บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

"อัตลักษณ์" (Identity) เป็นเรื่องของ "ฉัน" (I) และ "พวกเรา" (US) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิต อุดมการณ์ สำนึก กฎเกณฑ์ พิธีกรรม กิจกรรม ฯลฯ ที่ทำให้ "ฉัน" (I) และ "พวกเรา" (US) แตกต่างไปจาก "คนอื่นๆ" (Other) และ "พวกเขา" (Them) (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) ซึ่งความรู้สึกถึงการเป็นพวกเดียวกันนี้มีผลอย่างยิ่งต่อการสื่อสารระหว่างกลุ่มองค์กรหรือชุมชนในสังคม

หากมองย้อนกลับไปจะเห็นได้ว่าR. Barthes(1967) ซึ่งเป็นหนึ่งในนักคิดแนววัฒนธรรมนิยมคนสำคัญของสำนักเบอร์มิ่งแฮม ก็ได้ให้นิยามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ไว้ว่า อัตลักษณ์ต้องเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่งคือความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน (Self- ascription) และในอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย(Ascribe by others) ดังนั้นอัตลักษณ์จึงเป็นความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล คือตอบคำถามให้ได้ว่า "เราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน " ซึ่งสอดคล้องกับที่ B. Lynn (1995) กล่าวไว้ว่า " We need Identity because we need to be DIFFERENCE in a meaningful way. "

หากแต่ความต้องการที่จะแตกต่างแต่เพียงอย่างเดียวคงมิใช่เหตุผลสำคัญสำนักวัฒนธรรมศึกษาได้เชื่อมโยงแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์นี้เข้ากับเรื่องของโครงสร้างอำนาจและเรื่องการสื่อสาร ดังที่ M. Foucault (1980) นักคิดผู้โด่งดังในศตวรรษที่20 ได้ให้นิยามของคำว่า "อำนาจ" (Power)ไว้ว่า อำนาจเป็นกลวิธีเกี่ยวกับการทำหน้าที่แบบต่างๆ (Power is a strategy attributable to function, disposition,manueur tactic technic) และอำนาจนี้มิได้เกิดจากมิติของเศรษฐกิจ-การเมืองเท่านั้น หากแต่เป็นเครือข่ายเล็กๆกระจายตัวในที่ต่างๆ (Indefinite network-micro-power) ซึ่งหมายรวมถึงการได้มาซึ่ง ชื่อเสียง เงินทอง ความมั่นใจในตัวเอง (Self–confident), ความภาคภูมิใจ และความรู้สึกถึงศักดิ์ศรี และปัจจัยอื่นๆอีกด้วย ดังนั้นหากบุคคลหรือสังคมใดขาดอัตลักษณ์แล้ว ก็จะปราศจากอำนาจทำให้ขาดความมั่นใจและหมดความภาคภูมิใจในตนเอง ตัวอย่างในภาคปฏิบัติที่ยืนยันแนวคิดดังกล่าวก็เช่น เมื่อมีการส่งตัวนักโทษเข้าคุก สิ่งแรกที่ต้องทำคือการถอดเสื้อผ้าที่นักโทษ

สวมใส่อยู่ออก ซึ่งเท่ากับเป็นสัญลักษณ์ของการถอดอัตลักษณ์เดิมออก แล้วให้ใส่เสื้อผ้าที่เหมือนๆ กันเป็นการลดทอนอำนาจ/ ศักดิ์ศรีและความมั่นใจของนักโทษคนนี้เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้เอง ความสำคัญของอัตลักษณ์จึงมิได้หยุดอยู่แค่เพียงความเป็น "ฉัน" "พวกเรา" หรือความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันเท่านั้น หากแต่อยู่ที่การได้มาซึ่งอำนาจบางอย่างจากอัตลักษณ์นั้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของอัตลักษณ์

นอกจากนั้น หากมอง " อัตลักษณ์" ในแง่ของการพัฒนาแล้ว จะพบว่าการที่เอกลักษณ์ใดๆก็ตามเป็นแหล่งที่มาของอำนาจบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความมั่นใจในตัวเอง (Self-confident), ความภาคภูมิใจ และความรู้สึกศักดิ์ศรี หรือแม้แต่การได้มาซึ่งชื่อเสียง เงินทอง ย่อมสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจและมั่นใจแก่บุคคลในสังคมนั้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในสังคมในการที่จะวางตนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิต ค่านิยม ประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ และนำมาซึ่งความพยายามในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ที่ดีงามในอดีต ปกป้องอัตลักษณ์ที่ดีของชุนชนหรือสังคมที่ตนอยู่ และป้องกันสิ่งที่ไม่ดีไม่ให้มาแปดเปื้อน เพื่อความอยู่รอดในสภาพสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและสามารถที่จะพัฒนาไปพร้อมๆ กับความกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้

ถนนข้าวสารเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด และกำลังเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ในทุกๆ ส่วนที่ประกอบขึ้นมาเป็นถนนสายสั้นๆ สายนี้ ถนนสายที่มีสีสันแปลกตากว่าถนนสายไหนในกรุงเทพมหานคร หากแต่คำถามที่ตามมาคือ "ถนนข้าวสารเป็นความเปลี่ยนแปลงประเภทไหน...พัฒนาหรือเสื่อมโทรม..และเพราะอะไร"

เมื่อเอ่ยถึง "ถนนข้าวสาร" น้อยคนนักที่จะไม่รู้จักโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเภท แบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความแตกต่าง และนิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ได้สัมผัสกับวิถีชีวิต สภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและการแต่งกาย อีกทั้งได้แลกเปลี่ยนทัศนะกับนักท่องเที่ยวที่เป็นแบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) ด้วยกัน หลายคนมองว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นพวกฝรั่งขี้นก ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายเชิงดูแคลน โดยดูจากสภาพการแต่งกายที่ค่อนข้างมอซอ และความกระเบียดกระเสียนในการจับจ่าย แต่จากผลสำรวจอาชีพของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักแบบประหยัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระหว่างเดือนสิงหาคม – กันยายน 2543 พบว่า 86 เปอร์เซ็นต์ เป็นนักศึกษา นักธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ อาจารย์สอนหนังสือ นักข่าว เจ้าของกิจการ กระทั่งเป็นทูต(แพรวสุดสัปดาห์ – สกู๊ปพิเศษมกราคม, 2545)

ครั้งหนึ่งถนนข้าวสารเคยเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำและเป็นบริเวณที่เรือบรรทุกข้าวสารต้องผ่านและแวะจอดขนส่งข้าวสาร ดังนั้นจึงมีร้านข้าวสารใหญ่ๆอยู่หลายแห่ง ต่อมาการเดินทางสัญจรเริ่มพัฒนาจากทางน้ำเป็นทางบก คลองและท่าเรือขนส่งข้าวสารจึงกลายสภาพเป็น "ตรอกข้าวสาร"จนในสมัยรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้มีการตัดถนนจากหน้าวัดชนะสงครามผ่านตรอกข้าวสารมาบรรจบกับถนนเฟื่องนคร แล้วพระราชทานชื่อเดิมว่า "ถนนข้าวสาร" อยู่ในย่านบางลำพูซึ่งเป็นหนึ่งในสามย่านการค้าที่สำคัญในสมัยนั้น

ธวัช เอี่ยมเจริญ(2536) กล่าวไว้ในงานวิจัยตอนหนึ่งว่า ตอนปลายสมัยรัชกาลที่ 5 ถนนข้าวสารเป็นย่านที่มีวังเจ้านาย, บ้านพักข้าราชบริพารและข้าราชการอยู่มากที่สุด เนื่องด้วยเป็นบริเวณที่อยู่ใกล้เขตพระราชวัง ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในสมัยรัชการที่ 7 พ.ศ. 2475 การใช้ประโยชน์ของที่ดินก็เปลี่ยนแปลงตาม บ้างก็แบ่งขาย บ้างก็ให้เช่าที่ก่อสร้างอาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะด้านที่ติดกับริมถนน โรงแรมหลายแห่งเกิดขึ้นทั้งบนถนนข้าวสารและย่านบางลำพู แต่ก็มีอันต้องทยอยกันปิดกิจการไปเนื่องจากทนต่อพิษของเศรษฐกิจในขณะนั้นไม่ไหว ที่ยังต่อสู้ยืนหยัดอยู่ได้ก็ต้องปรับเปลี่ยนตัวเอง กลายเป็นโรงแรมขนาดเล็กหรือโรงแรมชั้นสองที่ให้บริการด้วยราคาถูกเข้าว่าเพื่อดึงดูดลูกค้า จนเป็นที่รู้จักโดยทั่วกัน แต่จนถึงปัจจุบันสภาพของโรงแรมราคาถูกแทบไม่มีหลงเหลือให้เห็น กลับมีบ้านพักชั่วคราวหรือเกสต์เฮ้าส์ซึ่งยังคงไว้ซึ่งความเป็นที่พักราคาถูกเกิดขึ้นมาแทนที่มากมายจนกลายเป็นความแออัดยัดเยียดจากการก่อสร้างและต่อเติมอย่างไม่ถูกต้อง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวหรือพักอาศัยบริเวณนี้มักถูกมองว่าเป็นฝรั่งจนๆ ฝรั่งกระจอกหรือฝรั่งขี้ยาเป็นต้น

แต่ในขณะเดียวกัน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวไกลไร้พรมแดนทำให้มีเว็บไซต์ มากกว่า 1000 เว็บไซต์ ทั่วโลก (อ้างจาก www.sanook.com) ที่บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ของถนนข้าวสาร ตั้งแต่แผนที่ตลอดจนข้อมูลที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาพักอาศัยในย่านนี้ ไม่ว่าจะเป็นชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของเกสต์เฮ้าส์หลายแห่ง, ราคาที่พัก, รายละเอียดร้านค้าและบริการต่างๆ ให้ได้เตรียมพร้อมและทำความรู้จักตั้งแต่ก่อนออกเดินทางมาประเทศไทยกันทีเดียว (อ้างจาก www.medialine2k.co.uk) จึงเป็นที่น่าสนใจว่า*ถนนสายสั้นๆที่เป็นเพียงส่วนเสี้ยวหนึ่งของประเทศไทยสายนี้ สามารถก้าวไกลไปถึงเวทีโลกได้อย่างไร*

จากการที่ถนนข้าวสารกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเกือบทั่วโลก ทั้งจากการบอกเล่าเรื่องราวผ่านทาง อินเตอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆและการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมเยือนถนนสายนี้ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงมิได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองได้ก่อให้เกิดผลพวงของความแตกต่าง (Difference) อันเป็นที่มา

ของอำนาจในการที่จะต่อสู้หรือต่อรองบางสิ่งบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็น "ชื่อเสียง" หรือการได้มาซึ่ง "เงินทอง"จากการที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากหลั่งไหลเข้าที่ถนนข้าวสาร ล้วนแต่เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของถนนข้าวสารในฐานะของนักนิเทศศาสตร์ ด้วยคำถามที่ว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารใดบ้างที่มีผลต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบัน

ยิ่งไปกว่านั้น อัตลักษณ์ยังไม่ใช่เรื่องที่ติดตัวมาตามธรรมชาติ (Anti-essentialism) หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา(Social construction)และอัตลักษณ์นี้เกิดขึ้นได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Barker,2000/ อ้างถึงโดย กาญจนา แก้วเทพ,2545) ดังนั้นเมื่อเราได้ยินคนพูดถึงถนนข้าวสารว่า "... มีแต่เกสต์เฮ้าส์เต็มถนนไปหมดฝรั่งกระจอก ขี้ยา เดินกันให้เต็มถนน ฝรั่งฐานะดีๆเขาไม่มาอยู่แถวนี้กันหรอก .." เราก็อาจเห็นภาพของอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในอีกมิติหนึ่ง ขณะเดียวกันหากเราได้อ่านบทความของเกษม ศิริสัมพันธ์ (2543)ที่เขียนถึงถนนข้าวสารว่า

" ...ผมได้มีโอกาสพูดคุยกับเจ้าของบ้านสองสามแห่งในสมัยนั้นที่เปิดบ้านเป็นห้องเช่าให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก จึงได้รู้กำเนิดและความเติบโตของถนนข้าวสาร ธุรกิจประเภทนี้กำเนิดขึ้นมาเพราะมีนักท่องเที่ยวหนุ่มๆสาวๆนิยมมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประหยัด.." หรือ " ...คนไทยเราไม่เคยชินกับการท่องเที่ยวราคาถูกแบบนี้ มักมองคนหนุ่มสาวที่มาท่องเที่ยวแบบนี้ว่าเป็นพวกเหลวไหลติดยา หรือเที่ยวคะนองหาความสุขตามประสาหนุ่มๆสาวๆ แต่ฝรั่งนั้นเขามีประเพณีที่จะปล่อยให้ลูกหลานออกไปเที่ยวต่างประเทศแบบประหยัด เขาถือว่าเป็นการศึกษาชนิดหนึ่ง เป็นโอกาสที่คนหนุ่มสาวจะได้ท่องเที่ยวแบบตีนติดดิน ได้พบได้เห็นและได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในต่างประเทศอย่างใกล้ชิด แท้ที่จริงคนเหล่านี้ส่วนใหญ่มีครอบครัวพ่อแม่ฐานะดี ..."

จากบทความดังกล่าว อาจทำให้เราเห็นอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในอีกมิติหนึ่งซึ่งแตกต่างจากอัตลักษณ์แรกอย่างสิ้นเชิง

ในขณะที่ L. Althusser(1969) ก็กล่าวถึงอัตลักษณ์ (Subjectivity)ในเรื่องแง่ของ "การเรียก"(Interpellation) ว่าเกิดเนื่องจากบรรดาสถาบันหรือตัวแทนสถาบันต่างๆพากันเรียก"ตัวเรา" ให้กลายเป็น"ตัวตน (Subject) " ขึ้นมา เช่น "นี่ หนู.." (อัตลักษณ์ ของเด็ก) เป็นต้น

เมื่อนำนิยามคำว่าอัตลักษณ์ของR.Barthes ที่กล่าวว่าอัตลักษณ์ต้องเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน มาโยงเข้ากับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ของC.Barker และL.Althusser ในเรื่อง

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

"การเรียก "(Interpellation) ผนวกกับความเชื่อพื้นฐานที่ผู้วิจัยมีว่า สื่อมีอิทธิพลต่อสังคม โดยเฉพาะสื่ออิเล็คทรอนิก (Electronic)หรือ "อินเตอร์เน็ต" ซึ่งเป็นสื่อที่มาแรงในยุคโลกาอภิวัฒน์ (Globolization) ในฐานะของสื่อระดับนานาชาติที่แพร่หลายและเข้าถึงผู้คนเกือบทั่วทุกมุมโลก ด้วยอัตราการเติบโตที่สูงอย่างน่าตกใจ เมื่อเทียบกับสื่อใหญ่ๆ 3 สื่อ คือ วิทยุ โทรทัศน์ และเคเบิลทีวี ซึ่งทั้งสามสื่อเป็นสื่อสมัยใหม่ที่ประดิษฐ์ขึ้นมาในช่วงศตวรรษที่ 20 นี้ โดยอินเตอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้ใช้ที่อยู่ในอเมริกาจำนวน 50 ล้านคนภายในระยะเวลาแค่ 5ปี ในขณะที่โทรทัศน์ใช้เวลา 13 ปี และวิทยุใช้เวลานานถึง 38ปี (อาภรณ์ ลบแย้ม, 2543) อีกทั้งอินเตอร์เน็ตยังเป็นการสื่อสารสองทาง (Interactive Communication) ที่ผู้คนสามารถที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือนำเสนอเรื่องราวต่างๆจากประสบการณ์ของตนได้โดยไม่จำกัดอยู่ที่สื่อมวลชนเท่านั้น รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งแพร่หลายและสามารถเข้าถึงผู้คนได้ในระดับประเทศ ด้วยความที่เป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่ออิเล็คทรอนิก อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่สำคัญคือ ความคงอยู่ได้นานตรวจสอบได้และสามารถอ้างอิงถึงในฐานะเอกสารชั้นต้นได้

ดังนั้นเรื่องราวใดๆก็ตามที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อทั้งสองประเภทนี้ก็ย่อมที่จะเข้าถึงกลุ่มคนได้ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และเมื่อผู้คนอีกเป็นจำนวนมากในอีกซีกโลกหนึ่งหรือแม้แต่ในประเทศไทยเองที่มิได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสถนนข้าวสารด้วยตนเองก็จะสามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับถนนข้าวสารผ่านทางสื่อเหล่านี้ ขณะเดียวกันผู้ซึ่งนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับถนนข้าวสารเองก็อาจเป็นได้ทั้งเว็บมาสเตอร์ นักเขียน นักหนังสือพิมพ์ ฯลฯที่ได้มีโอกาสมาสัมผัสถนนข้าวสาร หรืออาจเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานครฯลฯ ซึ่งถือเป็นคนภายนอกชุมชนที่ต้องการจะบอกเราเรื่องราวหรือประสบการณ์ของตนผ่านสื่อเหล่านี้ก็เป็นได้ หากแต่เรื่องราวที่ถูกนำเสนอย่อมเป็นสิ่งที่สะท้อนจากมุมมองของผู้นำเสนอแต่ละคน ซึ่งอาจเหมือนหรือต่างและอาจจะมีทั้งในด้านที่เป็นบวก ลบหรือเป็นกลาง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาว่าอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏตามสื่อต่างๆนั้นเป็นอย่างไรและมรกระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้นอย่างไร อีกทั้งคนภายในชุมชนถนนข้าวสารเองเห็นด้วยกับอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนสื่อเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด ด้วยความมุ่งหวังที่จะให้งานวิจัยนี้เป็นเสมือนกระจกสะท้อนอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางไปสู่การธำรงรักษา ส่งเสริมและพัฒนาอัตลักษณ์ของถนนข้าวสารและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในประเทศต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1) อัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็คทรอนิคเป็นอย่างไร และมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์อย่างไร

2) คนในชุมชนถนนข้าวสารมีมุมมองต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏในสื่อต่างดังกล่าวอย่างไร
3) ปัจจัยด้านการสื่อสารใดบ้างที่มีผลต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสาร
4) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ถนนข้าวสารเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็คทรอนิค
2) เพื่อศึกษามุมมองของคนในชุมชนถนนข้าวสารที่มีต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏในสื่อดังกล่าว
3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการสื่อสารที่มีผลต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสาร
4) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร

นิยามศัพท์

1) การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Massage) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) ซึ่งในที่นี้หมายถึงสื่ออิเล็คทรอนิก (อินเตอร์เน็ต)และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

2) ปัจจัยด้านการสื่อสาร ประกอบไปด้วยองค์ประกอบดังนี้ คือ

2.1 ผู้ส่งสาร (Sender)
2.2 สาร (Message)
2.3 สื่อ (Channel)
2.4 ผู้รับสาร (Receiver)

3) เว็บมาสเตอร์ คือ เจ้าของหรือบุคคล/ กลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์ (Create)และนำเสนอภาพหรือเรื่องราวต่างๆที่ตนหรือกลุ่มของตนมีความสนใจ หรือคาดว่าจะเป็นที่สนใจของบุคคลอื่นๆที่เข้ามาใน เว็บไซต์ หรือ Homepageของตนรวมถึงทำหน้าที่ในการปรับปรุง(Improve) และพัฒนา (Develop)เรื่องราวต่างๆในเว็บไซต์หรือ โฮมเพจ (Homepage)ของตนให้มีความน่าสนใจและทันสมัยอยู่เสมอ

4) สื่อต่างๆ ในที่นี้จะจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ตามความสามารถในการแพร่กระจาย และ การเข้า ถึงได้แก่

4.1 สื่อระดับนานาชาติ ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิคส์ (อินเตอร์เน็ต) เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายไปในกลุ่มผู้รับสารจำนวนมากทั่วโลก

4.2 สื่อระดับประเทศ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งจัดเป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับอินเตอร์เน็ต นอกจากนั้นยังมีความคงทนและเก็บรักษาได้นาน และสามารถใช้อ้างอิงเป็นเอกสารชั้นต้นได้ซึ่งภาพต่างๆที่ปรากฏบนสื่อทั้งสองประเภท อาจสื่อความหมายที่มากไปกว่าตัวมันเองขึ้นกับ บริบท (Context)เป็นสำคัญ

5) **อัตลักษณ์** หมายถึง ความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่า "เราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน " โดยความแตกต่างนี้เกิดจากการบูรณาการจากประสบการณ์ในอดีตจนถึงสภาพปัจจุบัน และเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่งคือความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน (Self- ascription) และในอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย(Ascribe by others)

6) ถนนข้าวสาร คือ ถนนที่เชื่อมต่อระหว่างถนนตะนาวทางทิศตะวันออกบริเวณ สี่แยกคอกด้านหัวมุมที่จัดแสดงสินค้าของกรมพานิชย์สัมพันธ์ กับถนนจักรพงศ์ด้านทิศตะวันตกจากบริเวณสถานีตำรวจชนะสงคราม ซึ่งอยู่ในแขวงชนะสงคราม เขต บางลำพู มีความยาวตลาดสาย 300 เมตร (ที่มา ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2545)

อัตลักษณ์ถนนข้าวสาร ในที่นี้จะจำแนกตามมุมมองของบุคคล 2 กลุ่มใหญ่ คือ

7.1) <u>กลุ่มคนภายในชุมชนถนนข้าวสาร</u> - ซึ่งพิจารณาจากการมีส่วนเกี่ยวข้องและได้รับผลโดยตรงจากอัตลักษณ์ถนนข้าวสารที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ ต่างๆ อันได้แก่

7.1.1) กลุ่มแกนนำหลัก

7.1.2) กลุ่มบุคคลที่มีบ้านอยู่บริเวณถนนข้าวสารและประกอบกิจการที่ถนนข้าวสาร

7.1.3) กลุ่มบุคคลที่มีบ้านอยู่บริเวณถนนข้าวสารแต่มิได้ประกอบกิจการใดๆที่ถนนข้าวสาร

7.2) <u>กลุ่มคนภายนอกชุมชนถนนข้าวสาร</u> - ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาผ่านทางสื่อสิ่งพมพ์และสื่ออิเล็คทรอนิคเท่านั้น แบ่งย่อยได้ดังนี้

7.2.1) คนภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับถนนข้าวสารได้แก่

-ไม่มีบ้านอยู่บริเวณถนนข้าวสารแต่มีอาชีพโดยตรงที่ถนนข้าวสาร เช่นแผงลอยฯลฯ

-ไม่มีบ้านอยู่บริเวณถนนข้าวสารแต่มีภาระหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับถนนข้าวสาร เช่นกรุงเทพมหานคร,การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ

7.2.2) คนภายนอกที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับถนนข้าวสาร ได้แก่

- ชาวไทย เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทย, นักเขียน, เว็บมาสเตอร์ ฯลฯ
- ชาวต่างชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, เว็บมาสเตอร์,ฯลฯ

8) **นักท่องเที่ยว** คือ ผู้ที่เดินทางไกลจากที่อยู่ถาวรเกินกว่า 40 กิโลเมตร และใช้เวลาพำนักอยู่ในที่ที่เดินทางมาถึงนั้นเกินกว่า 24 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 12 เดือน ถือว่าเข้าข่ายนักท่องเที่ยว (เสกสรรค์ ยอวณิชย์,2536:1-11 อ้างในคู่มือมัคคุเทศก์,2540 :112)

9) **นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มิใช่คนไทยในกรุงเทพมหานครและเดินทางมาจากต่างประเทศทั่วโลกเพื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

10) แบ็คแพ็คเกอร์ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมการท่องเที่ยวแบบประหยัดและมีลักษณะเฉพาะคือการแบกเป้ใบโตเพื่อความสะดวกในการโยกย้ายที่อยู่ แทนการใช้กระเป๋าเดินทาง และมักใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งนานกว่านักท่องเที่ยวปกติบางรายใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเดือน หรือเป็นปี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ถนนข้าวสารในปัจจุบันที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็คทรอนิค จะช่วยสะท้อนมุมมองของคนภายนอกชุมชนส่วนหนึ่งที่มีต่อถนนข้าวสาร ทำให้คนในชุมชนทราบว่าคนภายนอกมองตนหรือชุมชนของตนอย่างไรและ

เป็นไปในทิศทางเชิงบวกหรือลบ อันนำไปสู่การที่คนในชุมชนจะได้หาทางป้องกันหรือลบล้างภาพในเชิงลบเหล่านั้นและธำรงรักษาหรือส่งเสริมให้เกิดภาพเชิงบวกต่อไป

2) ข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองของคนในชุมชนถนนข้าวสารที่มีต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสารที่ปรากฏในสื่อดังกล่าว จะช่วยสะท้อนความคิดเห็นของคนในชุมชน อันนำไปสู่ความเข้าใจที่ตรงกันของคนภายนอกชุมชนและคนภายในชุมชนที่มีต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสาร

3) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารที่มีผลต่ออัตลักษณ์ถนนข้าวสาร ช่วยให้เกิดแนวทางไปสู่การธำรงรักษา ส่งเสริมและพัฒนาอัตลักษณ์ถนนข้าวสารและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศต่อไป

4) ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร จะสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของถนนข้าวสารหรือชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในประเทศต่อไป