

# การจัดการ “การครอบงำทางวัฒนธรรมแบบใหม่” ของตลาดต้องชม\*

## Management of “The New Cultural Dominance” of Tong Chom Market

พระครูปริยัติกิตติยาภรณ์

Phrakhru Pariyatkittayaphon

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: Suthat429@gmail.com

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ ต้องการเปิดมุมมองการจัดการเกี่ยวกับตลาดต้องชมว่า เป็นการครอบงำสังคมผ่านวัฒนธรรมการบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยการนำตลาดที่มีอยู่แล้วไปติดแบรนด์ ติดฉลากใหม่จากของเก่าให้เป็นของใหม่ผ่านกลไกของรัฐ โดยใช้งานของ เฟรเดริก เจมสัน “กับการเปิดตัวสกุลความคิดแบบหลังสมัยใหม่นิยม” หลังสมัยใหม่นิยม ในฐานะเครื่องมือวิพากษ์ตลาดต้องชม ผ่านลักษณะสำคัญของสังคมและ วิธีคิดแบบสมัยใหม่ ของ เฟรเดริก เจมสัน 5 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้แบบเนื้อหาสาระไม่สำคัญเท่ากับภาพที่เห็น 2) วัฒนธรรมแบบจับฉ่าย การถวิลหาสิ่งที่ขาดหายไปในปัจจุบันด้วยการโหยหาอดีต 3) การล่มสลายของห่วงโซ่ 4) ความหมาย การผลิตซ้ำเทคโนโลยีและความหมาย และ 5) การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นผ่านตลาดต้องชม เป็นต้น

**คำสำคัญ:** การจัดการ; การครอบงำทางวัฒนธรรม; ตลาดต้องชม

### Abstract

This academic article aims to show the perspective on management of Tong Chom Market that it is social domination through consumption culture by rebranding the existing market via the government mechanism and using postmodernism of Frederic Jameson as the tool of criticizing Tong Chom Market through social important characteristics and modernism of Frederic Jameson in five aspects such as perception of contents being

---

\*ได้รับบทความ: 25 ธันวาคม 2561; แก้ไขบทความ: 23 ธันวาคม 2562; ตอรับตีพิมพ์: 25 ธันวาคม 2562

Received: December 23, 2018; Revised: December 23, 2019; Accepted: December 25, 2019



less important than what people see, mixed culture, thinking of the missing things in the present time by thinking of the past, collapse of meaning chain, reproduction of technology and meaning, and change of man-made areas through Tong Chom Market.

**Keywords:** Management; cultural domination; Tong Chom Market

## 1. บทนำ

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการค้าและการดำเนินการด้านการตลาดภายในประเทศ โดยตั้งเป้าให้มีตลาดชุมชนเกิดขึ้นมาทุกมณฑล เพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าโดยตรงแก่ประชาชน กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายใน จึงได้ดำเนินโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่นขึ้น ภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” ดำเนินการพัฒนาหรือยกระดับตลาดที่จำหน่ายสินค้าเกษตร หัตถกรรม ศิลป OTOPs และสินค้าอุปโภคบริโภคของชุมชนที่ผลิตโดยเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน SMEs และคนในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง และส่งเสริมเป็นตลาด “ตลาดต้องชม” ที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีการจำหน่ายสินค้าที่มีความเที่ยงตรง เที่ยงธรรม โปร่งใส มีการปิดป้ายแสดงราคา เครื่องชั่งเที่ยงตรง และจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี ตามเอกลักษณ์พาณิชย์ ควบคุมไปกับการรักษาศิลปวัฒนธรรม และชูอัตลักษณ์ ตลอดจน วิถีชุมชน ตามอัตลักษณ์ของชุมชน “ตลาดต้องชม” นี้ จะเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างอาชีพ สร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นสถานที่ที่ไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่นหรือผู้มาเยือนจากต่างถิ่น ต่างต้องแวะชม แวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอย สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นการดำเนินงานร่วมกับทุกภาคส่วน ในรูปแบบประชารัฐ เพื่อให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพิ่มช่องทางการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้า OTOP และสินค้าของชุมชน ให้แก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย ธุรกิจSMEs สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกรในชุมชน
2. เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าของชุมชน โดยไม่ผ่านพ่อค้ากลาง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าในราคาที่เป็นธรรม
3. กระตุ้นระบบเศรษฐกิจของชุมชน โดยใช้การบริโภคภายในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงเป็นตัวขับเคลื่อน และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ควบคู่กับการสืบสานเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชน
4. สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นตลาดชุมชนในวงกว้าง เพื่อประชาสัมพันธ์และจูงใจให้เกิดการซื้อขายและเข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาดชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย ดำเนินการจัดพิธีเปิดงานตลาดต้องชมและกิจกรรมอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังต่อไปนี้



1. ออกแบบ และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด รวมทั้งพื้นที่ตลาดบริเวณโดยรอบให้มีความเป็นระเบียบ สวยงาม และเหมาะสมกับการเป็นตลาดต้องชม โดยมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าและพื้นที่ทานอาหาร อย่างเป็นสัดส่วน และมีจุดถ่ายภาพ (Photo Landmark) ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของ วิถีชุมชน พร้อมทั้งจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการซื้อขายให้มีสุขอนามัยที่ดี และเกิดความ เป็นธรรมในการซื้อขาย ได้แก่ เครื่องชั่งกลาง หรือถั่งชั่งสกรีนข้อความ และโลโก้ตลาดต้องชม

2. จัดพิธีเปิดงานตลาดต้องชม โดยต้องออกแบบ วางผังการจัดงาน และดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ ที่จำเป็นในการจัดพิธีเปิดงาน พร้อมทั้งจัดทำเวทีหรือซุ้มทางเข้าที่มีชื่อตลาด โลโก้ตลาดต้องชม สัญลักษณ์ กรมการค้าภายใน จัดหาซุ้มหรือโต๊ะสำหรับลงทะเบียน วางอาหารว่างและเครื่องดื่ม จัดหาเก้าอี้สำหรับ ผู้เข้าร่วมงาน จำนวนตามความเหมาะสมของผู้เข้าร่วมงานในแต่ละตลาด

3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น โดยบริหารจัดการจัดหาและ จำหน่ายสินค้าในราคาพิเศษตามชนิด และปริมาณภายใต้วงเงินขดเชยในการจำหน่ายตามที่จ่ายจริงไม่ เกินวงเงินที่กำหนด และตามความเหมาะสม รวมทั้งเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้า OTOP ของชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงมาจำหน่าย

4. ประชาสัมพันธ์พิธีเปิดและสร้างการรับรู้การเป็นตลาดต้องชมผ่านสื่อต่างๆ อาทิ ป้ายชื่อตลาด ป้ายประชาสัมพันธ์การจัดงาน ป้ายบอกทาง รถแห่ เสียงตามสาย เหยียบบทความหรือข่าวประชาสัมพันธ์ ตลาดต้องชม พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ และสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2. มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 เรื่อง ตลาดประชารัฐ

โครงการตลาดประชารัฐเป็นการบูรณาการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบประชารัฐ พัฒนาตลาดใหม่และขยายพื้นที่ตลาดที่มีอยู่เดิม ให้ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มประเภทสินค้าในแต่ละระดับ ทั้งเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการ หาบเร่ แผงลอยรวมทั้งผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มี สถานที่ค้าขาย โดยภาครัฐและภาคเอกชนจะร่วมบูรณาการจัดสรรพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าขายให้ ประชาชนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้ประชุมปรึกษาเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 ลงมติเห็น ชอบในหลักการให้ดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวง คมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด โดยบูรณาการตลาดประชารัฐทั้ง 9 ประเภทภายใต้โครงการตลาดประชารัฐ และให้ดำเนินการพร้อมกันตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2560



การจัดทำคู่มือแนวทางการดำเนินการโครงการตลาดประชารัฐ มุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาแบบบูรณาการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบประชารัฐ ให้เกิดการขับเคลื่อนงานนโยบายสู่การปฏิบัติในพื้นที่ให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐที่ต้องการให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมการพัฒนาชุมชน กรมการปกครอง กรุงเทพมหานคร องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย จังหวัดทุกจังหวัด บริษัท ประชาชนรัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาชนรัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัดและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

#### **ตลาดประชารัฐต้องชม ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์**

ลักษณะตลาด : ตลาดชุมชนที่มีเอกลักษณ์พาณิชย์ (การปิดป้ายแสดงราคา เครื่องชั่งเที่ยงตรง ราคาคือธรรม) และอัตลักษณ์ของชุมชน (ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต) ผสมผสานยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

แนวคิด : ส่งเสริมการจัดการตลาดชุมชนที่มีความพร้อมที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชนกระตุ้นการค้าขาย โดยดำเนินการในปี 2559-2560 จำนวน 151 แห่ง ในปี 2561 คาดว่าจะเพิ่มเติม 77 แห่ง (77 จังหวัด)

พื้นที่ดำเนินการ : ตลาดชุมชน ตลาดน้ำ ตลาดในแหล่งท่องเที่ยว

เวลาทำการ : ขึ้นอยู่กับแต่ละตลาด โดยมีทั้งตลาดที่เปิดเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ เปิดอาทิตย์ละ 3 วัน หรือทุกวัน

สินค้าที่จำหน่าย : (1) สินค้าเกษตร (2) อาหารปรุงสำเร็จ (3) สินค้า OTOP (4) สินค้า Handmade

กลุ่มเป้าหมาย : (1) เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร (2) วิสาหกิจชุมชน (3) ธุรกิจ SMEs (4) ผู้มีรายได้น้อย (5) คนในชุมชน

คุณสมบัติเฉพาะ : เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เป็นไปตามที่แต่ละตลาดกำหนด อาทิ เป็นสินค้าที่เป็นไปตามลักษณะตลาด มีคุณภาพ ราคาคือธรรม และสมเหตุสมผล หากเป็นไปตามเงื่อนไขของตลาด จะพิจารณาให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีรายได้น้อย หรือเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่ที่ตั้งตลาดเป็นลำดับแรก  
ค่าเป้าหมาย : ตลาด 151 แห่ง ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 10-20 รายต่อแห่งรวมกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ 3,080 ราย (Ministry of Interior, Guidelines for the implementation of the civil state market project, 2018)



### 3. ตลาดร่มหุบ

#### ประวัติความเป็นมา

ตลาดร่มหุบ หรือ ตลาดแม่กลอง แต่ชาวบ้านมักจะเรียกว่า ตลาดเสี่ยงตาย เป็นตลาดที่ติดอยู่กับสถานีรถไฟแม่กลอง และเป็นส่วนหนึ่งของตลาดเทศบาลจังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดร่มหุบ เริ่มมาตั้งขายบริเวณทางริมรถไฟประมาณปี พ.ศ. 2527 เป็นตลาดที่อยู่บนทางรถไฟ สายแม่กลอง-บ้านแหลมพ่อค้า-แม่ค้า ตั้งแผงสองข้างทางรถไฟ ส่วนลูกค้าก็อาศัยทางรถไฟเป็นถนน สำหรับจับจ่ายซื้อของ ถ้าใครอยากมาตลาดแห่งนี้ เพื่อดูร่มหุบแล้วละก็ คงต้องมากันให้ถูกเวลา กำหนดเวลาเดินรถไฟสายแม่กลอง-บ้านแหลม เวลาเข้า-ออก (จำนวน 2 โบกี้) คือ ออก : 6.20 น., 9.00 น., 11.30 น., 15.30 น., เข้า : 8.30 น., 11.10 น., 15.30 น., แนนอนว่าเมื่อมีโอกาสมาตลาดแม่กลองแล้ว อาหารที่ขึ้นชื่อว่าอร่อยติดอันดับนั้นก็คือ ปลาหูฉลาม คอหัด ที่ต้องบอกว่าอร่อยที่สุด โดยเฉพาะหน้าหนาว

#### ข้อมูลทั่วไป

สินค้าที่ซื้อขาย : สินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งของแห้ง ของสด หลากหลาย และของขึ้นชื่อของพื้นที่ที่ใครมาต้องซื้อหาติดมือกลับไปก็คือ ปลาหูฉลาม หรือปลาหูฉลามคอกหัด เนื้อหวานมันอร่อยไม่เหมือนกับปลาหูที่ไหน ถือเป็นสุดยอดของปลาหูไทยเลยทีเดียว นอกจากปลาหูแล้วยังมีของฝากพื้นเมืองอื่นๆ เช่น กะปิคลองโคน หอยหลอด หอยดอง ใบชะคราม ลิ้นจี่ ส้มโอ น้ำตาลมะพร้าว กาละแมรมะม่วง ฯลฯ  
ก่อตั้งเมื่อ : 1 มีนาคม 2527 ได้รับการส่งเสริมเมื่อ : 12 ตุลาคม 2560 วันเปิดทำการ : ทุกวัน เวลาเปิดทำการ : 04.00- 17.00 น.

### 4. กลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ

ในระบบทุนนิยม รัฐสร้างสถาบันสังคมมากมายเพื่อปกป้องระบบกรรมสิทธิ์ที่ชัดเจนที่สุดได้แก่ระบบกฎหมาย ซึ่งมีกำลังตำรวจและระบบคุกสนับสนุนในปี 1969 หลุยส์ อันตูแซร์ (Louis Althusser) อ่าน (หรือที่จริงเขียน) อุดมการณ์เยอรมัน และงานชิ้นอื่นๆ ของมาร์กซ์ซ้ำอีกครั้งโดยใช้แว่นของโซซูร์และสัญศาสตร์ เขาเริ่มจากจุดนี้และพยายามอธิบายว่าเหตุผลใดสังคมทุนนิยมจึงสามารถคำนวณตนเองได้ อันตูแซร์เห็นว่า กลไกกดขี่ปราบปราม (The Repressive State Apparatus) ของรัฐทำหน้าที่รักษาความเป็นระเบียบและความสัมพันธ์ทางการผลิตที่เป็นอยู่ในระบบนี้บางคนจำต้องขายพลังงานของตนเพื่อเลี้ยงชีวิต แต่บางคนไม่ต้องเพราะอยู่ได้ด้วยวิธีการลงทุน หากระบบถูกทำลายตรงๆ เช่น เกิดการปฏิวัติหรือประชาชนลุกฮือ กลไกกดขี่ปราบปรามของรัฐก็จะสามารถใช้งานได้ในที่สุด

อย่างไรก็ตามพวกเราส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดแทบจะไม่เคยได้ซื้อแว่นหรือจัดซื้อกับตำรวจหรือศาลเลย อันตูแซร์เห็นว่าพวกเราพากันผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางชนชั้นที่ทุนระบบทุนนิยมอยู่ “ด้วยตัวของพวกเราเอง” ถึงแม้ว่าไม่ใช่สนองกับผลประโยชน์ของเราในระยะยาวก็ตาม คนจนที่ทำงานรับใช้



คนอื่นในศตวรรษที่ 19 ต่างก็ช่วยกันตอกย้ำค่านิยมทางสังคม แม้ว่าทำเช่นนั้นแล้วพวกเขาเกือบทั้งหมดก็ยังคงจนอยู่เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้นเล่า อันตูแซร์ ตอบว่า สาเหตุก็คือกลไกอุดมการณ์ของรัฐยังมีคู่ขนานที่เรียกว่ากลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ (The Ideological State Apparatuses: ISAs) ซึ่งประกอบด้วยสถาบันสังคมต่างๆ ที่ผลิตและผลิตซ้ำความหมายและบรรดาค่านิยมซึ่งโน้มน้าวเราให้คิดว่าควรจะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงรอบๆ ตัวเราอย่างไร กลไกอุดมการณ์ดังกล่าวบอกเราว่างานคือหน้าที่ และผลงานที่ดีนำความสุขมาให้ และเรามีเสรีภาพที่จะหางานใหม่ได้หากเราไม่ชอบงานนี้หรือแม้กระทั่งบอกว่าเราสามารถย้ายไปอยู่คิวบาได้ถ้าเราไม่ชอบระบบทุนนิยม (แต่รายชื่อสถานที่ที่จะให้เลือกไปนั้นเปลี่ยนแปลงได้เร็วมาก เพราะแม้โคโตนัดกำลังยึดครองและเปลี่ยนทั้งโลกให้เป็นตลาดเสรี)

ความลวงตาของอุดมการณ์เหล่านี้แต่ว่าเห็นกันได้ง่าย ๆ อุดมการณ์ไม่ใช่ชุดของความคิดลงลงๆ ที่ยึดเย็ดให้คนเบาปัญญา ถึงแม้ว่าเกือบทั้งหมดของความคิดดังกล่าวจะไม่ตรงกับความจริงนักก็ตามถ้าคุณบังเอิญเป็นคนทำความสะอาดออฟฟิศกะกลางวัน และบังเอิญเป็นแม่ลูกอ่อนด้วยเกือบตลอดเวลาคุณก็คงไม่ได้รู้สึกเป็นสุขกับงานนี้มากนัก ยิ่งกว่านั้นหากคุณไม่มีใบประกาศนียบัตรต่างๆ ด้วยแล้ว งานที่จะหาใหม่ก็คงไม่ได้ดีกว่าเดิมสักเท่าไร อันตูแซร์แจกแจงว่ากลไกอุดมการณ์ของรัฐประกอบด้วย สถาบันศาสนา ครอบครัว ระบบเลือกตั้ง และพรรคการเมือง สหภาพแรงงานต่างๆ ตราบเท่าที่สหภาพเหล่านั้นมุ่งเพียงปรับให้ดีขึ้น โดยไม่มุ่งจะเปลี่ยนระบบนั้น สื่อมวลชน กีฬา วรรณกรรม และศิลปะ และเหนืออื่นใดระบบการศึกษาสถาบันต่างๆ เหล่านี้ แม้มิได้ทำหน้าที่เหมือนกันและมิได้ปราศจากความขัดแย้งภายในซึ่งบางครั้งอาจรุนแรงมากด้วย แต่ก็มีผลรวมเหมือนกันนั่นก็คือทำให้เราเห็นด้วย และพอใจสภาพที่เป็นอยู่ ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว วิธีก็คือทำให้สภาพต่างๆ นั้นดูราวกับสนองประโยชน์ของเราดีที่สุด หรือถ้าเกิดกรณีไม่ดีขึ้นก็ทำให้มันดูเป็นสิ่งที่เลี่ยงไม่ได้ เหนือสิ่งอื่นใดเราจะรู้สึกราวกับว่า เรื่องทั้งหมดนี้แสนชัดเจนแจ่มแจ้งในตัวเอง

เมื่อบทความแปลของอันตูแซร์ เกี่ยวกับกลไกอุดมการณ์ของรัฐ ปรากฏโฉมครั้งแรกพวกเราซึ่งสอนหนังสือในศตวรรษที่ 1970 พวกกันตื่นเต้นที่ได้รับรู้ว่า ระบบการศึกษานั้นเองคือเครื่องมือหลักของอุดมการณ์ นี่เท่ากับว่าเราในฐานะพวกหัวก้าวหน้ามีงานที่ต้องทำตรงประตูหน้าบ้านของตัวเองเลยทีเดียว แทนที่จะไปมัววิเคราะห้เจาะลึกเรื่องที่คนอื่นเขาหยุดงานประท้วงที่ทำงานของเขา ประเด็นหลักของอันตูแซร์ คือโรงเรียนและมหาวิทยาลัยไม่เพียงผลิตคนหนุ่มสาวป้อนตลาดแรงงานทุกระดับของโครงสร้างเศรษฐกิจเท่านั้น เพราะว่าในกระบวนการสอน อ่าน เขียน และคิดเลขก็ผลิตคำสอนเรื่องความเชื่อฟังความสุภาพอ่อนน้อมจิตวิทยาเป็นต้น อุดมการณ์ค้ำจุนระบบด้วยการทำให้เกิดความยินยอมพร้อมใจซึ่งต่างจากการสมรู้ร่วมคิด ตรงที่ว่าประการหลังนี้คือความจงใจชัดเจนกว่า ตัวอาดัมบิตเองไม่ได้ตั้งใจที่จะผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางชนชั้น ที่มีอยู่ตรงข้าม เขาเพียงแต่ทำงานของตนไปอย่างมีความสุข เพราะว่าเจ้าความ



ชื่อตรงในหน้าที่และความสุขนี้เองปกปิดการเอารัดเอาเปรียบและความจริงที่เขาว่า (ไม่มีทางเลือกอื่น) นอกจากจำต้องขายพลังแรงงานเพื่อแลกกับค่าจ้างซึ่งมีค่าน้อยกว่าเงินที่นายจ้างของเขาได้รับจากการขายตราประจำตระกูล ที่เขาแกะสลักอยู่และยิ่งน้อยกว่ารายได้ที่ผู้ซื้อตานั่นอาจได้รับจากค่าเช่าอีกด้วย

อีกด้านหนึ่งนวนิยายเรื่องนี้ก็ไม่ได้ใจปกปิดการเอารัดเอาเปรียบเช่นกัน ทว่าเมื่อสร้างฉากแบบอุดมคติและนำความแตกต่างทางชนชั้น ราวกับสิ่งที่ไม่อาจเลี่ยงได้ และชัดเจนแจ่มแจ้งในตัวเองนั้น ก็เท่ากับว่านวนิยาย “สัจนิยม” เรื่องนี้ผลิตซ้ำภาพลวงตาของความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชนแทนที่สภาพเงื่อนไขที่เป็นจริงของชีวิตผู้คนในยุคหนึ่ง (Catherine Belsey, author of *Apinya, a thriving surname*, translated, 2006)

## 5. เฟรเดริก เจมสัน กับการเปิดตัวสกุลความคิดแบบหลังสมัยใหม่นิยม

บทความของเจมสันเรื่อง Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism ถือเป็นการเปิดตัวความคิดแบบสมัยใหม่นิยมอย่างเป็นทางการ ในโลกวิชาการภาษาอังกฤษ ในบทความชิ้นนี้ของเจมสัน กล่าวถึงลักษณะสำคัญของสังคมและวิถีคิดแบบหลังสมัยใหม่ไว้ 5 ประการ หลังสมัยใหม่นิยมไม่ใช่เรื่องของยุคสมัยของการเปลี่ยนผ่าน จากสมัยใหม่สู่หลังสมัยใหม่แต่คือตรรกะทางวัฒนธรรม (Cultural Logic) ของระบบทุนนิยมตอนปลาย หลังสมัยใหม่นิยมในฐานะที่เป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนผ่านของยุคสมัย หรือสังคมเพราะการแบ่งยุคสมัยแบบนี้ทำให้มองข้ามความแตกต่างและรายละเอียดในแต่ละช่วงเวลาที่ถูกแบ่งไป ทำได้เพียงใช้ภาพการเปลี่ยนผ่านแบบเหมารวมลักษณะเหมารวม (Massive Homogeneity) แบบนี้นำมาทำความเข้าใจหลังสมัยใหม่นิยมในฐานะที่เป็นการครอบงำทางวัฒนธรรมแบบใหม่ (The new Cultural Dominance) เป็นการผสมผสานระหว่างรูปแบบกับเนื้อหาสาระเป็นการครอบงำที่รูปแบบเนื้อหาสาระไปด้วยกัน เป็นการครอบงำในรูปของตรรกะและวิถีคิด เป็นการครอบงำทางวัฒนธรรม รูปแบบใหม่ที่มีช่องว่างให้กับความแตกต่างของท้องถิ่น และเป็นการครอบงำในรูปแบบของการบริหารจัดการความแตกต่างแบบใหม่

หลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) ในฐานะเครื่องมือทางวิชาการ ในการเชื่อมต่อสิ่งต่างๆ ที่ดูเหมือนว่าเข้ากันไม่ได้เข้าด้วยกัน คือ การลบเส้นแบ่งระหว่างศิลปวัฒนธรรมชั้นสูงกับศิลปวัฒนธรรมแบบมวลชน หรือวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์และนำไปสู่การปรากฏตัวของวัฒนธรรมแบบใหม่ ที่เน้นการผสมผสานของสรรพสิ่งนั้น คือ วัฒนธรรมอุตสาหกรรม (Culture Industry) หลังสมัยใหม่ สำหรับเจมสัน ไม่ใช่การพัฒนาขึ้นอีกขั้นของสมัยใหม่นิยม แต่เป็นวัฒนธรรมอีกแบบที่แม้แต่การผลิตศิลปะ หรือสุนทรียศาสตร์ที่มีลักษณะที่ไม่แตกต่างไปจากการผลิตสินค้า



## 6. ลักษณะสำคัญของสังคมและวิธีคิดแบบสมัยใหม่

1. วัฒนธรรมแบบใหม่ที่ไม่มีความลึก (A New Depthlessness) เป็นวัฒนธรรมแบบที่มีความราบเรียบ เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการมองเห็นไม่ใช่ให้ความสำคัญกับความหมาย ที่ซ่อนเร้นอย่างธรรมดาตัวแบบที่เน้นความลึกการรับรู้แบบหลังสมัยใหม่จึงมีลักษณะราบเรียบตื้นเขินเป็นการรับรู้การมองเห็นหรือจ้องมอง ในการรับรู้แบบนี้เนื้อหาสาระไม่สำคัญเท่ากับภาพที่เห็น

2. สภาวะแบบหลังสมัยใหม่ในสังคมแบบนี้ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อีกต่อไป มีแต่การลอกลอกเลียน จับแพะชนแกะ (Pastiche) เป็นการลอกเลียนเลียนแบบ ไม่มีที่วัตถุประสงค์เพื่อการถากถางหรือล้อเลียนอย่างในวิธีคิดแบบสมัยใหม่ หรือวัฒนธรรมแบบจับฉ่าย Eclecticism) การลอกเลียนแบบเลียนแบบยิบบิ้นผสมนี้ จับแพะชนแกะ เป็นไปได้เฉพาะในสังคมที่มูลค่าใช้สอยถูกแทนที่ด้วยมูลค่าการแลกเปลี่ยน ในวัฒนธรรมของการเรียนแบบและสิ่งจำลอง อดีตถูกทำให้กลายเป็นภาพลักษณ์คนในสังคมแบบนี้จะถวิลหาสิ่งที่ขาดหายไปในปัจจุบันด้วยการโหยหาอดีต การพยายามทำให้ปัจจุบันดูเหมือนอดีตเป็นการจำลองอดีตโดยปัจจุบัน เช่น การฟื้นฟูตลาดน้ำในประเทศไทย เป็นต้น

3. แบบภาวะหลังสมัยใหม่ ความแปลกใหม่ของฐานในการสร้างความรู้สึกที่สามารถเข้าใจผ่านมโนทัศน์ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้หรือการจัดระบบของมนุษย์ สิ่งที่น่าสนใจไม่ได้คือการล่มสลายของห่วงโซ่ความหมาย (The Breakdown of The Signifying Chain) ให้ความสำคัญ ให้ความสนใจกับการผลิตคิดค้นเทคโนโลยีแทน เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ธรรมชาติและพระเจ้าในโลกแบบหลังสมัยใหม่คือความเร่งกลายเป็นตรรกะชุดใหม่ของสังคมนี้

4. ความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ เจมสันเห็นว่าในทัศนะแบบมาร์คเทคโนโลยีเป็นผลมาจากการพัฒนาของทุนไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเอง ทฤษฎีมาร์กซิสต์ เทคโนโลยีการผลิตซึ่งนำไปสู่การสร้างเทคโนโลยีแบบอื่นๆ เป็นทุนนิยมแบบตลาด (Market Capitalism) การผลิตส่วนทุนนิยมตอนปลายในปัจจุบันมาพร้อมเทคโนโลยีในการผลิตซ้ำ มากกว่าเทคโนโลยีการผลิตอย่างในทุนนิยมยุคแรกความเร็วคือเทคโนโลยี การคมนาคมสื่อสารและข่าวสารสมัยใหม่ ทำให้ระบบทุนนิยมสามารถพัฒนาไปสู่ระบบทุนนิยมโลก

5. การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่มนุษย์สร้างที่ไม่แตกต่างไปจากวัตถุทางวัฒนธรรมอื่นๆ ดุมีพลังที่จะเติบโตแปรเปลี่ยนไปเป็นสิ่งใหม่ และสร้างความรู้สึกรับรู้แบบใหม่ให้เกิดขึ้น ลักษณะลูกผสมของอาคารหลังสมัยใหม่ ทำให้คนที่เข้าไปในพื้นที่ไม่สามารถจัดวางตัวเองให้อยู่ในตำแหน่งที่ใดเป็นการเฉพาะต้องเขียนแผนที่ขึ้นมาใหม่ของตัวเอง (Cognitive Mapping) เพื่อทำความเข้าใจกับพื้นที่นั้น พื้นที่นั้น สิ่งที่มองเห็นมากกว่าอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่ปัญหาที่สำคัญอยู่ที่ว่า โลกที่มีความสลับซับซ้อนอย่างโลกในยุคทุนนิยมตอนปลายหรือโลกยุคโลกาภิวัตน์ เราจะสามารถนำเสนอโลกที่มีความสลับซับซ้อนแบบนี้ให้ตัวเองเข้าใจได้อย่างไร เราจะทำ “Cognitive Mapping” ได้อย่างไร ความท้าทายของโลกและวิธีคิดแบบสมัยใหม่ ซึ่งเจมสันต้องการฉายภาพให้เราเห็นผ่านบทความที่มีชื่อเสียงชิ้นนี้ของเขา (Chairat



Chareonsinlarn Introduction to Surnames, 2017)

## 7. วิเคราะห์

วัฒนธรรมแบบใหม่ที่ไม่มีความลึก (A New Depthlessness) เป็นวัฒนธรรมแบบที่มีความราบเรียบ เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการมองเห็นไม่ใช่ให้ความสำคัญกับความหมาย ที่ซ่อนเร้น ตลาดต้องชมเป็นเพียงพิธีกรรมที่รัฐอุปโลกน์ขึ้นการออกแบบป้ายใหม่ไปติดกับตลาดที่มีอยู่แล้วโดยผู้ขาย สินค้าก็เป็นคนเดิม สถานที่เดิมโดยไม่มีอะไรใหม่ โดย “จัดทำป้ายชื่อ ตลาดต้องชม ต้องมีความคงทนถาวร สวยงามและโดดเด่น โดยมีรูปแบบสวยงามตามอัตลักษณ์ของชุมชน และมีขนาดตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้จะต้องมีโลโก้และชื่อตลาดต้องชม โดยติดตั้งทางเข้าด้านหน้าตลาดหรือบริเวณที่เหมาะสมที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน”

วัฒนธรรมแบบจับฉ่าย (Eclecticism) การลอกเลียนแบบ เลียนแบบยิบบโน่นผสมนี้ จับแพะชนแกะ เช่น เดียวกับการเตรียมพิธีเปิดของตลาดต้องชมต้องมีขั้นตอน อุปกรณ์ รูปแบบให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันสะท้อนการควบคุมชุมชนผ่านกลไกของรัฐที่จะสนับสนุนให้เกิดตลาด คำถามถ้าไม่ทำตามแบบหรือขั้นตอนจะเป็นตลาดต้องชมไหม? ดังตัวอย่าง กิจกรรมพิธีเปิดตลาดต้องชม โดยต้องออกแบบวางผังการจัดงาน และดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดพิธีเปิดงาน อย่างน้อย ดังนี้ จัดทำเวที ชุมทางเข้าที่มีชื่อตลาดและโลโก้ตลาดต้องชม พร้อมทั้งตกแต่งให้สวยงามเหมาะสมตามอัตลักษณ์ของชุมชน จัดหาโต๊ะสำหรับผู้เข้าร่วมงานลงทะเบียน วางอาหารว่างและ เครื่องดื่ม และวางสินค้าราคาพิเศษที่จะจำหน่ายภายในงาน จำนวนตามความเหมาะสมกับการใช้งาน จัดหาเก้าอี้สำหรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวนตามความเหมาะสมของผู้เข้าร่วมงานในแต่ละตลาดจัดหา โฟเตียม และจัดหาโซฟาที่นั่งสำหรับประธานเปิดงาน จำนวน 1 ชุด จัดทำเทคนิค/กิจกรรมสำหรับประธานเปิดงาน และการแสดงสำหรับพิธีเปิด จัดหาพิธีกรอย่างน้อย 1 คน จัดหาอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวนตามความเหมาะสมของผู้เข้าร่วมงาน จัดหาเครื่องเสียงสำหรับพิธีเปิด จำนวน 1 เครื่อง พร้อมกระแสไฟฟ้า เป็นต้น

ความแปลกใหม่ของฐานในการสร้างความรู้สึกรู้สึกที่สามารถเข้าใจผ่านมโนทัศน์ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นไปจากการรับรู้หรือการจัดระบบของมนุษย์ สิ่งที่น่าเสนอไม่ได้โดยการนำเอา ชุมชนที่นิ่ง หรือโต๊ะสำหรับนั่งพักรับประทานอาหาร อาทิ แคร่ไม้ โต๊ะม้าหินอ่อน ทั้งนี้ต้องมีชื่อตลาด โลโก้ตลาดต้องชม หรือข้อความบ่งบอกถึงการเป็นตลาดต้องชม ถึงขยะ ป้ายชื่อร้านค้า ผ้าปูโต๊ะ ร่มสนาม ผ้ากันเปื้อน ธงราว บรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สินค้า อาทิ ถังกระดาษ ถังผ้ามาแนะนำเสนอผ่านผู้คน การค้าขาย สิ่งที่เราคุ้นชินในชีวิตประจำวันนำเสนอผ่านตลาดต้องชม เช่น “จัดทำจุดถ่ายภาพ (Photo Landmark) อย่างน้อย 1 จุด ในตลาดโดยจุดถ่ายภาพต้องแสดงถึงความเป็นตลาดชุมชนและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนเพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ”



เทคโนโลยีในการผลิตซ้ำ การคมนาคมสื่อสารและข่าวสารสมัยใหม่ การประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชมผ่านสื่อทีวีที่รัฐควบคุมได้ ช่องทางการสื่อสารหรือการส่งจากหน่วยงานหลักตั้งแต่ระดับกระทรวง กรม จังหวัด หรือพื้นที่จัดงาน ช่องทางเว็บไซต์ของรัฐ ป้ายโฆษณา รถแห่ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่ผ่านการผลิตซ้ำของรัฐนั่นเอง ตัวแสดงเก่าในฉากใหม่ เนื้อเรื่องเดิมนั่นเอง การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่มนุษย์สร้าง ไม่แตกต่างจากวิถีทางวัฒนธรรมอื่นๆ คูเต็บโตแปรเปลี่ยน สร้างความรู้สึก การรับรู้แบบใหม่ให้เกิดขึ้นจากของเก่าหรือที่มีอยู่แล้วให้กลมกลืน การเปลี่ยนป้าย สร้างป้ายใหม่ สร้างความรู้สึกแปลกใหม่ของตลาดไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายย้อนยุค มีป้ายบอกทางที่สะดุดตา มีที่นั่งเฉพาะ ผลิตภัณฑ์กระแสว่าต้องมาตลาดต้องชมที่แปลกใหม่ ภายใต้อาณัติของเดิมที่ชุมชน หรือ ท้องถิ่นนั้นมีอยู่แล้ว เช่น สินค้าที่ซื้อขาย : สินค้าพื้นเมือง สินค้าหัตถกรรม อาหารขึ้นชื่อของภาคเหนือต่างๆ เช่น แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม อาหารหมักดอง หรือของป่า เช่น พริกเนื้อสัตว์ป่า สัตว์ป่า ประเพณี แล่น ที่ตลาดทุ่งเกวียน หรือ กาดทุ่งเกวียน เป็นต้น (Marketing System Promotion and Management Division Department of Internal Trade Ministry of Commerce Kad Thung Kwian, 2018)

## 8. สรุป

การสร้างภาพแทนที่ว่านี่คือตลาดต้องชม ตลาดธุรกิจท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน ที่หน่วยงานสร้างภาพแทนว่าเป็นของชุมชน เกิดจากร่วมมือ การส่งเสริมและพัฒนาโดยรัฐ ที่ให้ความสำคัญกับการมองเห็นว่ามีตลาดเกิดขึ้นจริง “แต่ไม่ได้คำนึงถึงความคงทนถาวร หรือการสร้างรายได้จริงจัง ให้คงทนถาวรเหมือนป้ายงานให้กับชุมชน” เมื่อเศรษฐกิจไม่ดี จะให้มีสักกี่ร้อยตลาดประชาชนก็ไม่มีกำลังไปใช้จ่ายใช้สอย การลอกเลียนแบบจากของเดิมที่ชุมชน ตลาดที่มีอยู่แล้วนำมาติดป้ายใหม่ “สร้างแบรนด์ใหม่เหมือนการลอกของเก่าออกแล้วติดฉลากใหม่ในขวดเดิม สินค้าเดิม คนขายเดิม คุณภาพเดิม รสชาติเดิม ที่หลอกล่อผู้ซื้อรายใหม่ที่ลุ่มหลงกับการสร้างภาพมายาวนานคือของใหม่นะ ภายใต้อาณัติของเดิม” ความแปลกใหม่ของฐานในการสร้างความรู้สึปัจจุบันผู้คนในสังคมชอบการโอ้อวดโดยการถ่ายภาพ รัฐจับจี้ผู้คนในสังคมถูกจุด โดยการสร้างป้าย สถานที่ถ่ายภาพ มุม วิว ผู้คน การค้าขายโดยการนำเอาวิถีวัฒนธรรม การใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ในเรื่องของตลาดมาขาย จึงทำให้ชีวิตคนกลายเป็นสินค้า ผ่านเทคโนโลยีในการผลิตซ้ำ การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่มนุษย์สร้าง ให้กับตลาดต้องชม

หมายเหตุ: ผู้เขียนไม่ได้มีเจตนาในการโจมตีการดำเนินงานของรัฐ เพียงแต่อยากเปิดมุมมองที่รัฐใช้กลไก อำนาจ บวกทุน ผ่านการจัดการอย่างเป็นระบบ เข้าครอบงำทางวัฒนธรรมของประชาชน ผ่านตลาดต้องชมนั่นเอง



## References

- Belsey, C. (2006). *Author of Apinya Booming, Sakul. Translation, Behind the popular structure*. Poststructuralism: A Very Short Introduction Sirindhorn Anthropology Public Organization.
- Chairat Chareonsinlarn Introduction to surnames. (2017). ideas behind structuralism : Introducing Poststructuralism.
- Marketing Promotion and Management Division. (2015). *Department of Internal Trade, Ministry of Commerce 563 Nonthaburi Road, Bang Kraso Subdistrict, Mueang District, Nonthaburi Province 11000*, [Online] Source <http://mwsc.dit.go.th>, 10 August 2018.
- Ministry of Interior. (2018). *Guidelines for the implementation of the civil state market project*. [Online] Source: [http://www.market.moi.go.th/download/ manual.pdf](http://www.market.moi.go.th/download/manual.pdf), 13 November 2018.
- Marketing System Promotion and Management Division Department of Internal Trade Ministry of Commerce Kad Thung Kwian 563 Nonthaburi Road, Bang Kraso Sub-district, Mueang District, Nonthaburi Province 11000, Building 2, Floor 7, Room 20711 [Online] Source: <http://mwsc.dit.go.th>, 9 August 2018.

