร้านค้า อาหาร ของฝาก รวมไปถึงชั้นล่างด้วยเช่นกัน มีมุมถ่ายรูปเยอะมากซึ่งถ่ายออกมาแล้วยอมรับว่าสวยดี พี่ว่าเหมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า หากวันหนึ่งเฟลิวานหายไป ก็ไม่รู้สึกเสียดาย ถือเป็นเรื่องปกติที่สถานที่เหล่านี้จะเกิดขึ้น และหายไปขึ้นอยู่กับกระแสและความนิยมในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งเมื่อ 6-7 ปีก่อนที่เปิดตัวใหม่ ๆ แล้วได้รับความนิยม เพราะช่วงนั้นกระแสการโยกหาอดีตกำลังได้รับความนิยม ซึ่งก็น่าจะมาพร้อม ๆ กับตลาดน้ำอัมพวา แต่ตอนนี้กระแสดังกล่าวก็เริ่มลดลงอีกทั้งมีสถานที่เปิดใหม่เยอะขึ้น จึงอาจทำให้กระแสความนิยมของเฟลิวานลดลงก็เป็นได้

ปรีชา (60) เพศชาย มากับเพื่อน ๆ ประมาณ 10 คน มาเป็นครั้งแรก นิยามที่ให้กับที่นี่คือ ดี มีสไตล์ ทำให้รู้สึกเหมือนอยู่ในวันเก่า ๆ คล้าย ๆ กับความเก่าของตลาดน้ำ แต่คนละแบบกัน ชอบแนวตลาดน้ำไปตลาดน้ำมาหลายที่ ตลาดน้ำราชโศ ตลาดน้ำผักไห่ แต่ละที่ล้วนมีความแตกต่างกัน ชอบทุกที่รวมถึงเฟลิวานด้วยเช่นกัน ถ้าเฟลิวานต้องหายไป ไม่ได้รู้สึกอะไร เพราะมีที่อื่น ๆ ให้ท่องเที่ยวได้เหมือนกัน เดียวนี้สถานที่เก่า ๆ เช่น ตลาดน้ำบางแห่ง เช่น ตลาดน้ำราชโศ ตลาดน้ำผักไห่ มีแต่คนสูงอายุที่พอรู้เรื่องราวไปเที่ยว ส่วนวัยรุ่นก็หายไปกันหมด ชอบร้านอาหารที่อยู่ข้างใน ชอบร้านทองม้วนสดรสชาดอร่อยดี ไม่ได้ถ่ายรูปตรงจุดไหนเลย ต้องการเพียงมาเดินดูสถานที่และการจัดรูปแบบเท่านั้น ส่วนอื่น ๆ เห็นว่าไม่มีอะไรแปลกใหม่ที่น่าสนใจ

สมศรี (61) เพศหญิง มาครั้งแรก เดินทางมาเฟลิวานเป็นครั้งแรกมาทั้งหมด 5 คน ไม่ได้ตั้งใจมา เป็นทางผ่านเลยแวะก่อนเดินทางกลับกรุงเทพฯ รู้จักเฟลิวานจากสื่อทีวี ผ่านพบ

ประชาสัมพันธ์ของ ททท สำหรับการให้ความหมายของเพลินวานนั้น คิดว่า เป็นพื้นที่แห่งความหลัง และความทรงจำดี ๆ พื้นที่ที่มีแต่ความรื่นเริงและความสุข แรกเริ่มก่อนที่จะมาয়น์ภาพของเพลินวานไม่ออกว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร คิดว่าเป็นพื้นที่โล่ง ๆ กว้าง ๆ เหมือนตลาดน้ำ แต่พอมาเห็นของจริงแล้วก็ไม่ได้กว้างเหมือนที่คิดแต่ก็ไม่ได้แคบจนเกินไป ดู ๆ แล้วมีความลงตัว ชอบการตกแต่ง ชอบบรรยากาศขนาดมาตอนกลางวัน ถ้ามาตอนกลางคืนและมีแสงไฟน่าจะสวยงามกว่านี้ ไม่ได้ชอบจุดไหนเป็นพิเศษ ชอบโดยรวมมากกว่า และก็ไม่ได้ถ่ายรูปด้วย อย่างงานวัดเห็นแล้วนึกถึงตอนเด็ก ๆ ที่ได้ไปเที่ยวกับพี่ ๆ น้อง ๆ ไปเล่นชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน ดุมอเตอร์ไซค์ไต่ถัง ซึ่งชอบมากและสนุกดี เห็นชิงช้าสวรรค์ หนึ่งกลางแปลงแล้วรู้สึกอย่างนั้นขึ้นมาอย่างจับใจ อาหารบางอย่างก็ไม่สอดคล้อง เช่น ไอติมทอด ทาโกะยากิ โมจิ ดูจะทันสมัยเกินไปเข้ากับช่วงเวลา มาที่นี่ก็ไม่ได้ถ่ายรูป ส่วนถ้าเพลินวานหายไป ก็ไม่ได้รู้สึกอะไร มองว่าเป็นเชิงธุรกิจมากกว่า หากที่นี้หายไปก็จะมีที่อื่นสร้างขึ้นใหม่ทดแทน เป็นการเปิดโอกาสให้คนอื่นมาทำธุรกิจ แต่จะดีกว่าหรือด้อยกว่านั้นคงตอบยาก เพราะเป็นเรื่องความเชี่ยวชาญและขั้นเชิงทางธุรกิจ แต่ที่เห็นก็ทำออกมาได้ดี และน่าสนใจ

รัตน์ (65) เพศหญิง มาครั้งแรก มากันประมาณ 10 คน พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ปัจจุบันเกษียณแล้ว พี่นุเป็นคนที่เพอร์เฟกต์ไปทำงานที่กรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 วันนี้มาธุระกับเพื่อน ๆ ระหว่างรอเพื่อทำธุระก็เลยชวนกันออกมาหาที่ทานข้าว พอดีขับผ่านเลยแวะดูเข้ามาดูก็รู้สึกแปลก ๆ ดี หากจะให้ให้นิยาม ก็คิดว่า เป็นเหมือนหมู่บ้านเก่า ๆ ย้อนอดีตในช่วงเวลาหนึ่ง (ไม่แน่ใจช่วงไหน เพราะผสมหลายช่วงเหลือเกิน) บรรยากาศสนุกสนาน มีของกิน ของฝาก มีเกมส์ การละเล่น บรรยากาศงานวัด โดยรวมดูเหมือนจะเก่าแต่ก็ไม่เก่า ผสม ๆ ปน ๆ กันไป แต่ก็น่าจะเป็นเช่นนี้เพราะหากเก่าอย่างเดียวคงดูไม่ค่อยน่าสนใจ พี่ผ่านหลายครั้งแต่ไม่มีโอกาสแวะมาครั้งนี้มีโอกาสและมากับเพื่อน ๆ จึงแวะมา เพื่อนคนหนึ่งชอบเที่ยวเหมือนกันจึงถ่ายรูปค่อนข้างเยอะ ตัวพี่ไม่ได้ถ่าย มาเดินอย่างเดียว หากเพลินวานต้องหายไปโดยส่วนตัวแล้วเสียดายเพราะสร้างออกมาดูน่าสนใจไม่ใหญ่โตจนเกินไป ที่ตั้งก็ดีสะดวกดี อีกทั้งใช้เวลาเดินทั้งหมดก็ไม่มากประมาณ 30-40 นาที มีทั้งของกิน ของฝากครบครัน เด็กวัยรุ่น หรือเด็กรุ่นใหม่ น่าจะชอบ หากจะหายไปก็จะเสียดายในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าความเก่าของพื้นที่หรือสินค้า

ภาคผนวก ข

ข้อมูลหัวหินในปัจจุบัน (2557)

(จาก รองนายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน, มนตรี ชูญ)

1) สภาพทั่วไป

โดยกายภาพของเมืองหัวหิน ในเรื่องของชายหาดซึ่งมีความสวยงามของหาดทราย โขดหิน ซึ่งมีมาตามธรรมชาติ ด้วยธรรมชาติตั้งใจให้มาด้วยความลาดของน้ำทะเล ซึ่งมีความปลอดภัยสูง ความใสสะอาดของน้ำทะเล ในสมัยก่อนมุมมองของผู้มาเยือน คหบดีผู้ใหญ่ รวมทั้งพระองค์ต่าง ๆ ที่เสด็จโดยเริ่มต้นจากการมีมุมมองที่พึงพอใจในเรื่องของความเป็นหาดทรายแล้ว ก็เริ่มมีการสร้างบ้านสร้างที่พักตากอากาศ จุดดังกล่าวจึงเป็นเสมือนการเปิดประตูในเรื่องการท่องเที่ยวมาตั้งแต่สมัยอดีต และก็ได้มีการเชิญชวนคนส่วนกลางเข้ามาสร้างที่อยู่อาศัยเพิ่ม จึงทำให้ชาวไทยและ นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวและเข้ามาพักอาศัยในรูปแบบของการเช่า รวมทั้งเป็นการเปิดการท่องเที่ยวตั้งแต่สมัยอดีต และอีกส่วนหนึ่งเมืองหัวหิน ที่พักตากอากาศจะติดหาด พื้นที่ชายหาดจะติดกับทะเล โดยไม่มีถนนคั่น จากลักษณะดังกล่าวนี้เองจึงเป็นประเด็นทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยวได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบทั้งมีประเด็นเรื่องการโยกย้ายอดีตเป็นจุดขายแล้วก็สามารถสร้างจุดขายนั้นได้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเมืองหัวหินก็จะโดนสร้างความรู้สึกรักการอนุรักษ์ และครอบครัวมาโดยตลอดเวลา เป็นลักษณะของการสร้างรูปแบบที่ไม่ถึงกับเป็นความทันสมัย เป็นรูปแบบที่เป็นท้องถิ่น เช่นรูปแบบการสร้างที่พักต่าง ๆ ที่จะพบเห็นได้ทั่วไป ในเรื่องของอาหารและประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ ในเรื่องของความเป็นตัวตนของคนหัวหิน ในเรื่องของน้ำเสียงที่พูดตรงไปตรงมา เป็นคนทะเลอยู่ ดังนั้นเสน่ห์ต่าง ๆ เหล่านี้เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยือนก็จะเริ่มซึมซับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้อยู่ตลอดเวลา

ถ้าเปรียบเทียบกับพื้นที่ทางการท่องเที่ยวอื่นแล้วพื้นที่ของหัวหินจะมีความแตกต่างในเรื่องเหล่านี้ นี่คือการมาหรือความเป็นตัวตนของหัวหิน จะว่าเราโชคดีก็ว่าได้ความเป็นธรรมชาติของชายหาดหัวหินเป็นจุดขาย ดังนั้นสภาพร้านรวงต่าง ๆ จึงต้องทำให้ล้อไปกับสภาพเมืองของหัวหินไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเพลินวาน ตลาดน้ำ หรือแม้แต่โรงแรมก็พยายามล้อไปกับสิ่งเหล่านี้ที่เป็นอดีตของหัวหินตลอดเวลาส่วนความมีชีวิตชีวา ความเจริญต่าง ๆ ก็เข้ามาอยู่เนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของร้านอาหาร ผับต่าง ๆ ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่ หรือแม้กระทั่งการอำนวยความสะดวกในเรื่องโรงพยาบาลก็มี การดูแลสุขภาพก็มีนักท่องเที่ยวหรือแม้กระทั่งการลงทุนในด้านการศึกษาก็มีมหาวิทยาลัยนานาชาติที่อยู่บริเวณริมทะเลของหัวหิน เช่น Stamford Webster เป็นต้น ทางด้านกีฬา โดยเฉพาะกีฬาอล์ฟ ที่มีสนามกอล์ฟรองรับไว้ถึง 13 แห่ง ซึ่งหัวหินก็เปรียบเสมือนศูนย์กลางในการมาพัก ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเชิงอนุรักษ์ ก็มีน้ำตกป่าละอู อุทยานกุยบุรี มีช้าง มีสัตว์ป่า

ชายหาดที่มีความสมบูรณ์ที่ปากน้ำปราณ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ได้ตลอดเวลา

2) หัวหินกับสภาพการเปลี่ยนแปลง

หากพิจารณาแล้วจะพบว่า ได้ภาพของหัวหินที่เติบโตมาซักระยะแล้ว มีความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่หัวหินอยู่เป็นจำนวนมาก คือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น เช่น การเกิดขึ้นของตลาดน้ำ การเกิดขึ้นของเพลินวาน การเกิดขึ้นของตลาดห้วยมาคล สิ่งเหล่านี้ที่เกิดขึ้นจากการสร้างแล้วทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง จากอดีตที่ผ่านมาที่เริ่มได้รับความนิยมตั้งแต่ปี 2546 เพลินวานเกิดขึ้นปี 2552 ในราวทศวรรษที่ผ่านมา สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ได้สอดคล้องไปกับกระแสหนึ่งที่เรียกว่า กระแสของการโยกย้ายอดีต หัวหินได้เกิดการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ ความสวยงามที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัย ร7 เราจะเห็นว่าสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ได้ถูกเชื่อมโยงถึงความเป็นอดีตที่เกิดขึ้นของหัวหิน คำถามที่ตามมาก็คือว่า ทำไมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้จึงเกิดขึ้น และเกิดขึ้นตามมาเป็นจำนวนมาก เกิดขึ้นมาด้วยเหตุปัจจัยใด คือหัวหินนั้นเกิดขึ้นมาพร้อมกับความเป็นธรรมชาติ แต่พอสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้แทรกเข้าไปแล้ว กลับเป็นที่นิยม

โดยกายภาพของหัวหินแล้ว 1 ใกล้กรุงเทพฯ เมื่อใกล้กรุงเทพฯ จึงมีความสะดวกในเรื่องของการเดินทาง 2 คำว่า หัวหิน ชายตัวเองได้มาตั้งแต่อดีต 3 ต้องบอกว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ราคาที่ดินที่หัวหินยังไม่สูงมากนัก นักลงทุนที่ scaleไม่ใหญ่มากนักยังสามารถจับต้องได้ ผมว่านักลงทุน 200-300 ล้านบาท ยังสามารถมาลงทุนได้ จนถึง ณ ปัจจุบัน เค้ายิงกล้าทุนในปัจจุบัน เค้ายะลองอะไร จะทำอะไรดี การที่โยกย้ายอดีต ก็ยังเป็นจุดขายที่น่าสนใจอยู่ ด้วยต้นทุนที่ยังไม่สูงมากนัก ประชาชน หรือนักท่องเที่ยวก็ยังให้ความสนใจในเรื่องเหล่านี้อยู่ ซึ่งอ้างอิงกับที่มาของหัวหิน ตัวอย่างถ้าจะไปสร้าง การโยกย้ายอดีตที่พัทยา เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ที่พัทยาก็ต้องไปอีกกลุ่มหนึ่งของนักท่องเที่ยว ผมว่าใครไปมองลักษณะนั้นคงเดินหน้าต่อไปไม่ได้ แต่ที่หัวหินเป็นไปได้ ซึ่งสิ่งดังกล่าวได้ล่อไปกับสิ่งที่มีมาในอดีตของหัวหิน ดังนั้นจึงมองได้ว่า ด้านโลเกชั่น ความแปลก ในเรื่องการตลาด เช่นตัวอย่างของ ตลาดน้ำที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน หนึ่งตลาดอาจจะทำได้ดี ในขณะที่อีกตลาดอาจจะต้องเดินตามกันอย่างเหนียว ๆ ไม่ใช่ว่าจะทำกันได้หมดขึ้นอยู่กับว่าใครจะหยิบอะไรขึ้นมาแล้วทำได้ดีขนาดไหน ซึ่งปัจจุบันตลาดเป็นของนักท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็มีโอกาสที่จะเลือกตลอดเวลา

ความเติบโตของหัวหิน ถ้ามองในเชิงเปรียบเทียบให้เห็นภาพแล้ว เช่น อำเภอสองขลา จังหวัดสงขลา ซึ่งจะมีความเติบโตและเป็นที่รู้จักกันมากกว่า อำเภอเมืองของ จังหวัดสงขลา ประเด็นนี้หัวหินมีลักษณะดังกล่าวหรือไม่ ความมีชื่อเสียงของหัวหิน ได้แผ่กระจายออกไป เช่นการมีโครงการ อสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ทั้ง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ของ อำเภอชะอำ จังหวัด เพชรบุรี แต่ก็ยังมีชื่อ หัวหิน

พวงท้ายต่อไปด้วย ซึ่งทำให้ผู้อ่าน หรือ ผู้พบเห็นแล้วเกิดความเข้าใจว่า เป็นพื้นที่ของหัวหินไปด้วย ก็เลยทำให้หัวหินกลายมาเป็น ชื่อที่ดึงดูดให้สิ่งต่าง ๆ หลังไหลกันเข้ามาที่หัวหิน กันเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้เรียนไว้ตั้งแต่แรกจึงทำให้หัวหินได้กลายมาเป็นอย่างที่เห็นในปัจจุบัน ผมว่ากายภาพของหัวหินเอง โรงแรม ชายหาดประมาณ 6 กิโลเมตร เมื่อเป็นชายหาดแล้ว ติดถนน เพชรเกษม ติดตลาดฉัตรไชย ติดตลาดโต้รุ่ง จึงทำให้การเดินทาง การใช้ชีวิต การไปมาหาสู่กัน ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ สามารถเดินได้ สามารถมองเห็นความเป็นของหัวหินได้อย่างชัดเจน ไม่โดดอย่างชะอำ เทศบาลอยู่ส่วนหนึ่ง ตลาดอยู่ส่วนหนึ่ง ชายหาดอยู่ส่วนหนึ่ง พื้นที่ว่างเปล่าจะส่วนใหญ่ มีโรงแรมบ้างประปรายและที่สำคัญดันมีถนนคั่นอยู่ ด้วยความแตกต่างดังกล่าวจึงทำให้หัวหินเองมีลักษณะที่โดดเด่นกว่าชะอำ และในบริเวณที่นักท่องเที่ยวพักนั้น มีโรงแรม 3-5 ดาว ไว้บริการอยู่มากมาย ไม่ต่ำกว่า 40 โรงแรม นั้นหมายความว่าคนที่เข้าไปพักในช่วง ไฮซีซั่น นั้นมีจำนวนเป็นหมื่นคน ด้วยความที่ติดชายหาดฝั่งตะวันออกที่ยังมีความสะอาด เมื่อไปพักแล้วเกิดความประทับใจและบอกต่อ ๆ กันมา ในขณะที่ทางฝั่งตะวันตกจะไม่ค่อยมีคนนิยมไปพักมากเท่าไร ผมถึงบอกว่า คนที่มาหัวหินว่า มาหัวหิน แล้วให้พักด้านที่ติดทะเลจะได้บรรยากาศของหัวหินจริง ๆ ถ้าจะมาหัวหินต้องพักอย่างนั้น ผมพยายามมองเหมือนกันนะว่า หัวหินทำไมถึงมีเสน่ห์ (00:26:41) จริง ๆ แล้วไม่มีอะไรเลย มีแค่หาดทรายอย่างเดียว นอกนั้นก็มิอะไรละ เป็นเรื่องของภาคเอกชนสร้างขึ้นมทั้งหมด

3) บทบาทของชุมชนกับหัวหิน

ชุมชนมีบทบาทกับเมืองหัวหินพอสมควร เพียงแต่ว่าชุมชนเค้าปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตไปตามบรรยากาศ ตามสังคมของเมืองหัวหิน มากกว่า ซึ่งถ้าเทียบกับชุมชนในชนบทก็จะมี ความแตกต่าง อย่างเช่น เรื่องความเป็นกลุ่มการเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นในลักษณะของความสามัคคีจะมีความแตกต่างจากชุมชนท้องถิ่นด้วยเหตุที่ว่า เค้าปรับเปลี่ยนไปและเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น แต่ก็ยังไม่ถึงกลืนอายของความเป็นชุมชนเมืองเลยทีเดียว ผมยกตัวอย่าง การเชิญชวนให้เป็นผู้อาสาเข้ามาเป็นผู้พัฒนาชุมชน เช่น การเก็บขยะ การดูแลชุมชน การขอความร่วมมือต่าง ๆ ซึ่งพบว่าเริ่มมีเข้ามาน้อยลง ด้วยเหตุที่ว่าเค้าต้องทำงาน เข้าไปเย็นกลับ อยู่ในสังคมที่ต้องไปค้าขาย เรื่องการแข่งขัน ดังนั้นความสนใจในเรื่องของสังคมจึงมีน้อยลง ก็จะมีเพียงบางกลุ่มของชุมชนในนั้น ถ้าเทียบแล้วกลุ่มนี้ก็จะมีความไม่มาก ความเป็นชุมชนเมืองเริ่มเข้ามาอยู่ตลอดเวลา พฤติกรรมของผู้คนก็เริ่มแปรเปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองมากขึ้น เช่น หลายบ้านก็กันเป็นห้องให้เช่า คนที่มาพักก็จะเป็นคนทำงานซึ่งจะเป็นคนที่มาจากต่างถิ่น เข้าไปเย็นกลับ ทำให้คนนอก คนต่างถิ่นเข้ามาเป็นประชากรแฝงค่อนข้างเยอะ เมื่อเข้ามาแล้วก็ไปปะปนอยู่กับชุมชนต่าง ๆ ยิ่งชุมชนไหนที่มีความใกล้ชิดเมืองกับจุดสถานประกอบการยิ่งทำให้ชุมชนนั้นแปรเปลี่ยนได้ง่ายขึ้น เช่น ชุมชนบ่อนไก่ เดิมเป็นชุมชนที่เป็นพื้นเพของ

คนท้องถิ่น หลังจากนั้น บริเวณดังกล่าวเริ่มสร้างหอพัก ร้านอาหาร มีนักเรียน มีคนทำงานเข้าไปมากขึ้น ชุมชนบ่อนไก่เริ่มแปรเปลี่ยนเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น คนที่ไม่ค่อยรู้จักกันมากขึ้น ชุมชนที่เป็นชุมชนดั้งเดิมคือ ชุมชนตะเกียบ ชุมชนหนองแก ชุมชนเขาเต่า ชุมชนบ่อฝ้าย ชุมชนเหล่านี้ ก็ยังเป็นคนที่อยู่ในท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน ด้วยเหตุที่ว่า มีพ่อ มีแม่ มีปู่ย่าตายายที่เป็นรากฐานอยู่ ไม่รู้จะขยับขยายไปไหน ชุมชนเหล่านี้ไม่เป็นจุดศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ทำให้การขยับขับเคลื่อนของความเป็นคนต่างถิ่นค่อนข้างน้อย แต่ว่าในอนาคตชุมชนเหล่านี้ก็อาจจะโดนกลืนไป เพราะอะไรรู้ไหมครับ เพราะว่า อย่างเช่น ชุมชนบ่อฝ้าย ไกล่มาที่ชุมชนตลาดชุมชน บ่อนไก่ ชุมชนตะเกียบ ชุมชนเขาเต่า ชุมชนเหล่านี้เริ่มที่จะมีความเติบโตเป็นของตัวเอง

ก็ชุมชนแต่ละชุมชนเริ่มโต เริ่มที่มีอะไรเป็นตัวตนของเขา คนเริ่มที่จะเข้าไปอาศัย บ้านเรือนเริ่มปรับเปลี่ยนเป็นห้องพัก มีคอนโดมีเนียมขึ้น ตัวอย่างเช่น บ่อฝ้ายในปัจจุบันนี้มีถนน ซอย 6 มีฝับบอยู่ประมาณ 4-5 ฝับบ และมีร้านอาหารอยู่หลายร้าน มีความคึกคักอยู่ตลอด ชุมชนเริ่มเป็นชุมชนเมืองเข้าไปทุกวัน ชุมชนมีบทบาทพอสมควรต่อเมืองหัวหิน ชุมชนทำให้เมืองหัวหิน เป็นตัวตนของหัวหิน ชุมชนประกอบด้วยคนที่มีความรู้สึกเป็นท้องถิ่น トラบไคที่ชุมชนยังมีความเป็นตัวตนของเขาเองโดยพื้นฐาน ก็จะทำให้หัวหินยังคงความเป็นหัวหินอยู่ トラบไคที่ชุมชนมีการปรับเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง หัวหินเองก็ต้องถูกปรับเปลี่ยนไปตามสภาพที่เกิดขึ้น ผมไม่เชื่อหรอกครับว่าคนข้างนอกจะมารักษาอะไรได้ดีเท่ากับคนหัวหิน เพราะว่า คนนอกเข้ามาเพื่อลงทุน เพื่อมาพัก มาเสพ มาโยกหาใน ความที่หัวหินเป็น แล้วเค้าก็ไปเท่านั้นเอง เค้าอาจจะมาแล้วเค้าก็มาดำหนิแล้วก็กลับไป เค้าอาจจะช่วยในเรื่อง comment เท่านั้นเอง

ภาคผนวก ค

ภาพแผ่นป้ายโฆษณาแสดงการขยายตัวของโครงการด้านที่อยู่อาศัย (ถ่ายเมื่อ 7 พ.ค. 2556)



ภาพการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ในพื้นที่ ชะอำ (ถ่ายเมื่อ 7 พ.ค. 2556)



ภาพแสดงแหล่งท่องเที่ยวประดิษฐ์ ในพื้นที่ ชะอำและหัวหิน
ตลาดน้ำหัวหิน (ถ่ายเมื่อ 7 พ.ค. 2556)



ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม (ถ่ายเมื่อ 7 พ.ค. 2556)



สวิสชีฟฟาร์ม (Swiss Sheep Farm) (ถ่ายเมื่อ 7 มิ.ย. 2556)



ซานโตรินี่ (Santorini) (ถ่ายเมื่อ 7 มิ.ย. 2556)



เวนิเซีย (Venicia) (ถ่ายเมื่อ 7 มิ.ย. 2557)



ผู้ให้ข้อมูลที่เป็น Key informants
เอกและตุน ผู้ดูแลพื้นที่เพลินวาน (ถ่ายเมื่อ 7 ก.พ. 2557)



พลิชฐ์ตา อินทร์พันธ์, ผอ ททท ประจำจังหวัดประจวบฯ (ถ่ายเมื่อ 7 ก.พ. 2557)



มนตรี ชูภู รองนายกเทศมนตรีหัวหิน (ถ่ายเมื่อ 3 มี.ค. 2557)



สภาพบรรยากาศที่พัก (ถ่ายเมื่อ 8 ก.พ. 2557)



การทำงานในพื้นที่พร้อมผู้ช่วยวิจัย (ถ่ายเมื่อ 6 มิ.ย. 2557)



ภาพพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1) ภาพบรรยากาศงานวัดสระเกศ ในวันลอยกระทง (ถ่ายเมื่อ 17 พ.ย. 2556)



2) ภาพการจัดพื้นที่แบบงานวัดในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งใน กทม (ถ่ายเมื่อ 10 ธ.ค. 2556)



3) ภาพการจัดพื้นที่ของ ดาเตะจิไดมูระ ที่ญี่ปุ่น (ถ่ายเมื่อ 15 เม.ย. 2557)



4) ภาพตลาดสามชุกที่สุพรรณบุรี (ถ่ายเมื่อ 8 ต.ค. 2556)



5) ภาพตลาดปากน้ำปราณ จ.ประจวบฯ (ถ่ายเมื่อ 7 มิ.ย. 2557)



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายธนวรรณ นิธิปภานันท์
วันเดือนปีเกิด	24 กรกฎาคม 2514
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2536: บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ปีการศึกษา 2543: รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย

ผลงานทางวิชาการ

- ธนวรรณ นิธิปภานันท์. (2544). *การเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง: วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์*. ใน รัฐศาสตร์-การบริหาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนวรรณ นิธิปภานันท์. (2557). *การสร้างคามเข้มแข็งในประชาคมอาเซียน*. นำเสนอผลงานทางวิชาการ ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธนวรรณ นิธิปภานันท์. (2558). *กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. นำเสนอผลงานทางวิชาการ ในการประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15 ที่ โรงแรมแอมบาสเดอร์ซีดี พัทยา จัดโดย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนวรรณ นิธิปภานันท์. (2558). หัวหินกับประเพณีประติษฐ์: ศึกษากรณีการประกอบสร้างเพลินวาน. ใน *เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 53 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์* [The Proceedings of 53rd Kasetsart University Annual Conference], (น. 690-697).
- ธนวรรณ นิธิปภานันท์. (กันยายน-ธันวาคม 2558). ประเพณีประติษฐ์กับการเปลี่ยนแปลงที่หัวหิน. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 32 (3).

ประสบการณ์ทำงาน	2538-2558: พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย
-----------------	---