

บ้านคือวิมานของเรา: ความคิดเกี่ยวกับบ้าน
และครอบครัวของชนชั้นกลางไทย
ทศวรรษ 2520*
(Home Sweet Home: The Ideas of
Home and Family of Thai Middle
Class in 1970s)

ณัฐพงษ์ สกุลเลียว**
(Nattaphong Sakulleaw)

Received: May 2, 2020
Revised: September 5, 2020
Accepted: January 31, 2022

บทความวิจัย
-
วิชาการ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงของระบบความคิด ระบบคุณค่า และระบอบอารมณ์ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับ “ครอบครัว” ของชนชั้นกลางไทย: ทศวรรษ 2520 - ปัจจุบัน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ วัฒนธรรมทางความคิด ระบบคุณค่า และระบอบอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางในสังคมไทยร่วมสมัยได้ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งอยู่ภายใต้กลุ่มวิจัยในโครงการ “ความเปลี่ยนแปลงทางความคิด ระบบคุณค่า และระบอบอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางไทย พ.ศ. 2500 - 2560” ที่มีศาสตราจารย์เกียรติคุณ สายชล สัตยานุรักษ์ เป็นหัวหน้าโครงการ และได้การสนับสนุนทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย แต่ความเห็นในบทความนี้เป็นของผู้วิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป.

** อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร (Lecturer, Department of History, Faculty of Social Sciences, Naresuan University).

บทคัดย่อ

ชนชั้นกลางเติบโตขึ้นมาพร้อมกับการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม วัฒนธรรมการบริโภค และความเติบโตของสังคมเมืองภายหลังทศวรรษ 2500 พวกเขาใช้ชีวิตแบบใหม่และสร้างสรรค์ระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว (family life) แบบใหม่ขึ้นมา ด้วยการดำรงชีวิตท่ามกลางการแข่งขันในระบบทุนนิยมและบรรยากาศที่เลวร้ายลงเรื่อย ๆ ของสังคมเมือง ทำให้พวกเขาจินตนาการถึง “ครอบครัว” ในฐานะที่เป็น “พื้นที่ส่วนตัว” (private space) ที่เต็มไปด้วยความสุขและความสบาย นอกจากนี้ ครอบครัวแบบใหม่ยังเป็น “พื้นที่ทางอารมณ์ความรู้สึก” (space of feeling) ที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก โดยเฉพาะในการวางรากฐานและเยียวยาทางอารมณ์ความรู้สึก ดังนั้น รูปแบบครอบครัวแบบเดิมที่มีบทบาททางด้านเศรษฐกิจเป็นหลักจึงค่อย ๆ ลดความสำคัญลง โดยเฉพาะในหมู่ชนชั้นกลางใหม่ที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง

คำสำคัญ: ครอบครัว, ชนชั้นกลาง, ประเทศไทย, ระบบคุณค่า, อารมณ์ความรู้สึก

ABSTRACT

Since 1970s, the middle class have risen in Thai society along with the expansion of capitalism, consumerism, and urbanization, leading a new way of life while creating new values and new feelings of family life. Living in competitive and poor circumstances of capitalized urban society, they have developed an imagination of “family” as a “private space” of happiness as well as a “space of feeling” responsible for forming emotional basis and healing negative emotions. In this situation, the traditional form of economic - based family has gradually declined, especially among the new middle class in urban areas.

Keywords: Family, Middle Class, Thailand, Values, Feeling

ความนำ

จินตนาการเกี่ยวกับครอบครัวนั้นเป็นประเด็นสำคัญอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ความสมัยใหม่ งานของ David Hamlin (2007) ชี้ให้เห็นว่าชีวิตครอบครัวแบบชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 18 จนถึงต้นศตวรรษที่ 19 เป็นรากฐานอย่างหนึ่งของการเข้าสู่ภาวะสมัยใหม่ของยุโรป ทั้งนี้ การแบ่งแยกพื้นที่ทำงานออกจากพื้นที่ของครอบครัวทำให้หน้าที่ของครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเป็นหน่วยทางสังคมที่มุ่งเน้นผลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สถานะทางสังคม หรือสิทธิทางการเมือง ไปสู่หน่วยทางสังคมที่มุ่งเน้นเรื่องภายใน (internally oriented) โดยเฉพาะในการสร้างสภาวะในเชิงอัตวิสัยของปัจเจกบุคคล (individual subjectivities) ดังนั้น ปัจเจกชนที่มีอิสระและเป็นสมัยใหม่ (the modern, autonomous individual) จึงไม่มีทางเกิดขึ้นได้หากปราศจากการกล่อมเกลาโดยครอบครัว (Hamlin 2007: 24) ส่วนงานของ Leonore Davidoff กับ Catherine Hall (2002: 357 - 396) ได้แสดงให้เห็นว่าชนชั้นกลางอังกฤษในช่วงศตวรรษที่ 18 เริ่มให้ความหมายกับบ้านในฐานะที่เป็นสถานที่ปกป้องสมาชิกจากภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกภายนอก บ้านจึงถูกสร้างขึ้นมาพร้อมกับสำนักสมัยใหม่ โดยเฉพาะสำนักในความสามารถที่จะควบคุมโชคชะตาของตนเอง ดังนั้น บ้านจึงเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคมที่มนุษย์สวมใส่ความหมายลงไป จนบ้านกลายเป็นสิ่งที่ผูกเข้ากับความหอมหวานและอบอุ่นไปด้วยความสบายและความสุข (Davidoff & Hall 2002: 361 - 362)

ในกรณีของประวัติศาสตร์ไทยนั้น แม้ว่าจะมีงานที่ศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ครอบครัวอยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่ก็มุ่งเน้นไปที่การกำหนดนิยามความหมายเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองการปกครองของผู้ปกครองเป็นหลัก (Wongyannava 2018) มิได้ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกโดยผู้คนที่อยู่ในสังคมเองมากนัก ผู้วิจัยเลือกใช้นิตยสาร **บ้านและสวน** ที่ตีพิมพ์ฉบับแรกออกมาใน พ.ศ. 2519 และถือว่าเป็นนิตยสาร How to เกี่ยวกับการจัดการตกแต่งบ้านฉบับแรกและยังคงดำเนินการผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ความยาวนานดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านิตยสารบ้านและสวนสามารถจับรสนิยมของผู้คนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม บทความชิ้นนี้กำหนด

ขอบเขตการศึกษาไว้ในช่วงทศวรรษ 2520 เท่านั้น เนื่องจากเห็นว่าช่วงเวลาดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของจินตนาการเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวแบบใหม่ของคนชั้นกลางในสังคมไทย ทั้งนี้ โดยพิจารณาหลักฐานชุดดังกล่าวควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังทศวรรษ 2500 เป็นต้นมาด้วย

ผู้วิจัยใช้แนวทางการอธิบายของ David Hamlin (2007) และ Leonore Davidoff กับ Catherine Hall (2002: 357 - 396) ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของจินตนาการเกี่ยวกับครอบครัวแบบใหม่กับการก้าวเข้าสู่ความสมัยใหม่ที่ทำให้เกิดการแบ่งแยกพื้นที่แห่งการทำงานออกจากพื้นที่แห่งความเป็นส่วนตัวหรือพื้นที่ของครอบครัวเป็นแนวทางหลักในการสร้างคำอธิบาย อนึ่งเนื่องจากการวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาทางประวัติศาสตร์จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องใช้วิธีการศึกษาทางประวัติศาสตร์ควบคู่ไปกับการพรรณนาวิเคราะห์เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์

การควบคุมประชากร นโยบายการพัฒนา และการเติบโตของสังคมเมือง

ความเปลี่ยนแปลงความหมาย บทบาทหน้าที่ และจินตนาการเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรม ดังนั้น เราจำเป็นต้องพูดถึงนโยบายของรัฐ พัฒนาการทางเศรษฐกิจ และการเติบโตของสังคมเมืองในกรณีของประเทศไทยเสียก่อนที่จะเข้าไปศึกษาความหมายและจินตนาการเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวของคนชั้นกลางไทย ซึ่งอาจนำไปสู่การทำความเข้าใจภาวะความสมัยใหม่ของสังคมการเมืองไทยในลำดับต่อไป

นโยบายการควบคุมประชากร

นับตั้งแต่ทศวรรษ 2500 วิธีคิดเกี่ยวกับประชากรของผู้ปกครองไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่เห็นว่าจำนวนประชากรที่สูงจะส่งผลให้ความมั่นคงของประเทศชาติสูงขึ้นตามไปด้วย จึงมิได้ให้ความสนใจกับการควบคุมประชากรจนทำให้อัตราการเพิ่มประชากรสูงถึงร้อยละ 3.2 ต่อปี ใน พ.ศ. 2503

(Putthapanasub 1996: 1) จนกระทั่งนักวิชาการจำนวนหนึ่งเริ่มวิตกกังวลว่าจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอย่างไม่มีที่ท่าว่าจะหยุดจะกลายเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Praditsil 1990: 222 - 223) และด้วยการทำงานอย่างแข็งขันรวมทั้งการสนับสนุนจากสหรัฐอเมริกา ในที่สุดนโยบายการควบคุมประชากรของประเทศไทยก็ได้ถือกำเนิดขึ้นใน พ.ศ. 2513 จนทำให้อัตราการเพิ่มของประชากรลดลงจากร้อยละ 3.2 ใน พ.ศ. 2503 เหลือเพียงร้อยละ 2.2 ใน พ.ศ. 2524 (Praditsil 1990: 2) ซึ่งถือเป็นนโยบายที่ประสบผลสำเร็จสูงสุดประเทศหนึ่งในเอเชียและในบรรดาประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย จนถึงกับเรียกกันว่าเป็น “การปฏิวัติทางประชากร” หรือ “การปฏิวัติขนาดครอบครัว” (Praditsil 1990: Abstract)

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างและรักษาความชอบธรรมให้กับวาทกรรมการพัฒนาที่นำโดยเผด็จการทหารอีกด้วย เนื่องจากจำนวนประชากรที่ลดลงย่อมทำให้อัตราการว่างงานลดน้อยลง รายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงขึ้น กำลังซื้อของประชาชนเพิ่มมากขึ้น (Praditsil 1990: 244 - 246) นอกจากนี้ ขนาดครอบครัวที่เล็กลงได้ส่งผลให้บทบาทหน้าที่ ทั้งทางกายภาพและทางอารมณ์ความรู้สึกของครอบครัวเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากการมีบุตรน้อยลงก็เอื้อให้พ่อและแม่สามารถ “ลงทุน” ทั้งในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูบุตรและในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกให้กับบุตรได้มากยิ่งขึ้น การเลี้ยงดูและอบรมลูก ๆ จึงถูกเน้นที่เรื่อง “คุณภาพ” และการเลี้ยงดูอย่างมีคุณภาพนั้นก็สัมพันธ์อย่างยิ่งกับความผูกพันที่ใกล้ชิดลึกซึ้งของสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก ด้วยประการฉะนี้ ครอบครัวจึงกลายเป็นหน่วยทางสังคมที่สมาชิกเริ่มผูกพันกันด้วยอารมณ์ความรู้สึกมากยิ่งขึ้น ส่วนในระดับนโยบายของรัฐก็เริ่มเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพราะเมื่อรัฐจำกัดการเกิดของประชากรได้แล้ว ก็จะต้องพิจารณาวิธีให้เด็กที่เกิดมาแข็งแรง สุขภาพดีและเป็นบุคคลที่มีคุณภาพต่อประเทศ (Praditsil 1990: 211)

การขยายตัวของสังคมเมืองและชนชั้นกลาง

ผลประการหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 คือคนงานคอปกขาวเติบโตขึ้น โดยมีภาคธุรกิจการค้าและการเงินเป็นแหล่งจ้างงานใหญ่ของแรงงานคอปกขาว (Phetprasert 2005: 53) “ชนชั้นกลางในเมือง” เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการวิพากษ์วิจารณ์นโยบายทุนนิยมโดยรัฐในช่วงทศวรรษ 2490 และเป็นพลังทางเศรษฐกิจสังคมที่ตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ในเวลาต่อมาด้วย (Sakulleaw 2009)

การขยายโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ในช่วงหลังทศวรรษ 2500 ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ท่าเรือ และการขนส่งมวลชน ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น (Phetprasert 2005: 57 - 58) จนในที่สุดการจ้างงานของภาคการค้า การเงิน และบริการใน พ.ศ. 2538 ได้เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 23.7 ซึ่งสูงกว่าการจ้างงานในภาคหัตถอุตสาหกรรม เหมืองแร่ และการก่อสร้างรวมกัน อีกทั้งมูลค่าผลผลิตของภาคการค้า การเงิน และบริการ ก็สูงขึ้นถึงร้อยละ 39.4 ซึ่งยังคงสูงกว่าภาคหัตถอุตสาหกรรม เหมืองแร่ และการก่อสร้างรวมกัน ดังนั้น เศรษฐกิจไทยจึงนำด้วยภาคการค้าและบริการ แรงงานคอปกขาวจึงมีจำนวนมากว่าแรงงานคอปกน้ำเงิน (Phetprasert 2005: 60) จึงกล่าวได้ว่า นอกจากจะทำให้เกิดการปฏิวัติทางประชากรแล้ว นโยบายการพัฒนายังทำให้เกิดการปฏิวัติทางด้านวิถีการผลิตเช่นกัน กล่าวคือ เมื่อ 40 - 50 ปีก่อน ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศหรือประมาณร้อยละ 80 ยังคงทำงานอยู่ในภาคเกษตร แต่ใน พ.ศ. 2533 - 2534 การทำงานในภาคการเกษตรลดลงเหลือร้อยละ 60 และลดลงเหลือเพียงครึ่งหนึ่งของประชากรหรือร้อยละ 50 เมื่อประมาณ พ.ศ. 2541 และใน พ.ศ. 2548 ประชากรในภาคเกษตรลดลงเหลือเพียงร้อยละ 38 เท่านั้น (Prasartkul, Punpuing, & Vapattanawong 2007: 14)

นอกจากนี้ การเติบโตของการผลิตนอกภาคการเกษตรยังได้ทำให้เขตเมือง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ขยายตัวขึ้นอีกด้วย ในปัจจุบันเกินกว่าร้อยละ 60 ของประชากรวัยทำงาน (อายุ 15 - 59 ปี) ประกอบอาชีพนอกภาคเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ของคนกลุ่มนี้ทำงานอยู่ในเขตเมือง นักประชากรศาสตร์คาดประมาณว่าประชากรเมืองทั้งหมดมีจำนวน 32 ล้านคน (Prasartkul, Punpuing & Vapattanawong

2007: 14 - 15) ในเขตเมืองที่มีความเจริญสูงสุดจึงมีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยใน พ.ศ. 2490 ประชากรของกรุงเทพฯ มีมากกว่าประชากรของเมืองเชียงใหม่ (เมืองใหญ่อันดับสอง) ถึง 21 เท่า ก่อนที่จะเพิ่มเป็น 27 เท่าใน พ.ศ. 2503 และ 32 เท่าใน พ.ศ. 2510 ส่วนใน พ.ศ. 2541 กรุงเทพมหานครมีประชากร 5.6 ล้านคนซึ่งมากกว่าเมืองใหญ่อันดับ 2 ของประเทศ (นนทบุรี) ถึง 28 เท่า (Tangchonlatip 2007: 19) กรุงเทพฯ กลายเป็นเมืองแห่งความแออัด ทั้งที่มีพื้นที่เพียง 1,568.7 ตารางกิโลเมตร แต่กลับมีความหนาแน่นของประชากรถึง 3,631 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร (ข้อมูลใน พ.ศ. 2549) ในขณะที่ประเทศไทยมีความหนาแน่นของประชากรเพียง 122.4 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร (Tangchonlatip 2007: 27)

ตั้งแต่ทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา ความแออัดของกรุงเทพฯ กลายเป็นปัญหาที่ทุกภาคส่วนให้ความสนใจโดยเฉพาะในเรื่องของชุมชนแออัดที่ถูกมองว่าเป็นแหล่งเสื่อมโทรมและเป็นแหล่งบ่มเพาะยาเสพติดและอาชญากรรม อีกทั้งปัญหามลพิษและการจราจรที่ติดขัด ซึ่งทำให้คุณภาพชีวิตของคนสังคมเมืองย่ำแย่ลงไปทุกวัน คอลัมน์ “ช่วยกันจัดเมือง” ที่ลงในนิตยสารบ้านและสวน ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2522 ได้บรรยายสภาพของกรุงเทพฯ ในขณะนั้นว่าเต็มไปด้วยความแออัดและแข่งขันเนื่องจาก “ไม่ได้เตรียมการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการให้พอกับความต้องการ...กลายเป็นสลัมต่าง ๆ หนาแน่น รถบริการก็มีจำนวนไม่พอ ต้องห้อยโหนกัน การจราจรก็ติดขัด...เด็ก ๆ ต้องแย่งกันสอบเข้าโรงเรียนอนุบาล - ประถม - มัธยมศึกษา จนถึงชั้นมหาวิทยาลัย” (Home and Garden, September 1979: 83 - 86) คนกรุงเทพฯ กำลัง “ตายผ่อนส่ง” เนื่องจากต้องอาศัยอยู่ในเมืองที่ “แสงอาทิตย์แทบจะไม่รอดส่องแสงลงสู่พื้นดิน...มองไปในแสงไฟยามค่ำคืนเหมือนมีหมอกควันปกคลุมไปทั่ว นี่แหละความตายผ่อนส่งของคนในตัวเมือง อากาศเป็นพิษ แล้วสุขภาพกายสุขภาพจิตจึงเสื่อมโทรม...ต้องแย่งกันให้ชีวิตอยู่รอดไปหมด” (Home and Garden 1980: 59)

มีเพียงสภาพแวดล้อมที่เลวร้ายเท่านั้น แต่ชีวิตการทำงานก็เลวร้ายไม่แพ้กัน เพราะเต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งความ “เน่าบูด” ซึ่งบั่นทอนคุณค่าในชีวิตของชนชั้นกลางลงไปอย่างมาก ดังความว่า

“...ลักษณะในงานในเมืองไทยทุกวันนี้ คงมีงานไม่กี่อย่างและไม่กี่แห่ง ที่เปิดโอกาสให้คนได้แสดงความสามารถอย่างเต็มที่...โดยมากมักได้ยินแต่เสียงบ่น เช่น ระบบงานไม่ได้ ไม่มีเป้าหมาย นายไม่ดี ลูกน้องไม่เอาไหน เล่นพรรคเล่นพวก ฉ้อราษฎร์บังหลวง ฯลฯ เป็นต้น บรรยากาศที่เน่าบูดของการทำงานได้ทำลายคนดี ๆ ไปแล้วจำนวนมากมิใช่น้อย...กลายเป็นคนหมั่นเพียรชีวิต ไม่มีความคิดสร้างสรรค์อีกต่อไป หรือไม่ก็กลายเป็นคนมองโลกในแง่ร้าย วัน ๆ ...[ซึ่ง]เขามักจะลืมไปว่า นอกเหนือจากที่ทำงานแล้ว ยังมีอีกสถานที่หนึ่งซึ่งต้องการเขาอย่างยิ่ง นั่นคือบ้าน บ้านเป็นโลกส่วนตัวของเขา ที่เขาจะสร้างสรรค์เนรมิตมันอย่างไรก็ได้”

(Home and Garden, February 1978: 7)

จะเห็นได้ว่า “โลกภายนอก” ทำให้คุณภาพชีวิตของชนชั้นกลางย่ำแย่ลงเรื่อย ๆ หนทางที่พวกเขาพอจะแก้ไขได้ด้วยตนเองก็คือการสร้าง “โลกภายใน” นั่นก็คือ “ชีวิตครอบครัว” ที่สุขสงบ ร่มเย็น และเป็นส่วนตัวขึ้นมาในฐานะคู่ตรงกันข้ามกับ “โลกภายนอก” ที่เต็มไปด้วยความเลวร้าย มลพิษ และการแข่งขัน ในแง่นี้ “บ้าน” และ “ครอบครัว” จึงกลายเป็นพื้นที่ของการเยียวยาและกล่อมเกลาทางอารมณ์ความรู้สึก เพื่อให้ชนชั้นกลางสามารถกลับไปต่อสู้แข่งขันใน “โลกภายนอก” ได้อีกครั้งหนึ่ง ดังนั้น “บ้าน” หรือ “ครอบครัว” จึงถูกสร้างให้เป็นเสมือนปราการแห่งความร่มเย็น เป็นพื้นที่แห่งความสุนทรีย์และความสุข เป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยภัยอันตรายอันจะเกิดขึ้นได้ในโลกภายนอก นอกจากนั้น ภายใต้การให้ความหมายใหม่กับบ้านและครอบครัวดังกล่าวยังมีระบบคุณค่าแบบใหม่ของชนชั้นกลางแฝงอยู่ด้วย

บ้านคือวิมานของเรา: ความคิดสร้างสรรค์และครอบครัวที่ มุ่งเน้นอารมณ์ความรู้สึกภายใน

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่กระจุกตัวหนาแน่นอยู่ในกรุงเทพฯ ได้ทำให้แบบแผนการใช้ที่ดินในกรุงเทพฯ เปลี่ยนแปลงไป โครงการบ้านจัดสรรตามชานเมืองได้กลายเป็นทางเลือกหลักในการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของสังคมเมือง ดังที่โฆษณาของหมู่บ้านจัดสรรหมู่บ้านหนึ่งที่ใช้อธิบายว่า “ซีวิกเฮาส์ซึ่งอยู่ในย่านที่พักอาศัย บริเวณโดยรอบสะอาด ไม่มีโรงงานต่าง ๆ สิ่งกลิ่นควัน หรือเสียงรบกวนจากการจราจรจะไม่มีโดยเด็ดขาด” (Home and Garden, March 1978: 50) การขยายตัวของที่อยู่อาศัยแบบใหม่นี้ทำให้พื้นที่ดินตามชานเมืองโดยเฉพาะด้านเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ ขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วด้วยโครงการหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ (Home and Garden, March 1978: 47) ส่วนที่อยู่อาศัยบริเวณใจกลางเมืองก็จะกลายเป็นตึกแถว ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม¹

การเกิดขึ้นของนิตยสารบ้านและสวน ใน พ.ศ. 2519 ที่นำเสนอวิธีการจัดและตกแต่งบ้านและสวน ราคาวัสดุก่อสร้าง ข่าวดาราในวงการอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านจัดสรรโครงการต่าง ๆ จึงเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของความต้องการที่จะมีบ้านและครอบครัวแบบใหม่ของคนชั้นกลางได้เป็นอย่างดี นิตยสารดังกล่าวจึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางตั้งแต่ “เด็กแก้วขอบ” ที่ “บ้านรับหนังสือบ้านและสวนทุก ๆ เดือนและหนังสือบ้านและสวนมีเป็นตั้ง ๆ” (Home and Garden 1980: 19) หรือ “ครูเมืองสิงห์” ที่เห็นว่าบ้านและสวนเป็น “สื่อเชื่อมความเจริญจากในกรุงและบ้านนอกได้เป็นอย่างดี...ผมทราบว่าคุณชั้น

¹ ความเป็นนิยมในตึกแถวสำหรับอยู่อาศัยก็หันเหมาสู่รูปแบบใหม่ คือตึกแถวเหล่านั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงหน้าตาไป ความเป็นบ้านมากขึ้น คือด้านหน้ามีรั้วระย้าเข้าไป ทำให้เหลือที่เป็นสนามครึ่งหนึ่ง อีกครึ่งหนึ่งจอดรถได้ แปลนภายในก็มีการแบ่งห้องทับกันเป็นสัดส่วน มีห้องรับแขก ห้องนอน ฯลฯ จากรูปร่างแคบ ๆ ยาว ๆ อันน่าเบื่อของห้องแถวก็เลยกลายมาเป็นบ้านแถวหรือในชื่อใหม่ที่เรียกกันโก้หรูว่า “ทาวน์เฮ้าส์” (Home and Garden, March 1978: 53).

กลางอุดหนุนบ้านและสวนของคุณมาก” (Home and Garden, August 1979: 135) จนมี “จดหมายเป็นจำนวนนับร้อยที่ได้ส่งเข้ามา เพื่อต้องการให้ทางเรา [กองบรรณาธิการ] ออกแบบบ้านให้ในลักษณะที่ไม่ซ้ำกันเลย” (Home and Garden, January 1978: 18) ดังนั้น คอลัมน์ต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารดังกล่าวย่อมสะท้อน (รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสร้าง) ระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกแบบใหม่ ๆ ของชนชั้นกลางในช่วงเวลาดังกล่าวออกมาด้วย

1. ความเป็นมืออาชีพ

นิตยสารบ้านและสวนถูกจัดทำขึ้นโดยสถาปนิกและมัณฑนากร “มืออาชีพ” ที่ต้องการจะย่อย “หลักวิชาการ” เกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวนให้กลายเป็นสิ่งที่ชนชั้นกลางทั่ว ๆ ไปเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แต่ก็ไม่ถึงขั้นกับ “เบาโหวง” (Home and Garden, November 1979: 10 - 11) การจัดการบ้านอย่างมี “หลักวิชา” จึงเป็นสิ่งที่ถูกนำเสนออยู่ตลอดเวลาในเนื้อหาของนิตยสาร ทั้งนี้ความชื่นชมและภาคภูมิใจในความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านยังสะท้อนออกมาอย่างชัดเจนจากโฆษณาสินค้าที่มักจะใช้ “ผู้เชี่ยวชาญ” ในสาขาวิชาต่าง ๆ มาเป็นคนโปรโมทสินค้า เช่น โฆษณาเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเพดเดอร์ที่ใช้ทั้ง “นักเศรษฐศาสตร์” และ “วิศวกร” มืออาชีพมาเป็นนายแบบโฆษณาสินค้า โดยมีข้อความในโฆษณาว่า “เดี๋ยวนี้นักเศรษฐศาสตร์ต่างยอมรับว่า เพดเดอร์สให้ความเย็นเฉียบเหนือใคร ที่ประหยัดไฟมากกว่า” และ “เดี๋ยวนี้วิศวกรต่างยอมรับว่า เพดเดอร์ส ให้พลังความเย็นเฉียบที่ประหยัดไฟได้มากกว่า” (Home and Garden 1980) เช่นเดียวกับกับโฆษณาแอร์ยี่ห้อยอร์ค ที่ใช้ทั้งห้างเซ็นทรัล ธนาคารกรุงเทพสำนักงานใหญ่ และโรงแรมโอเรียนเต็ลในการโปรโมทสินค้า โดยจงใจให้เห็นว่าขนาดบริษัทมืออาชีพนขนาดใหญ่ยังเลือกใช้สินค้าดังกล่าว ดังข้อความว่า “แอร์ยอร์คจึงได้รับการยอมรับจากผู้บริหารของเซ็นทรัลพลาซ่า...บ้านคุณก็เย็นเหมือนเซ็นทรัลพลาซ่าได้ถ้าเลือกยอร์ค” และ “ขนาดธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ยังเลือกใช้ ผมถึงมั่นใจ แอร์ยอร์ค” “บ้านคุณก็เย็นเหมือนโอเรียนเต็ลได้ถ้าเลือกยอร์ค” (Home and Garden, March 1986)

กล่าวได้ว่า โฆษณาสินค้าต่าง ๆ เหล่านี้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชนชั้นกลางที่กำลังปั่นป่วนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมีความใฝ่ฝันว่าความชำนาญเฉพาะด้านที่ได้รับมาจากการศึกษาในระดับสูงนั้นจะเป็นบันไดที่นำพาพวกเขาขึ้นไปสู่

“ความสำเร็จ” ในหน้าที่การงานและการดำรงชีวิต ซึ่งสิ่งที่จะบ่งชี้หรือทำให้ความสำเร็จจับต้องมองเห็นได้เป็นรูปธรรมก็คือการบริโภควัตถุหรือสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีบ้านส่วนตัวสักหลังและรถยนต์สักคันไว้ขับจากบ้านชานเมืองเข้ามาทำงานนั่นเอง

2. อดออม คุ่มค่า และสามารถใช้จ่ายประโยชน์ได้สูงสุด

แม้ว่าผู้ผลิตนิตยสารจะเห็นว่าแบบบ้านที่ถูกนำเสนอเป็นแบบบ้านสำหรับชนชั้นกลาง ๆ ทั่วไป แต่ก็มีผู้อ่านจำนวนหนึ่งรู้สึกว่แบบบ้านและสวนที่นำมาลงนั้นหรูหราเกินไปจน “บุคคลระดับปานกลางคงจะไปตามแนวคุณไม่ถึงแน่ ๆ ...ดิฉันจึงคิดว่าคุณควรจะเอาใจคนชั้นกลางบ้างสิคะ” (Home and Garden, June 1984: 14) จนผู้อ่านบางคนก็เขียนจดหมายมาแนะนำว่า “น่าจะได้หาลักษณะบ้านที่สวยงามแปลกตา แต่เป็นบ้านของชาวบ้านธรรมดาทั่วไป ไม่ใช่แบบที่นำลงประจำอยู่นั้นราคานับหลายล้านบาท ถ้าทำได้คิดว่าผู้ซื้อไปอ่านจะได้ประโยชน์มากกว่านี้” (Home and Garden, June 1984: 44 - 45) หรือแนะนำให้กองบรรณาธิการ “ออกต่างจังหวัดไปสืบเสาะดูบ้านพักของข้าราชการที่เขาจัดไว้สวย ๆ มาลงบ้างได้ไหมคะ ตัวอย่างเช่น บ้านพักอาจารย์มหาวิทยาลัย อาจารย์วิทยาลัยครู บ้านพักของข้าราชการมหาดไทย ป่าไม้ ฯลฯ” (Home and Garden, March 1983: 12)

ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวกองบรรณาธิการได้เน้นย้ำอยู่เสมอว่าการสร้างสรรค์บรรยากาศที่ดีขึ้นมาในบ้านได้นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับ “ฐานะความร่ำรวย” ของเจ้าของบ้านแต่อย่างใด เนื่องจาก “ความใหญ่โตของตัวบ้านก็ดี ความหรูหราของเครื่องตกแต่งราคาแพงก็ดี ก็หามีความสำคัญอันใดไม่...ฐานะทางสังคมหรือทางเศรษฐกิจของเจ้าของบ้านก็ได้เป็นปัจจัยสำคัญอะไรนัก...เพราะความหวานหรือความอบอุ่นของบ้าน มิได้ขึ้นอยู่กับสิ่งเหล่านั้น” (Home and Garden, March 1979: 38 - 41) ในทางตรงกันข้าม การใช้ “ของหรู” หรือการทุ่มเทเงินทองลงไปกับ การตกแต่งบ้านกลับจะกลายเป็นโทษเพราะบ้านที่แต่งอย่างหรูหราราวกับวังนั้น “มักมีเอาไว้โชว์อย่างเดียว แต่หาประโยชน์ไม่ค่อยได้” (Home and Garden, March 1983: 60) หรือพูดอีกอย่างหนึ่งก็คือ “ปลูกบ้านไว้สำหรับอวดชาวบ้านอย่างเดียว จะอยู่จริง ๆ จัง ๆ ก็อยู่ไม่ได้สบาย” (Home and Garden, August 1981: 40) การตกแต่งบ้านแบบพวกเศรษฐีที่ “สักแต่ซื้อของแพง ๆ มาใส่บ้านนั้นไม่เป็น

ตัวอย่างที่ดีแก่ใครทั้งสิ้น...มองไปทางไหนก็เห็นแต่เงิน ไม่มีวิญญูณของบ้านให้สัมผัส” (Home and Garden, June 1978) ดังนั้น “เงิน” หรือ “ความหรูหรา” จึงมิใช่ปัจจัยสำคัญของการตกแต่งบ้านให้สวยงามอยู่ หากแต่อยู่ที่ความคิด รสนิยม ความสามารถจัดสรรพื้นที่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด วิธีคิดทั้งหลายเหล่านี้ย่อมสะท้อนให้เห็นว่าวิธีคิดและระบบคุณค่าแบบใหม่ของคนชั้นกลางกำลังก่อตัวขึ้นมา

นิตยสารบ้านและสวน เห็นว่า “ความสวยงามจะต้องราคาถูกและรับใช้ชนทุกระดับ” (Home and Garden, April 1978: 48) จึงพยายามนำเสนอการตกแต่งบ้านอย่างประหยัด (Home and Garden, January 1980: 10) เพราะ “เดี๋ยวนี้ไปทางไหน ใคร ๆ ก็พูดถึงแต่ความประหยัด...ไม่ว่าคนระดับไหนก็ต้องคิดถึงความประหยัดทั้งนั้น” (Home and Garden, April 1980: 70) อย่างไรก็ตาม ความประหยัดที่ถูกนำเสนอไม่ได้หมายความว่าต้องใช้งบประมาณที่ต่ำสุดเสมอไป เพราะย่อมขัดแย้งกับวิถีชีวิตของคนชั้นกลางที่ใฝ่ฝันถึงความร่ำรวยและความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยในวัฒนธรรมบริโภค เพียงแต่ว่าการเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ นั้นจะต้องคำนึงถึง “ความคุ้มค่า” อีกด้วย การใช้สินค้าราคาแพงจึงสามารถทำได้ถ้าหากว่าสินค้านั้นมีความทนทานและ “คุ้มค่า” มากกว่าการใช้สินค้าราคาถูก (Home and Garden, April 1980: 83)

ในอีกด้านหนึ่ง การใช้สินค้าราคาถูกก็ไม่ได้หมายความว่ากลายเป็น “คนไร้รสนิยม” เนื่องจากความสวยงามเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกส่วนบุคคล ความงามเกิดจาก “การได้สัมผัสทางประสาททั้งห้า ส่วนเงินเป็นเพียงเครื่องตัดสินให้ใครได้เป็นเจ้าของเท่านั้นเอง...การจะตัดสินว่า คุณค่าของรสนิยมในของแต่ละชิ้นแตกต่างกันมากขนาดไหน ก็เป็นเรื่องยากทีเดียว” (Home and Garden, October 1979: 63) การตกแต่งสวนก็เช่นเดียวกัน ไม่สามารถวัดความสวยงามด้วยราคาและความหายาก เพราะ “ต้นไม้แต่ละชนิดนั้นมันมีค่าอยู่ในตัวของมันเองทั้งสิ้น” (Home and Garden, April 1980: 117) ดังนั้น แบบบ้านที่ถูกนำเสนอในบ้านและสวน จึงเน้นที่คุณสมบัติ 3 ประการคือ “เน้นการจัดเนื้อที่ใช้สอยภายในให้สามารถใช้ชีวิตครอบครัวได้อย่างมีความสุข เน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อที่อาคารกับการจัดธรรมชาติแวดล้อมในบ้าน...และเน้นการประหยัดให้อยู่ในวิสัยที่เรา ๆ ท่านจะพอมีเงินปลูกได้ ส่วนรูปทรงภายนอกที่จะให้ความรู้สึกโอ้อ่าหรูหรานั้นเราให้ความสำคัญ

น้อย” (Home and Garden, August 1979: 11)

การนำเสนอเรื่อง “ความคุ้มค่า” และ “รสนิยม” หรือความงามที่ขึ้นอยู่กับอัตวิสัยส่วนบุคคลเช่นนี้เปิดโอกาสให้ชนชั้นกลางทุกระดับสามารถมี “บ้านในฝัน” ได้อย่างเต็มภาคภูมิ เพราะสามารถออกแบบและเลือกสรรสินค้าที่มีความเหมาะสมกับระดับรายได้ของตนเอง ซึ่ง “คนที่มีบ้าน ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด...[ต่าง] ดูน่าภาคภูมิใจในความเป็นเจ้าของไปเสียทั้งนั้น...จะอยู่กันแบบไหนก็แล้วแต่ การแต่งบ้านให้เหมาะกับสถานการณ์ละสวยตามสภาพ จึงเป็นเรื่องที่ควรสนับสนุนกัน” (Home and Garden, March 1978: 55)

3. คุณค่าของความคิดสร้างสรรค์

เมื่อเงินทองหรือความร่ำรวยไม่ใช่หัวใจของการตกแต่งบ้าน สิ่งที่สำคัญที่สุดในการตกแต่งบ้าน (ไม่ว่าจะใช้ของถูกหรือของแพง) จึงขึ้นอยู่กับการออกแบบบ้านให้ก่อให้เกิดความรู้สึกบางอย่างขึ้นภายในและทำให้เจ้าของบ้านสามารถอยู่อาศัยได้อย่าง “สบาย ไม่ร้อน หรือคับแคบ หรือทำให้ต้องใช้ชีวิตที่ไม่สะดวกเท่าที่ควรจะเป็น” (Home and Garden, April 1980: 83) บ้านที่ทั้งสวยและอยู่สบายนั้นมาจากการ “ลงทุนด้วยสมอง” และความพิถีพิถันในการจัดวางที่สนองประโยชน์ใช้สอยเต็มที่ รูปทรงของเครื่องเรือนมีความสัมพันธ์กัน รวมไปถึงโครงสร้างซึ่งมีความประสมกลมกลืน (Home and Garden, April 1982: 43) เหมือนอย่างที่บทความชิ้นหนึ่งได้เปรียบเปรยหลักการเลือกใช้และผสมผสานสิ่งของที่นำมาตกแต่งบ้านที่สะท้อนถึงการใช้ชีวิตท่ามกลางการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่แบ่งทุกสิ่งทุกอย่างออกเป็น ส่วน ๆ ว่า

“...ถ้าคุณเป็นนักฟังเพลงด้วยก็คงทราบว่าจะซื้อเครื่องเสียงดี ๆ นั้นจำเป็นต้องซื้อแยกเป็นชิ้น ๆ และแต่ละชิ้นก็ต่างยึดกันจากจุดเด่นในฝีมือของแต่ละบริษัทผู้ผลิตเป็นเหตุ ดังนั้น คุณต้องมีความรู้มากเพื่อหายุ่หื้อและโมเดลต่าง ๆ ที่จะสัมพันธ์กันได้อย่างดีที่สุด โมเดลที่วิเศษที่สุดของยี่ห้อหนึ่งอาจลื่นซื่อไปเลยถ้ามาต่อกับอีกยี่ห้อหนึ่งที่ไม่สัมพันธ์กัน เพราะมันอาจแสดงสมรรถนะไม่ได้เต็มตามที่ควรจะเป็น ทำนองเดียวกับ

การตกแต่งภายในบ้าน คุณคงทราบดีว่าองค์ประกอบแต่ละชิ้นนั้นก็มียี่ห้อเด่นของเหมือนกัน อาทิเช่น พรหมทอมือก็ต้องมาจากอิหร่าน โคมไฟวิจิตรที่สุดของเยอรมัน เครื่องเรือนแสนแพงสุดยอดจากอิตาลี ภาพเขียนประดับบ้านควรเมล์มาจากฝรั่งเศส ฯลฯ แต่ความเด่นเหล่านี้ไม่อาจเอามารวมกันได้ถ้าหากไม่รู้จักจัดความสัมพันธ์ให้มัน การตกแต่งภายในที่ดีจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงความแข่งเด่นการสร้างภาพประสาณกลมกลืนเป็นวิธีเดียวเท่านั้นที่จะช่วยให้งานตกแต่งภายในบรรลุความสำเร็จ...”

(Home and Garden, June 1980: 19)

ดังนั้น การเป็น “ผู้มีรสนิยมดี” ในด้านความเป็นอยู่จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับความร่ำรวยเงินทอง แต่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ในการเลือกใช้และจัดวางสิ่งของต่าง ๆ เพราะ “เราอาจซื้อเครื่องเรือนสำเร็จรูปได้ก็จริง แต่หัวใจในการประดับประดาตกแต่ง โดยเฉพาะในการสร้างสรรค์ ‘บรรยากาศ’ ในการเป็นบ้านอย่างแท้จริงนั้น อยู่ที่ตัวเราเป็นเจ้าของทั้งสิ้น” (Home and Garden, August 1980: 10) เช่นเดียวกันกับการจัดสวน ที่ส่วนหนึ่งคือการค้นหาวิธีที่จะใช้สิ่งของที่เป็นเศษวัสดุเหลือใช้นำมาตกแต่งให้สิ่งของนั้นมีคุณค่าขึ้นในทางศิลปะ “บางท่านอาจคิดว่าต้องใช้ของที่มีค่าราคาแพง นั่นเป็นการแสดงออกที่อวดตนและเห่อไม่ถูกทาง พึงระลึกเสมอว่า สิ่งใดก็ตามนำมาประดับตกแต่ง และวางให้ถูกที่ของมันแล้วคุณค่าย่อมจะเกิด” (Home and Garden, January 1978: 91)

การใช้ความคิดสร้างสรรค์เช่นนี้ยังถูกเชื่อมเข้ากับความสุขในชีวิต เพราะผู้ที่รู้จักปรับปรุงแต่งบ้านของตนเองให้เป็นที่พอใจแห่งตนอยู่เสมออันถือว่าเป็นผู้ที่ “ยังมองเห็นความงามของการมีชีวิต” (Home and Garden, February 1978: 7) ส่วนบรรยากาศของบ้านที่น่าอยู่นั้นไม่ได้เกิดจากการลงทุนแต่ตัวเงินเพียงอย่างเดียว “หากแต่เขาลงทุนด้วยสมอง เพื่อให้มีหลักในการอยู่อาศัยที่ดี ถึงแม้จะได้ของมีราคาก็เป็นของที่เลือกแล้วว่าจะให้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า และนำมาใช้ได้เข้ากับสไตล์การ

ตกแต่ง อย่างนี้เราก็จะได้บ้านที่สวยงามและมีประโยชน์ด้วย” (Home and Garden, March 1983: 60) บ้านที่สวยงามและแปลกตาตามจินตนาการสร้างสรรค์ย่อมสร้างความภูมิใจให้เจ้าของบ้าน “เพราะทุกสิ่งมาจากความคิดของตัวเอง ย่อมจะต้องนำภูมิใจกว่าคนอื่นคิดให้เป็นธรรมดา” (Home and Garden, July 1978: 38 - 40) อย่างไรก็ตาม การนำเสนอการตกแต่งบ้านอย่างประหยัดนั้นก็มีปัญหาอยู่ไม่น้อย ดังที่นักเขียนคนหนึ่งได้เล่าว่า

“...มีผู้อ่านมาบอกกับผมว่าแนวคิดประหยัดบางอย่างที่ลงไปนั้นดูออกจะเลอะเทอะไปหน่อย เช่นไปเอากระป๋องกระป๋องอะไรต่ออะไรมาทาสีเข้าแล้วก็หาว่ามันเป็นเครื่องเรือน นัยว่ารสนิยมต่ำเกินไป แต่พอคราวที่ลงรูปบ้านสวย บังเอิญเห็นโคมระย้าเข้าพวงทีเดียว อีกหลายท่านก็ค่อนข้างจดหมายว่า ทำไม่ถึงลงแต่เรื่องที่ชาวบ้านเขาไม่มีปัญญาจ่าย แสดงว่าผู้อ่านบ้านและสวนนั้นมีทุกระดับรสนิยมและรายได้...”

(Home and Garden, October 1979: 63)

จะเห็นได้ว่า ความใหญ่โตของตัวบ้านก็ดี ความหรูหราของเครื่องตกแต่งราคาแพงก็ดี ให้ความสำคัญอันใดไม่ (Home and Garden, March 1979: 38) ความคิดฟุ้งเพื่ออยากได้ในสิ่งที่เกินฐานะตน เช่น “เป็นแค่ราชการซี 3 ซี 4 แต่อยากได้งาช้างมาประดับห้องรับแขก” ก็ไม่จำเป็นเพราะ “บ้านคนทุกระดับฐานะและทุกรูปแบบ อยู่ในวิสัยที่จะปรุงแต่งให้รู้สึกลงตัว น่าอยู่ได้ทั้งนั้น ด้วยวิธีการอันหลากหลาย แล้วแต่ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคนไป” (Home and Garden, February 1978: 7) ดังนั้น บ้านจึงเป็นตัวชี้ให้เห็นความเป็นปัจเจกหรือบุคลิกเฉพาะตัวของเจ้าของเพราะปรัชญาของการอยู่อาศัยของแต่ละคนก็ย่อมมีข้อแตกต่างกันออกไป (Home and Garden, February 1984: 64 - 67)

อนึ่ง ดูเหมือนว่า “ความคิดสร้างสรรค์” เป็นสิ่งที่ถูกเน้นย้ำมากตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา นอกจากจะผ่านการจัดตกแต่งบ้านเรือนของตนเองดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้ว “การเลี้ยงลูก” ของชนชั้นกลางในเวลานี้ก็เน้นที่ความพยายาม

จะทำให้ลูกเติบโตขึ้นอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ด้วย ดังจะเห็นได้จากหนังสือรักลูกให้ถูกทาง ซึ่งนอกจากจะระบุวิธีการเลี้ยงดูบุตรในแต่ละช่วงวัยแล้ว ยังเน้นย้ำเป็นพิเศษในเรื่องการเลี้ยงดูให้บุตรมีความคิดสร้างสรรค์

วิธีการเลี้ยงดูบุตรให้มีความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวย่อมให้ภาพความสัมพันธ์ภายในครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย เพราะพ่อแม่จะต้องใช้ “การพูดคุยด้วยเหตุผล” ต้องมองว่า “ลูกเป็นอีกบุคคลหนึ่ง” ที่จะต้องมีวิถีชีวิตที่มีความคิดของตนเอง และต้องให้เขาได้ตัดสินใจด้วยตัวของเขาเอง พ่อแม่ไม่ควรเข้าไปปกป้องลูก ป้อนสิ่งต่าง ๆ ให้กับลูก หรือตัดสินใจแทนลูก (Love your children in the right way 1990: 136) กล่าวได้ว่า การพูดคุยใช้เหตุผลและการเคารพในความเป็นปัจเจกบุคคลล้วนเป็นคุณค่าที่ได้รับการเชิดชูในสังคมสมัยใหม่ที่อิงอยู่กับความเป็นประชาธิปไตย ด้วยความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่ลูกจึงมีลักษณะเป็น “แนวระนาบ” และเป็น “ประชาธิปไตย” มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อลูกเข้าสู่วัยรุ่น (12 - 18 ปี) พ่อแม่ควรลดลักษณะเผด็จการลงและส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตยและการแสดงออกทางความเป็นตัวของตัวเองให้มากขึ้น (Love your children in the right way 1990: 22) ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีการเสนอให้เกิด “สภาครอบครัว” ขึ้นเพื่อให้พ่อแม่ลูกได้ปรึกษาหารือกันด้วยเหตุผลกันอย่างสม่ำเสมอ ตามเวลาที่กำหนดไว้อีกด้วย เพราะเห็นว่า “มีประโยชน์ในการช่วยสร้างและส่งเสริมความเข้าใจในบ้าน ลดความตึงเครียดในบ้าน ช่วยให้ลูกกล้าแสดงออกและมีความเชื่อมั่น ที่สำคัญเป็นการสร้างประชาธิปไตยในบ้านด้วย” (Love your children in the right way 1990: 137 - 138)

4. ความสุขสงบที่เกิดขึ้นจากภายใน (บ้าน)

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วได้ทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นเมืองโตเดี่ยวและผู้คนก็ต้องดำรงชีวิตในบรรยากาศที่เลวร้ายมากขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับชีวิตทางเศรษฐกิจในโลกของทุนนิยมทำให้ชนชั้นกลางต้องอยู่ท่ามกลางความตึงเครียดและแข่งขันกันเองสูง การดำเนินอยู่ใน “โลกภายนอก” ที่เป็นเช่นนี้ทำให้พวกเขาสร้าง “โลกภายใน” อีกใบหนึ่งขึ้นมา นั่นก็คือ “ครอบครัว” และ “บ้าน” ที่มีทั้งความอบอุ่น ปลอดภัย ความสุข ความผูกพัน ความรัก ดังที่คอลัมน์หนึ่งในนิตยสารบ้านและสวน ได้ลงข้อความว่า

“...ชีวิตประจำวันของคนเรานับวันจะต้องประสบปัญหา
มากขึ้นในทุกด้านรอบตัว มันจะประดังเข้ามาไม่มีที่
สิ้นสุด สร้างความเมื่อยล้าทั้งร่างกายและจิตใจ บั่นทอน
ชีวิตให้สั้นลงทุกที อันเป็นผลสมดุลธรรมชาติที่ตก
กระทบและมีปฏิกริยาย้อนกลับมาสู่ชีวิตจริงใน
ประจำวันอีกครั้ง หนทางที่จะขจัดปัดเป่าทางหนึ่งซึ่งเริ่ม
จะมองเห็นกันเด่นชัดขึ้นนั่นคือ บ้าน ที่ให้ทั้งความสุข
ทางกายและจะสบายใจ จิตปลอดโปร่งเมื่อมีบรรยากาศ
ที่น่าอภิรมย์ที่เกิดสภาพของหมู่มวลสมาชิกในครัวเรือนที่
อยู่ในระเบียบวินัยที่สอดคล้องและมีความเห็น
ต้องกัน...”

(Home and Garden, July 1982: 109)

แต่การที่บ้านจะกลายเป็นพื้นที่แห่งความสุขสงบทางจิตใจ มอบความสดชื่น
ให้กับชีวิตได้นั้นขึ้นอยู่กับความคิดและความประณีตของเจ้าของที่จะทำให้บ้าน
กลายเป็น “บ้านที่แท้จริง” เป็นสถานที่ซึ่ง “มาถึงบ้านก็แสนสุข แสนสดชื่น” (Home
and Garden, March 1979: 41) การสร้างสรรค์บรรยากาศเช่นนี้ให้เกิดขึ้นในบ้านจึง
มีจุดมุ่งหมายอยู่ที่การบ่มเพาะอารมณ์ความรู้สึกของสมาชิกภายในบ้าน และมี
ผลตอบแทนเป็นความสุขที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ มิใช่การโอ้อวดความสวยงามแก่
บุคคลภายนอก เพราะบ้านที่แท้จริงนั้นไม่จำเป็นต้อง “แต่งแข่งกับใคร หรือไม่ได้ทุ่ม
เพื่ออวดแขก...ความสวยงามที่ได้รับ ความสุขที่ได้กอบโกยทุกวัน ทุกปี และตลอดไป
เป็นความคุ้มค่าเหนือและเกินกว่ากำไรทุกชนิด...กำไรที่เป็นความสุขนี้ มีค่ามากกว่า
กำไรที่เป็นเงินอยู่หลายเปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว” (Home and Garden, April 1980:
40 - 42)

นอกจากการจัดตกแต่งบ้านเรือนแล้ว “การจัดสวน” ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วน
สำคัญในการประกอบสร้างระบอบอารมณ์ความรู้สึกขึ้นภายในบ้าน โดยเฉพาะในยุคที่
“ธรรมชาติดูเหมือนจะห่างไกลออกไปทุกที ๆ ” (Home and Garden, February
1984: 43) การตั้งและนำธรรมชาติเข้ามาไว้ในบ้านจึงเป็นส่วนที่ช่วยในเรื่องอารมณ์

ความรู้สึกเป็นอย่างมากเพราะจะช่วย “ผ่อนคลายจากความแข็งและทึบตัน พร้อมทั้งช่วยให้เกิดความสงบสดชื่น...ความเขียวขจีของต้นไม้ใบช่วยทางอารมณ์ความรู้สึกด้านจิตใจ” (Home and Garden, June 1978: 42) ดังนั้น “ลองหันเข้าหาและสัมผัสต้นไม้ดูบ้างเป็นไร ความสวยงามของต้นไม้ย่อมประทับใจ ก่อให้เกิดความสุขในจินตนาการ” (Home and Garden, April 1978: 100) ดังเช่นบ้านหลังหนึ่งที่ตกแต่งสวนอย่างดีจนกระทั่ง

“เกิดพลังของควมมีชีวิตสดชื่นแผ่เข้ามายังตัวบ้านภายใน...เมื่อเราอยู่ในห้องรับแขกแล้วมองออกไป ก็จะพบกับบริเวณนั่งเล่นภายนอก ที่มีแมกไม้บานาชนิด รวมทั้งสระน้ำแบบธรรมชาติอยู่ด้วย การใช้กลุ่มไม้ใบพุ่มใหญ่ที่เป็นฉากหลังของการมองแบบนี้ จะช่วยให้เราได้ความรู้สึกของธรรมชาติเกิดขึ้นเสมือนอยู่ท่ามกลางป่าอันสงบ ไม่มีใครมารบกวน...ความตื่นลึกของกิ่งไม้ใบไม้ ความสูงต่ำของต้นไม้ ความแข็งแรงของหิน กับ การไหลเวียนของน้ำ สีเขียวข่มของพันธุ์ไม้ สิ่งเหล่านี้จะมอบความรู้สึกเราให้เกิดความชุ่มฉ่ำเยือกเย็นโดยไม่รู้ตัว อย่างน้อยที่สุดก็ทำให้เราหลุดพ้นจากป่าคอนกรีตที่ร้อนระอุ เสี่ยงโครมครามสิ้นของยวดยาน สิ่งประดิษฐ์รอบตัวที่เราต้องสัมผัสอยู่ตลอดเวลา 5 วันเต็มของการทำงาน และกล่องสี่เหลี่ยมของรูปห้องที่บีบความรู้สึกทางจิตใจของเราโดยไม่รู้ตัว...”

(Home and Garden, November 1982: 51 - 52)

แต่การที่จะสร้างบรรยากาศแห่งธรรมชาติดังกล่าวขึ้นมาภายในบ้านได้นั้นเรียกร้องทั้งการเอาใจใส่ดูแล รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ของเจ้าของบ้านเป็นอย่างมาก เพราะถ้าจะให้ต้นไม้งอกงามดีก็ต้อง “หมั่นสังเกตเรียนรู้และปฏิบัติด้วยตัวเอง ซึ่งแต่ละแห่ง แต่ละสถานที่นั้นมีความแตกต่างกันโดยธรรมชาติอยู่แล้ว จึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยเล็ก ๆ น้อย ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถ

ค้นคว้าได้จากที่ใด ๆ นอกจากความสังเกตเท่านั้น” (Home and Garden, January 1980: 21) ดังนั้น การมีบ้านในฝันจึงต้องเรียกร้องความเอาใจใส่ดูแลอย่างละเอียดอ่อนจากเจ้าของบ้านเป็นอย่างมาก และการจัดสวนที่ต้องคำนึงถึง “ปัจจัยเล็ก ๆ น้อย ๆ ” ย่อมกลม่อมเกลามาให้เจ้าของบ้านมีความละเอียดอ่อนทางอารมณ์ความรู้สึก (sensibility) อันเป็นคุณสมบัติที่ชนชั้นกลางควรมีมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น สวนที่สวยงามยังถูกใช้เป็นภาพแทนของความรักและความสุขที่เกิดขึ้นภายใน เพราะบ้านของใครก็ตามที่มีสวนสวยงามย่อมเท่ากับว่าเจ้าของบ้านนั้นหมั่นเอาใจใส่ดูแลความเป็นไปต่าง ๆ ของบ้านอยู่เสมอ สวนที่สวยงามจากการบำรุงรักษาเป็นพิเศษจึงเป็นตัวที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความรักและความสุขที่เกิดขึ้นในบ้าน ดังความว่า “บ้านที่น่าอยู่ น่าอาศัยนี้มีองค์ประกอบที่พึกพร้อม สวนไม้ประดับซึ่งผู้เป็นเจ้าของมีความรักและความสนใจเป็นพิเศษ ปลูกและบำรุงรักษาอย่างถึงขั้นดูแลแล้วมีชีวิตชีวา นี่เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความรักและความสุขที่เกิดขึ้นภายในบ้าน” (Home and Garden, April 1980: 114)

บทสรุป

การเติบโตของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การประกอบอาชีพแบบใหม่ และวัฒนธรรมการบริโภคตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2510 เป็นต้นมาทำให้ความคิดเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวแบบใหม่ของคนชั้นกลางไทยเริ่มปรากฏขึ้น เนื่องจากความเจริญเติบโตของสิ่งเหล่านี้มาพร้อมกับความเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมในสังคมเมืองสมัยใหม่ เมื่อมาประกอบชีวิตในโลกแห่งการทำงานที่เต็มไปด้วยความตึงเครียดและแข่งขันจึงทำให้ชนชั้นกลางเริ่มจินตนาการถึงบ้านและครอบครัวในฐานะที่เป็นพื้นที่ส่วนตัว (private space) ที่แยกขาดพื้นที่สาธารณะ (public space) หรือโลกแห่งการทำงานนอกบ้าน บ้านและครอบครัวได้กลายเป็นหน่วยทางสังคมที่มีบทบาทหน้าที่ในทางอารมณ์ความรู้สึกเป็นหลัก บรรยากาศภายในบ้านและครอบครัวแบบใหม่ตามอุดมคติของคนชั้นกลางจึงต้องเต็มไปด้วยความรัก ความผูกพัน สุขสงบ และร่มเย็น ซึ่งเป็นสิ่งที่หาได้ยากขึ้นทุกที ๆ ในสังคมภายนอก นอกจากนี้ วิธีการจัดการบ้านและครอบครัว (household) ให้เป็นไปตามอุดมคติดังกล่าวยังสะท้อนวิถีคิดและระบบคุณค่าแบบใหม่ของคนชั้นกลาง ไม่ว่าจะเป็นการประหยัดต่อออก การจับจ่ายใช้

สอยอย่างคุ้มค่า หรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญในการดำเนินชีวิตของชนชั้นกลางในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่อีกด้วย ดังนั้น “บ้าน” และ “ครอบครัว” แบบชนชั้นกลางจึงเป็นสถานที่สำคัญในการเพาะบ่มอารมณ์ความรู้สึก และคุณสมบัติที่จำเป็นของปัจเจกชนในสังคมสมัยใหม่

อย่างไรก็ตาม หากการทำบ้านและครอบครัวกลายเป็น “พื้นที่ส่วนตัว” ที่แยกขาดออกจาก “พื้นที่สาธารณะ” เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเข้าสู่ความสมัยใหม่ที่ปรากฏในสังคมตะวันตกเหมือนอย่างที่คุณเขียนได้อภิปรายไว้ในตอนต้น ความสมัยใหม่ของสังคมการเมืองไทยก็ดูจะมีความสลับซับซ้อนอยู่ไม่น้อย เพราะเพียงไม่นานหลังจากที่ชนชั้นกลางเริ่มจินตนาการถึงบ้านและครอบครัวดังที่บทความชิ้นนี้ได้กล่าวไว้ บริบททางการเมืองวัฒนธรรมของรัฐไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปด้วย สิ่งที่สัมพันธ์อย่างยิ่งกับแนวคิดเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวก็คือการที่สถาบันพระมหากษัตริย์ปรับเปลี่ยนรูปโฉมของตนเองให้เข้ากับวัฒนธรรมแบบกระฎุมพีมากยิ่งขึ้น โดยใช้การนำเสนอภาพลักษณ์แบบครอบครัวกระฎุมพีสมัยใหม่ (Jeamteerasakul 2013: 2; Unchanam 2018: 7 - 71) ความเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้อารมณ์ความรู้สึกที่ควรจะดำรงอยู่ “ภายใน” พื้นที่ของบ้านและครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นความรัก ความผูกพัน และความกตัญญูขยับขยายออกไปสู่ปริมนชลทางการเมือง และพื้นที่สาธารณะ เส้นแบ่งระหว่าง “พื้นที่ส่วนตัว” กับ “พื้นที่สาธารณะ” ในทางอารมณ์ความรู้สึกพลาเลี่ยนลง ชนชั้นกลางหลายคนออกเคลื่อนไหวทางการเมืองในนามของ “ความรัก” อันเป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ควรจะถูกกักเก็บไว้ใช้ในพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น

References

- Davidoff, L. & Hall, C. (2002). *Family Fortunes: Revised Edition*. London and New York: Routledge.
- Hamlin, D. (2007). *Work and Play: The Production and Consumption of Toys in Germany, 1870 - 1914*. U.S.A.: The University of Michigan Press.
- Home and Garden, monthly magazine*. (1976 - 1984). Bangkok: Amarin Press.
- Home and Garden, Special Issue*. (1980). Bangkok: Amarin Press.
- Jeamteerasakul, S. (2013). Mass Monarchy. *ย้ายครุภักดิ์: เฉลิมฉลอง 40 ปี 14 ตุลา* [Age Repeated, Marching to a new era: Four Decades of the 14 October 1973] (107 - 118). Bangkok: Foundation of Democratic Hero and Syndicate of the 14 October 1973 for an Absolute Democracy.
- Love your children in the right way, Vol.2. (1990). Nakornpathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.
- Phetprasert, N. (2005). คนคอปกขาวในระบบเศรษฐกิจการเมืองไทย (พ.ศ. 2475 - 2535) [The white collars in Thai economic and politic (1932 - 1992)]. *คนชั้นกลางไทยในกระแสดทุนนิยม* [Thai middle class in capitalism] (25 - 114). Bangkok: Political Economics Studies Center, Chulalongkorn University.
- Praditsil, C. (1990). *เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการวางแผนครอบครัวของไทย: ศึกษาจากกระบวนการนโยบาย* [Political economy of family planning in Thailand: research on policy process]. (Master's Thesis, Political Science, Thammasat University).

- Prasartkul, P., Punpuing, S. & Vapattanawong, P. (2007). “ระเบิดคนเมือง” ในประเทศไทย [“Urbanite explosion” in Thailand]. In, *ประชากรและสังคม 2550: นคราภิวัตน์และวิถีชีวิตเมือง* [Population and Social Studies 2007: urbanization and city life] (4 - 17). Nakornpathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.
- Putthapanasub, P. (1996). *กระบวนการในการกำหนดนโยบายวางแผนครอบครัวของประเทศไทย* [Process of family planning policy setting in Thailand]. (Master’s Thesis, Economics, Chulalongkorn University).
- Sakulleaw, N. (2009). *ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมกับการเมืองไทยสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงการรัฐประหาร พ.ศ. 2500* [Socio - Economic change and Thai politics after the Second World War to the 1957 Coup]. (Master’s Thesis, History, Chiang Mai University).
- Tangchonlatip, K. (2007). กรุงเทพมหานคร: เมืองโตเดี่ยวตลอดกาลของประเทศไทย [Bangkok: a perennial primate city of Thailand]. In ThongThai, V. & Punpuing, S. (ed.), *ประชากรและสังคม 2550: นคราภิวัตน์และวิถีชีวิตเมือง* [Population and Social Studies 2007: urbanization and city life] (18 - 35). Nakornpathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.
- Unchanam, P. (2018). กษัตริย์กระฎุมพี: มรดกทางประวัติศาสตร์จากรัชกาลที่ 9 แห่งราชวงศ์จักรี [Bourgeois king: the historical patrimony from King Rama 9 of Chakri Dynasty]. *Samesky*, 16(1), 7 - 71.
- Wongyannava, T. (2018). *ครอบครัวจินตกรรม: บทวิพากษ์ว่าด้วยชุมชน การปกครอง และรัฐ* [The Imagined Family: Critique on community, domination, and state]. Bangkok: Illuminations Editions.