

ทุนสัญลักษณ์กับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้อยกรุงเทพมหานคร

Symbolic Capital and Tourism Propulsion of Talad Noi Community, Bangkok

ป ประภัสสนันท์ เรืองจันทร์*

Por Prapassanan Ruangjan

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Faculty of Education, Naresuan University

เฟื่องอรุณ ปรีดีติลก

Fuangarun Preededilok

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Education, Chulalongkorn University

ภัทร ยืนยง

Phathara Yuenyong

สาขาผู้ประกอบการสังคม สถาบันอาศรมศิลป์

Department of Social Entrepreneur, Arsom Silp Institute of the Arts

*porprapassananr@nu.ac.th

บทคัดย่อ

ทุนสัญลักษณ์ เป็นหนึ่งในทุนในสังคมที่ทรงพลังในการสร้างความหมายให้เกิดแก่ทุนประเภทอื่น ๆ อันจะส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของคนในสังคม และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมในที่สุด เฉกเช่นเดียวกับเหตุการณ์การฟื้นฟูย่านชุมชนเก่าแก่ที่กำลังจะถูกสืบทอดไปตามกาลเวลาให้กลับมาคึกคัก มีคุณค่าและสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อีกครั้งอย่างย่านชุมชนตลาดน้อย ชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี ในพื้นที่เมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครที่ถูกพลิกฟื้นให้เกิดการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายการใช้ทุนสัญลักษณ์ ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้อย ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดและดำเนินไปของการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อยที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนการรับรู้ของทั้งคนในและคนนอกชุมชนต่อทุนทางวัฒนธรรมที่ชุมชนมี โดยเปลี่ยนเป็นการรับรู้ในแง่บวกที่ทันสมัยและสามารถเป็นที่ยอมรับได้ของคนในวงที่กว้างขึ้น ซึ่งการรับรู้ของคนดังกล่าวนี้เองได้สร้างทุนสัญลักษณ์ให้แก่ชุมชน จนได้รับความสนใจจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาผลักดันให้เกิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการสร้างและรักษาทุนสัญลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ให้คงอำนาจเชิงสัญลักษณ์ไว้ได้ด้วยตนเอง

คำสำคัญ : ตลาดน้อย ทุนสัญลักษณ์ การขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

Received : May 21, 2023

Revised : July 22, 2023

Accepted : July 25, 2023

Abstract

Symbolic capital is one of the most powerful capitals in society. It gives meaning to other types of capital that affect people's perceptions of society and ultimately causes changes in society. Likewise, the revival of an old community that has been forgotten can lead to a lively, valuable, and economically viable area like Talad Noi. The 200 years old community in Bangkok, was restored to conduct economic activities through tourism. Therefore, this article aims to explain the use of symbolic capital in driving tourism in the Talad Noi community. Symbolic capital, an important driving force that generates and continues the tourism of Talad Noi community, is caused by changing the perception of both insiders and outsiders of the community towards the cultural capital that the community has. The perception has been transformed into a modern perception that can be accepted by a wider range of people. Essentially, such a changed perception of people creates symbolic capital for the community. More importantly, it potentially draws attention from the government and private sectors that drive strategic communication and public relations, which are important activities in creating and maintaining symbolic capital.

Keywords : Talad Noi, symbolic capital, tourism propulsion

บทนำ

ย่านชุมชนตลาดน้อย เป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 200 ปี ซึ่งครั้งหนึ่งเป็นย่านการค้าสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่มีจุดเริ่มต้นจากการที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัยและทำกิจกรรมการค้าบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาของกลุ่มชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวญวน ชาวโปรตุเกส และที่มากที่สุดคือชาวจีน ตั้งแต่ยุคสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จึงทำให้ชุมชนตลาดน้อยมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและศาสนาที่สะท้อนผ่านประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ไปจนถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ต่อมาเมื่อกิจการค้าขายมีความรุ่งเรืองจากการทำสนธิสัญญากับต่างชาติของไทยและพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก ส่งผลให้ชุมชนตลาดน้อยเกิดการขยายตัวจากเดิมที่มีการเกาะกลุ่มบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ออกไปตามเส้นทางถนนและตรอกซอยต่าง ๆ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการค้าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งการค้าภายใน การนำเข้าและส่งออกนอกประเทศ อีกทั้งธุรกิจเชิงกงที่เป็นกิจการหลักในชุมชน ความคึกคักในพื้นที่จึงมาจากผู้คนที่เข้ามาติดต่อซื้อขายสินค้าเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การขยายตัวที่รวดเร็วของความเป็นเมือง โดยเฉพาะการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทางบกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมายในชุมชน ทั้งรูปแบบอาคารบ้านเรือน วิถีชีวิต อัตลักษณ์ของชุมชนดั้งเดิมเริ่มจางหายไป พร้อมกับคุณค่าและความสำคัญของชุมชนในฐานะย่านการค้าเก่าแก่ อย่างไรก็ตาม ชุมชนตลาดน้อยถือว่าเป็นย่านประวัติศาสตร์ เนื่องจากย่านตลาดน้อยมีช่วงอายุ (Life span) ตั้งแต่อดีตสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นจนถึงปัจจุบัน มีการตั้งถิ่นฐานมีขอบเขตทางด้านภูมิศาสตร์ มีเรื่องราวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทั้งยังแสดงถึงความรุ่งเรืองและการฟื้นฟูของพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาตามกาลเวลาลดลงมา (Putimahtama, 2015) ดังที่เห็นในปัจจุบัน ภาพจำดั้งเดิม

ของย่านชุมชนตลาดน้อย ชุมชนจีนแห่งการค้าสำเภาเฟื่องฟู ถูกแทนที่ด้วยภาพจำใหม่ของคนนอก ทำให้ชุมชนกลับมามีชีวิตและคึกคักอีกครั้ง ในฐานะย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ได้รับการปรับปรุงทั้งด้านกายภาพและการต่อยอดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่ร่วมสมัยมากขึ้น (Bangkok Design Week, 2022) กลายเป็นชุมชนจีนเก่าแก่สำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนของคนรุ่นใหม่ ที่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์ประกอบสำคัญทางประวัติศาสตร์ในหลายมิติ ทั้งนี้ภาพจำใหม่ดังกล่าวยังได้รับการสนับสนุนจากการสรรสร้างนโยบายเพื่อฟื้นฟูชุมชนโดยทั้งคนในและคนนอกอย่างสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency: CEA) และภาคีต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์และหวังจะเติมเต็มความเจริญในย่านนี้ด้วยการริเริ่มกิจกรรมใหม่ในชุมชน ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายการใช้ทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้อย เพื่อให้เข้าใจถึงจุดแข็งสำคัญที่ส่งผลต่อการพลิกโฉมย่านชุมชนเก่าตลาดน้อยสู่ย่านท่องเที่ยวแห่งใหม่ของคนกรุงผู้อาศัยและผู้มาเยือน

วัตถุประสงค์

เพื่ออธิบายการใช้ทุนสัญลักษณ์ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้อย

บททวนวรรณกรรม

บริบทของชุมชนตลาดน้อย

ย่านชุมชนตลาดน้อย เป็นหนึ่งให้ย่านการค้าเก่าแก่ของกรุงเทพมหานคร โดยหลักฐานชี้ว่ามีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่ช่วงการสถาปนากรุงเทพฯ ขึ้นเป็นเมืองหลวง โดยชุมชนมีพื้นที่ตั้งแต่ฝั่งทิศตะวันตกจรดริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทิศเหนือจรดวัดปทุมคงคา ทิศใต้จรดปากคลองผดุงกรุงเกษม และทางฝั่งทิศตะวันออกมีถนนเจริญกรุงขนาน ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญติดต่อกันระหว่างย่านการค้าที่สำคัญของกรุงเทพฯ ได้แก่ ย่านสำเพ็ง ย่านยาวราช และย่านบางรัก (Putimahtama, 2015) และด้วยความเก่าแก่อายุกว่า 200 ปีนี้เอง ชุมชนตลาดน้อยได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านกายภาพ

ชุมชนตลาดน้อยตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นเส้นทางหลักในการเดินทางและค้าขายขนสินค้ามาตั้งแต่สมัยอยุธยา การตั้งถิ่นฐานภายในชุมชนตลาดน้อยในช่วงแรกมีลักษณะแบบเกาะกลุ่มหรือแบบกระจุกตัว (Clustered Settlement) ซึ่งส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่ตามบริเวณริมฝั่งแม่น้ำลำคลอง และมีการขยายตัวของชุมชนไปตามบริเวณริมคลองมากขึ้นหลังการขุดคลองผดุงกรุงเกษม (Chimpalee & Haocharoen, 2022a) ดังนั้นลักษณะการวางตัวของอาคารต่าง ๆ ในชุมชนจึงเป็นแบบรวมกลุ่มกระจุกอยู่บริเวณริมน้ำเช่นเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการเดินทางและทำกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากยังไม่มีเส้นทางสัญจรทางบก โดยในช่วงแรกนี้ลักษณะของบ้านเรือนภายในชุมชนมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบ้านของชาวไทยกับบ้านของชาวจีน ซึ่งบ้านของชาวไทยจะเป็นบ้านไม้ทั้งหลังตัวอาคารยกสูงมีใต้ถุน หลังคามุงด้วยฟาง ส่วนบ้านของชาวจีนจะมีลักษณะเป็นบ้านแถวยาวมุงหลังคาแบบจีนที่มีลักษณะโค้งเป็นเอกลักษณ์ ตัวอาคารก่อด้วยอิฐฉาบด้วยปูน (Chimpalee & Haocharoen, 2022b)

ต่อมาได้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก กล่าวคือการตัดถนนเข้ามาในชุมชนส่งผลให้ชุมชนเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามายังพื้นที่ตอนในมากขึ้น การตั้งถิ่นฐานจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปเป็นแบบแนวยาว (Linear Settlement) เรียงตัวไปตามถนนและตรอกซอยต่าง ๆ (Chimpalee & Haocharoen, 2022a) และไม่เพียงแต่ลักษณะการตั้งถิ่นฐานเท่านั้นที่เปลี่ยนไป แต่รูปแบบอาคารที่ถูกสร้างใหม่ก็เปลี่ยนไปด้วย โดยส่วนใหญ่เป็นอาคารชั้นเดียวและสองชั้น หลังคามีลักษณะแอ่นโค้งและปลายชายคาอาคารช่วงกลางมีหลังคาลดระดับทั้งช่วงหน้าและช่วงหลัง วัสดุที่ใช้ทำหลังคาเป็นกระเบื้องซีเมนต์รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน รูปแบบของสถาปัตยกรรมมีทั้งที่ได้รับอิทธิพลจากจีนและตะวันตกที่เป็นศิลปะแบบนีโอคลาสสิก (Chimpalee & Haocharoen, 2022b) อาคารต่าง ๆ ที่พบจึงมีการตกแต่งลวดลายที่มีเอกลักษณ์ โดยอาคารที่อยู่บริเวณหัวมุมถนนมักจะได้รับตกแต่งให้โดดเด่นเป็นพิเศษ

มาถึงปัจจุบันการสร้างอาคารขึ้นมาใหม่จำเป็นต้องทุบอาคารเก่าทิ้งเนื่องจากพื้นที่ที่มีอยู่จำกัด อย่างไรก็ตามยังคงมีอาคารเก่าที่อายุเท่า ๆ กันกับชุมชนหลงเหลืออยู่ (Dan-utra, 2022) โดยอาคารเหล่านั้นตั้งสลับกับอาคารที่ถูกสร้างใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นตึกแถวรูปแบบสมัยใหม่และสีสันสดใสที่มีโครงสร้างเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก หลังคากระเบื้องแบบเก่าที่เคยพบเห็นถูกแทนที่ด้วยดาดฟ้า บริเวณด้านหน้าอาคารมีการตกแต่งด้วยลูกกรงเหล็กตัดประกอบเข้ากับประตูเหล็กหรือกระจก และยังมีอาคารขนาดใหญ่ในรูปแบบของอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงงาน และบริษัทต่าง ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะฝั่งขวาของถนนเจริญกรุง ตรงกันข้ามกับฝั่งซ้ายที่ส่วนใหญ่เป็นอาคารเก่าที่บางส่วนถูกทิ้งร้างและทรุดโทรม อีกหนึ่งความเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจคือ นอกจากเส้นทางคมนาคมทางบกอย่างถนนแล้ว ยังมีเส้นทางของรถไฟฟ้ามหานครหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เกิดขึ้นด้วย

2. ด้านสังคม

ชุมชนตลาดน้อยเดิมประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย โดยกลุ่มคนที่อพยพเข้ามายังชุมชนในช่วงแรกมีทั้งกลุ่มชาวจีน ชาวญวน ชาวไทย ชาวโปรตุเกสเข้ามายังพื้นที่ชุมชน อันจะเห็นได้จากศาสนสถานของกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์ที่ตั้งอยู่ในชุมชน อาทิ ศาลเจ้าโรงเกือกของจีนฮากกา ศาลเจ้าไทฮั่วของจีนไหหลำ ศาลเจ้าโจว ซื่อกงของจีนฮกเกี้ยน โบสถ์กาลหว่าร์ของชาวคริสต์ วัดปฐมคงคาราขรรพวิหารของพุทธศาสนิกชน รวมถึงวัดอุภัยราชบำรุงที่เป็นวัดของกลุ่มชาวญวนที่ตั้งอยู่ภายในชุมชนตลาดน้อยเช่นเดียวกัน โดยส่วนใหญ่นิยมประกอบอาชีพเป็นพ่อค้าแม่ค้าและแรงงานรับจ้างทั่วไป และมักจะอาศัยอยู่เกาะกลุ่มกันตามเชื้อชาติ หากแต่ยังมีความสัมพันธ์รูปแบบพึ่งพาอาศัยและเกื้อกูลกันเสมือนเครือญาติของคนในชุมชน (Chimpalee & Haocharoen, 2022b) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าชุมชนตลาดน้อยจะเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่หลากหลาย แต่กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชุมชนมากที่สุดได้แก่ชาวจีนศาสนสถาน สถาปัตยกรรม ลักษณะอาชีพ อาหาร รวมถึงความเชื่อต่าง ๆ ที่พบในพื้นที่ชุมชนตลาดน้อยจึงสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีแบบจีน ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนตลาดน้อยด้วย

เมื่อเวลาผ่านไป วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อต่าง ๆ ในชุมชนยังคงได้รับอิทธิพลหลักจากชาวจีน และเริ่มมีการผสมผสานวัฒนธรรม ที่เห็นได้ชัดคือกลุ่มคริสตังจีนอันเกิดจากการที่มีกลุ่มชาวจีนแต่จีวอพยพเข้ามาใหม่ในบริเวณโบสถ์กาลหว่าร์ที่ชาวโปรตุเกสอาศัยอยู่ร่วมกัน ผู้คนเริ่มประกอบอาชีพ

หลากหลายมากขึ้น ซึ่งนอกจากการค้าขายแล้ว ยังมีกลุ่มงานฝีมือต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ ผลจากการตัดถนนเข้ามาในชุมชนที่ทำให้ชุมชนขยายเข้ามายังพื้นที่ตอนในมากขึ้น ทำให้การรวมตัวและการทำกิจกรรมต่าง ๆ ย้ายจากริมน้ำมาเป็นริมถนนมากขึ้นด้วย โดยเริ่มมีการพบปะรวมกลุ่มกันหลังเลิกงานตามสถานเริงรมย์ เช่น โรงน้ำชา โรงเพ็ญ โรงผืน และโรงบ่อน

ปัจจุบันลักษณะทางสังคมในชุมชนตลาดน้อยได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจที่จะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป ทำให้เกิดการอพยพออกไปอยู่พื้นที่อื่นมากขึ้น สังคมแรงงานและการค้าขายที่เคยรุ่งเรืองกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ กิจกรรมดั้งเดิมบางส่วนถูกปิดตัวลงเพราะไม่มีลูกหลานกลับมาสืบสานต่อ จึงเป็นเหตุให้พื้นที่เกิดความเงียบเหงาและซบเซาลง อาชีพดั้งเดิมที่นอกจากการค้าขาย เช่น อาชีพเย็บเบาะรองนั่งและหมอน อาชีพช่างตีเหล็ก รวมถึงร้านอาหารต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงวัยประกอบ ส่วนคนรุ่นใหม่จะไม่นิยมประกอบอาชีพของบรรพบุรุษแต่จะหันไปทำงานในบริษัทห้างร้านหรือโรงงานแทน อย่างไรก็ตาม ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจก็ทำให้เกิดอาชีพใหม่ขึ้นมาเรื่อย ๆ อาทิ พนักงานร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือคาเฟ่ โฮสเทล มัคคุเทศก์นำเที่ยวในชุมชน เป็นต้น แต่แม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานเท่าไร บทบาทของชาวจีนในตลาดน้อยยังคงมีความสำคัญต่อชุมชนเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน มีการธำรงรักษาวัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญไว้ได้ ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบของการจัดกิจกรรมในเทศกาลของชาวจีนกลุ่มต่าง ๆ ที่ยังคงถือปฏิบัติสืบต่อกัน เช่น งานประเพณีไหว้เต่าในเทศกาลง่วนเซียวงานทิ้งกระจาดในวันสารทจีนและงานแห่เทพเจ้าในเทศกาลกินเจของศาลเจ้าโจวซือกง การทำบ๊ะจ่างทุกตรอกซอยในเทศกาลตวงโหวง (Chimpalee & Haocharoen, 2022b)

3. ด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจส่วนใหญ่ของชุมชนตลาดน้อยในช่วงแรกเป็นการค้าขาย การนำเข้าและส่งออกสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะการค้าขายด้วยเรือสำเภาระหว่างไทยกับจีน จนกล่าวได้ว่าบริเวณชุมชนตลาดน้อยถือเป็นแหล่งการค้าและศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าจากภายในและภายนอกประเทศที่สำคัญแห่งหนึ่งในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ไทยได้ทำสนธิสัญญาการค้าเบอร์นีให้มียกเลิกผูกขาดการค้ากับต่างประเทศ ที่เปิดโอกาสให้ชาวจีนและชาวต่างชาติเข้ามารับสัมปทานการส่งออกสินค้าในไทยมากขึ้น (Chimpalee & Haocharoen, 2022b) ส่งผลให้พื้นที่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีชุมชนชาวจีนอาศัยอยู่ตั้งแต่สำเพ็งจนถึงตลาดน้อยเป็นแหล่งการค้าและการส่งออกที่สำคัญ ประกอบกับต่อมาไทยได้ทำสนธิสัญญาเบาว์ริงกับประเทศอังกฤษ (Chanprakon, 2009) ส่งผลให้เกิดการติดต่อค้าขายกับต่างชาติเพิ่มมากขึ้น การค้าขายจึงมีการกระจายการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

การส่งออกและนำเข้าสินค้าทั้งบริโภคและอุปโภคในช่วงแรก สินค้าส่งออกส่วนมากจะเป็นสินค้าทางการเกษตรและของป่า ส่วนสินค้านำเข้าจะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำจากเหล็ก ผืน เครื่องแก้ว ถ้วยโถผ้า ฯลฯ (Chimpalee & Haocharoen, 2022b) ดังนั้นการค้าริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาจึงมีความหลากหลายของสินค้านานาชนิด นอกจากนี้บริเวณคลองผดุงกรุงเกษมยังมีร้านค้าและเรือแพสินค้าลอยขายในลำคลองต่าง ๆ มากมาย ทั้งร้านขายผลไม้ ผักสด ร้านขายของแห้ง ร้านขายอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือที่ทำจากเหล็กไปจนถึงเครื่องยนต์ ซึ่งจะถูกขายทั้งแบบปลีกและแบบส่ง นอกจากนี้ยังมีงานฝีมือต่าง ๆ เปิดให้บริการ เช่น ร้านตัดเสื้อ ร้านตีเหล็ก ร้านเครื่องจักสาน ร้านตัดผม และมีการ

เกิดขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมและโกดังเก็บสินค้าที่ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่บริเวณถนนเจริญกรุงและถนนทรงวาด

ต่อมาเกิดการย้ายการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือกรุงเทพฯ (ท่าเรือคลองเตย) ทำให้ความเจริญเติบโตและรุ่งเรืองทางการค้าก็ต้องหยุดชะงัก เนื่องจากการนำเข้าและส่งออกสินค้าภายในชุมชนตลาดน้อยลดลงจนกระทั่งหายไปมากที่สุด การค้าขายทั่วไปก็ซบเซาลงด้วย โดยการประกอบกิจกรรมทางการค้าและบริการต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ริมถนน โดยมีการค้าขาย การบริการ บริษัทห้างหุ้นส่วนต่าง ๆ ตั้งอยู่มากมายสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจให้กับถนนสายหลักที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ ถนนเจริญกรุง ส่วนบริษัทและอุตสาหกรรมขนาดเล็กจะตั้งอยู่บริเวณถนนทรงวาดและถนนตรีมิตร และธุรกิจเชิงกงและร้านอาหารส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในซอยวานิช 2 อย่างไรก็ตามชุมชนตลาดน้อยยังมีมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเหลืออยู่ ทั้งรูปแบบสถาปัตยกรรมโบราณและศาสนสถานที่สะท้อนถึงความเชื่อของผู้คนในอดีต ความหลากหลายของเชื้อชาติ ประเพณีวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่บางส่วนยังคงความดั้งเดิมของรากเหง้าตนเองไว้ (Chimpalee & Haocharoen, 2022b) ดังนั้นชุมชนตลาดน้อยจึงเป็นพื้นที่บริเวณตลาดเก่าที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จึงไม่น่าแปลกใจที่ปัจจุบันจะเห็นทั้งคนในพื้นที่ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจะร่วมมือกันฟื้นฟูชุมชนให้กลับมาคึกคักอีกครั้งในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการปรับปรุงพื้นที่อาคารเก่าและตรอกซอกซอยต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมและนิทรรศการในพื้นที่เพื่อบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนในคนรุ่นใหม่รับรู้ถึงการมีอยู่และคุณค่าของชุมชนเก่าแก่แห่งนี้

ทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital)

ทุนสัญลักษณ์ เป็นประเภทของทุนที่ถูกนำเสนอไว้ในทฤษฎีทางสังคมวิทยาของปีแอร์ บูร์ดีเยอ (Pierre Bourdieu) ร่วมกับทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางสังคม อย่างไรก็ตามทุนสัญลักษณ์ไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกับทุนประเภทอื่น ๆ เนื่องจากทุนดังกล่าวมุ่งความสนใจไปที่ “สัญลักษณ์” ของชีวิตทางสังคมที่ทำให้เกิดความไม่สมดุลของบทบาททางสังคม ซึ่งบูร์ดีเยอมองว่ามันเป็นรูปแบบทุนที่แท้จริง ในคำจำกัดความหนึ่งของบูร์ดีเยอที่เสนอในช่วงทศวรรษที่ 1980 กล่าวว่าทุนสัญลักษณ์จะถูกกำหนดโดยทุนประเภทอื่นเมื่อมีการรับรู้และยอมรับถึงการมีอยู่ตามบริบทที่เฉพาะเจาะจง (Michalos, 2014) ตามที่บูร์ดีเยอได้กล่าวไว้ในงานของเขาว่า ทุนสัญลักษณ์ไม่ได้เป็นอะไรเลยนอกจากทุนทางเศรษฐกิจหรือทุนทางวัฒนธรรมทันทีที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ และเมื่อทุนดังกล่าวเป็นที่รู้จักตามประเภทการรับรู้ที่กำหนดแล้ว ความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่แข็งแกร่งมีแนวโน้มที่จะผลิตซ้ำและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ความเข้มแข็งที่จะก่อตัวเป็นโครงสร้างทางสังคมต่อไป (Michalos, 2014)

ทุนสัญลักษณ์ หมายถึง ชื่อเสียง ศักดิ์ศรี หรือการได้รับการยอมรับในแง่ใดแง่หนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นมาจากทุนรูปแบบอื่นอันได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรม ที่บุคคลหรือองค์กรอาจมีทุนรูปแบบนี้สามารถได้มาจากเกือบทุกที่ที่สิ่งนั้นถูกรับรู้และยอมรับว่ามีอยู่ อันจะทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบและ/หรือเกิดเป็นผลประโยชน์ต่าง ๆ ดังนั้นในการศึกษาและทำความเข้าใจทุนสัญลักษณ์จึงอาจจำเป็นที่จะต้องทำความรู้จักกับทุนอื่นที่ได้กล่าวมาแล้วด้วย โดยทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึง เครือข่ายและความสัมพันธ์ที่บุคคลหรือองค์กรมีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงความคล้ายคลึงกับของบุคคลกับเครือข่ายที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital)

หมายถึง การเป็นเจ้าของความมั่งคั่งเชิงวัตถุหรือทางการเงิน และทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง องค์ความรู้ที่ได้เรียนรู้มา ซึ่งมีได้หมายถึงเพียงแค่ความรู้ได้เชิงวิชาการหรือทักษะความสามารถเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสถานะที่แฝงอยู่ในตัวบุคคล (Embodied State) ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของนิสัยใจคอหรือแนวโน้มที่บุคคลจะทำหรือไม่ทำบางสิ่งบางอย่างด้วย อีกนัยหนึ่งคือทุนที่ถูกทำให้เป็นรูปธรรม (Objectified State) กล่าวคือลักษณะที่จับต้องได้ของวัฒนธรรม เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ศิลปะ หนังสือ และวัตถุทางกายภาพอื่น ๆ ที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์และสถานะภายในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ และสุดท้ายคือ ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปสถาบัน (Institutionalized State) ผ่านชั้นยศ ตำแหน่ง วุฒิ ประกาศนียบัตร รวมทั้งสถานะที่ได้รับการยอมรับในเชิงสถาบัน เช่น ศาสตราจารย์ ผู้พิพากษา เป็นต้น

ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรม สามารถตีความหมายเป็นรูปแบบต่าง ๆ ของทุนสัญลักษณ์ได้ อาจกล่าวได้ว่าทุนสัญลักษณ์เกี่ยวข้องกับความคิดของบุคคล เนื่องจากการตระหนักรู้หรือให้คุณค่าต่อทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะให้ความสำคัญหรือให้อำนาจกับสิ่งใดเป็นพิเศษ ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของแต่ละสังคมและการทำให้สิ่งนั้นกลายเป็นสถาบันที่คนทั่วไปในสังคมยอมรับว่าเป็นเช่นนั้นด้วย ยกตัวอย่าง เกษตรกรซื้อวัวคู่ที่สวยงามและแพงที่สุดมาครอบครอง หากวัวคู่นั้นในฐานะทุนทางวัฒนธรรมไม่ได้ถูกตระหนักหรือให้คุณค่าก็ย่อมมีผลต่อการดำรงอยู่ของมันในเชิงสัญลักษณ์ แต่หากในสังคมใดมีการสร้างโครงสร้างทางความคิดแก่บุคคลให้ตระหนักและให้คุณค่าแก่มัน

ผู้ที่ครอบครองวัวคู่นี้ก็จะได้ครอบครองทุนสัญลักษณ์ที่ถูกตีความผ่านทุนวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็น การสืบสานอำนาจเชิงสัญลักษณ์ผ่านทุนวัฒนธรรมนี้ต่อไปด้วย โดยอำนาจเชิงสัญลักษณ์ เป็นความชอบธรรมในการจัดกลุ่มจัดประเภทความเป็นจริงภายนอกหรืออำนาจในการสร้างชุดคำอธิบายความเป็นจริงในโลก ที่ได้รับการยอมรับ เป็นความชอบธรรมในการสร้างชุดคำอธิบายจากมุมมองของมนุษย์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ส่งผลให้กลุ่มอื่นเกิดการเชื่อตาม ดังนั้น ขั้นตอนในการสร้างชุดคำอธิบายจึงเป็นกระบวนการสะสมอำนาจเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งในที่สุดจะกลายเป็นทุนที่เป็นกลยุทธ์ทางการเมืองในการนิยามจุดยืน ตัวตนและตำแหน่งที่ จึงเปรียบได้เช่นเครื่องมือที่สามารถนำพาผู้ที่เป็นรองให้กลับเข้ามาสู่พื้นที่ทางสังคมและความเป็น ศูนย์กลางได้ (Bourdieu, 1991)

แนวคิดของทุนสัญลักษณ์เชื่อเชืงให้มองถึงวิธีการที่บุคคลหรือองค์กรพยายามวางตำแหน่งตัวเอง ในบริบทต่าง ๆ ที่ทุนประเภทต่าง ๆ จะได้รับการชื่นชม เช่น ในด้านธุรกิจ ทุนสัญลักษณ์ขององค์กร เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับความสามารถในการทำกำไร ในด้านวิชาการ ลำดับชั้นที่แตกต่างกันนั้นมีรากฐาน มาจากการศึกษา ผลงานวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ และความสำเร็จทางวิชาการอื่น ๆ ของแต่ละคน เป็นต้น โดยการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมขององค์กรที่มุ่งสร้างและรักษาทุนสัญลักษณ์ ขององค์กรในสาขาของตน กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้องค์กรสร้างและรักษาชื่อเสียงและศักดิ์ศรีในเชิงบวก ในสังคมไว้ได้ (Ihlen, 2018) และเมื่อมีทุนสัญลักษณ์ก็สามารถเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งทุนเศรษฐกิจได้เช่นกัน แต่การเปลี่ยนรูปอีกครั้งหนึ่งของทุนเศรษฐกิจไปเป็นทุนสัญลักษณ์จะไม่สำเร็จหากปราศจากการร่วมมือกัน ของทุกกลุ่ม

กล่าวโดยสรุป ทุนสัญลักษณ์เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงชื่อเสียงหรือเกียรติภูมิที่บุคคลหรือองค์กร ครอบครอง ซึ่งสร้างขึ้นจากทุนรูปแบบอื่น การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่สำคัญ ในการสร้างและรักษาทุนสัญลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ไว้

กรณีย่านชุมชนตลาดน้อย

ย่านชุมชนตลาดน้อย ย่านคนจีนเก่าแก่ที่ผ่านกาลเวลามาหลายยุคหลายสมัย มีทั้งยุคแห่งการก่อสร้าง สร้างตัว ยุครุ่งเรือง ยุคชบเซา และกำลังจะกลับมารุ่งเรืองอีกครั้งด้วยการร่วมมือกันของคนในชุมชนและการได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน จนทำให้พื้นที่ชุมชนตลาดน้อยกลับมาเป็นที่หมายตาของนักลงทุนอีกครั้ง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตที่กลายเป็นหนึ่งในจุดเช็คอินยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ สิ่งหนึ่งที่ซ่อนอยู่ภายใต้กระบวนการฟื้นฟูชุมชนนี้คือ ทุนสัญลักษณ์ ที่ถูกเพิ่มเติมลงไปในชุมชนจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม

จากการกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้อย จะเห็นได้ว่าภายในชุมชนยังคงมีสิ่งที่ยังคงพบในยุคแห่งการก่อสร้างตัวหลงเหลือให้เห็นในปัจจุบัน ทั้งอาคาร ตึกแถว ศาสนสถาน เชื้อชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และอาชีพ แม้ว่าคนในช่วงยุคสมัยแรกจะไม่มีอยู่แล้ว แต่การที่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ยังคงหลงเหลืออยู่ เป็นเครื่องยืนยันได้ว่ายังมีคนรับรู้ถึงการมีอยู่และเห็นคุณค่าของสิ่งเหล่านี้ อันนับเป็นทุนในสังคมประเภทต่าง ๆ และยิ่งบ่งบอกอีกว่าในชุมชนตลาดน้อยมีทุนสัญลักษณ์อยู่ หากแต่กาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้การรับรู้และยอมรับทุนนั้นน้อยลง ซึ่งแน่นอนว่าหากการรับรู้มีน้อยลง การให้คุณค่าน้อยลง สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นย่อมสูญเสียบางส่วนเชิงสัญลักษณ์ เมื่อมีทุนสัญลักษณ์ไม่มากพอ กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจก็มีแนวโน้มที่จะลดน้อยถอยลงไปด้วย

แม้ว่าปัจจุบันย่านชุมชนจีนเก่าแก่แห่งนี้จะได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยศิลปะบนพื้นที่กับทุนทางวัฒนธรรมโดยใช้แนวคิดศิลปะแทรกแซงในพื้นที่สาธารณะ แนวคิดศิลปะเฉพาะ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (Silpakit et al., 2022) แต่การกลายสภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวนี้ก็จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากปราศจากกระบวนการสร้างทุนสัญลักษณ์และส่งเสริมอำนาจเชิงสัญลักษณ์ผ่านทุนวัฒนธรรมต่าง ๆ ดังกล่าว ดังนั้นในการฟื้นฟูชุมชนตลาดน้อยจึงเป็นการเพิ่มทุนสัญลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อให้ทุนนั้นนำมาซึ่งทุนทางเศรษฐกิจผ่านกระบวนการใช้ทุนทางสังคม กล่าวคือมีการรวมกลุ่มกันของคนที่มีทุนเชิงการมีอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในชุมชน และใช้สิ่งเหล่านั้นในการฟื้นฟูชุมชนด้วยการปรับเปลี่ยนการรับรู้ของสิ่งต่าง ๆ เสียใหม่ เป็นการรับรู้ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับคนกลุ่มที่กว้างขึ้น ทุนยุคสมัยมากขึ้น เพื่อสร้างความสนใจและการรับรู้ถึงการมีอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งนั่นคือการเพิ่มขึ้นของทุนสัญลักษณ์ของชุมชนนั่นเอง ซึ่งทุนสัญลักษณ์ของย่านชุมชนตลาดน้อยหรือความพยายามในการพลิกโฉมย่านเก่าแก่ด้วยการสร้างการรับรู้ใหม่ดังที่ได้กล่าวมานี้ มีความแข็งแกร่งมากขึ้นจากกิจกรรมการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ที่สร้างและคงไว้ซึ่งทุนสัญลักษณ์ของชุมชน

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มคนที่เป็นเหมือนจุดเริ่มต้นและหัวเรี่ยวหัวแรงหลักในการคิดและพลิกฟื้นชุมชนตลาดน้อยขึ้นมาคือ กลุ่มปิ่นเมือง นำโดยจุฑาทิ กังวานภูมิ (ใจ) ที่เป็นทั้งคนในพื้นที่ เป็นนักวิชาชีพด้านสถาปนิกชุมชนและประธานชุมชนที่มองเห็นทุนต่าง ๆ ที่บ้านเกิดเขามีทั้งความรู้ ความทรงจำ ความผูกพันกับพื้นที่ประวัติศาสตร์ และการสำนึกถึงความเป็นเจ้าของ อีกทั้งยังตระหนักว่าหากปล่อยไว้ไม่ทำอะไร ไม่ปรับสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น ให้คนรุ่นหลังอยากเลือกที่จะอยู่ต่อ ความเป็นย่านและเมืองก็จะค่อย ๆ เสื่อมลง จึงมาเป็นเป้าหมายหลักแรกของกลุ่มปิ่นเมืองในการฟื้นฟูชุมชนตลาดน้อย ซึ่งกระบวนการฟื้นฟูเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยประเด็นเรื่องวัฒนธรรมเป็นประเด็นแรกที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมาเป็นหนึ่งในเครื่องมือพัฒนาชุมชน (Kantamuanglee, 2022) มีการจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรมที่เก็บรวบรวม

เรื่องของข้อมูลต่าง ๆ จัดนิทรรศการโดยใช้เนื้อหาจากคนในท้องถิ่นที่ในการเล่าเรื่องเพื่อส่งต่อเรื่องราวและความภาคภูมิใจของคนดั้งเดิมในชุมชนสู่คนรุ่นใหม่ทั้งที่ยังอยู่อาศัยและที่มาเยือน

ภายหลังจากชุมชนเริ่มได้รับความสนใจจากทั้งกลุ่มนักวิจัย สถาปนิก และกลุ่มนักอนุรักษ์ ทำให้เกิดกิจกรรมอื่น ๆ ในชุมชนอีกมากมาย อาทิ กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและการเดินศึกษาย่าน เป็นการจัดกิจกรรมที่ให้คนในชุมชนเป็นคนนำเที่ยว แนะนำมรดกวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลวันตรุษจีน ปีเซ่จ่าง กินเจ ไหว้พระจันทร์ รวมไปถึงกิจกรรมเวิร์คช็อป การเขียนและปั้นขนมเต่า ซึ่งกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมนี้เป็นกิจกรรมที่รวมคนในชุมชนได้ง่ายที่สุด ทั้งยังช่วยสร้างความภูมิใจให้กับชุมชนที่ได้ถ่ายทอด กระตุ้นกลุ่มคนใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมและเกิดเครือข่ายใหม่ ๆ ขึ้น นอกจากนี้ยังมีศิลปะข้างถนนหรือสตรีทอาร์ตที่ถือเป็นกิจกรรมที่สร้างผลกระทบในวงกว้างมากที่สุด (Phutha-in, 2022) ดังจะเห็นได้จากกรณีที่ผู้คนมักจะรู้จักตลาดน้อยผ่านศิลปะข้างถนนเหล่านี้ที่ทำหน้าที่เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีส่วนช่วยเล่าเรื่องราวของย่าน โดยภาพวาดบนกำแพงต่าง ๆ ที่กระจายตัวอยู่ในชุมชนมีมาก่อนที่ชุมชนจะเริ่มมีการฟื้นฟูแล้ว แต่หลังจากเริ่มมีการฟื้นฟูชุมชนก็ได้มีการตั้งคณะกรรมการเข้ามาดูแลและให้อนุญาตในการสร้างสรรค์ภาพบนกำแพง โดยชุมชนทำหน้าที่ควบคุมผลงานด้วยตนเองและจะมีการสร้างสรรค์ภาพใหม่ทุก ๆ 5 ปี เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปินหน้าใหม่เข้ามามีส่วนร่วม (Phutha-in, 2022) โดยกิจกรรมการสร้างสรรค์งานศิลปะบนกำแพงอาคารต่าง ๆ นี้เอง ที่ช่วยพลิกโฉมพื้นที่ตรอกซอกซอยเล็ก ๆ ให้มีสีสันสดใส สะอาดตา น่ามอง และเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่จากเดิมที่เป็นซอยแคบ สกปรก เฉอะแฉะด้วยน้ำขังที่มาจากครัวเรือนบ้าง ฟ้าฝนบ้าง มองเห็นเศษขยะบนพื้นและราวตากผ้ารกรากตามบ้านเรือน ปัจจุบันนี้แทบไม่เห็นภาพเหล่านั้นเนื่องจากผู้คนในชุมชนรับรู้ถึงการเข้ามาของนักท่องเที่ยว จึงเริ่มทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้วยการจัดการสิ่งต่าง ๆ นั้นให้สะอาดตา

การฟื้นฟูชุมชนตามที่กล่าวมาไม่เพียงแต่เปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนเท่านั้น แต่ยังสร้างการรับรู้ใหม่สำหรับคนภายนอกด้วย อย่างอาคารเก่าที่เมื่อก่อนการรับรู้และคุณค่าของมันคือการเป็นที่อยู่อาศัยหรืออาคารพาณิชย์กันแดดบังฝน ต่อมาเป็นอาคารเก่าทรุดโทรมถูกทิ้งร้างแทบไม่มีใครสนใจ ปัจจุบันถูกปรับแต่งเป็นร้านกาแฟที่ภายในยังคงความเป็นตึกเก่า มีการนำสิ่งของเก่า ๆ มาตกแต่ง ความเก่ายังคงอยู่ แต่การรับรู้ต่างออกไปเป็นความเก่าอย่างมีสไตล์ (Vintage) มีคุณค่าในฐานะสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น หนึ่งตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมคือร้านกาแฟเซียงกง ร้านที่ถูกปรับปรุงขึ้นจากอาคารเก่าดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ โดยการปรับปรุงพยายามคงสภาพความดั้งเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด ผสมผสานกับสิ่งใหม่ที่เอื้อต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ใหม่ด้วย จากการถูกรับรู้การมีอยู่ในฐานะอาคารเก่าริมน้ำที่เข้าถึงยากเนื่องจากอยู่ในตรอกเล็ก รถยนต์ไม่สามารถผ่านได้ สู่อาคารเก่าติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตกแต่งแนววินเทจ ผสมผสานกลิ่นไอของวัฒนธรรมจีน สร้างการรับรู้และคุณค่าที่มากจนทำให้ผู้คนยินดีเข้าไปเยี่ยมชม แม้ว่าการเดินทางเข้าถึงจะไม่ได้สะดวกสบายหากเทียบกับร้านกาแฟในย่านอื่น ๆ คล้ายกันกับอีกหนึ่งร้านคือร้านมาเธอร์โรสเตอร์ (Mother Roaster) ร้านกาแฟที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมขึ้นมาพร้อม ๆ กันกับการเจริญเติบโตของย่านชุมชนตลาดน้อย จนเป็นหนึ่งในจุดเช็คอินของผู้คนที่มาเที่ยวชมภายในบริเวณชุมชนร้านนี้อยู่ภายในตึกเก่า 2 ชั้น ชั้นล่างเป็นโครงสร้างปูน เป็นที่เก็บอะไหล่เหล็กเก่าจำนวนมาก ส่วนชั้นสองเป็นที่ตั้งของตัวร้านเป็นโครงสร้างไม้ที่แบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนพื้นที่ริมระเบียงที่ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้แบบเก่า เพิ่มพื้นที่สีเขียวด้วยต้นไม้ที่วางและแขวนประดับไว้รอบ ๆ และพื้นที่ด้านในห้องที่ติดเครื่องปรับอากาศ

แต่ยังคงโครงสร้างไม้จากอาคารเดิม ตกแต่งจัดวางของเก่าอย่างโทรศัพท์บ้านแบบเก่า บนเฟอร์นิเจอร์ใหม่ ได้อย่างลงตัว บนกำแพงหน้าร้านถูกแต่งเติมสีส้นและลวดลายน่ารัก ๆ จนกลายเป็นมุมหนึ่งที่ดึงดูดให้คนเข้ามาถ่ายภาพและแบ่งปันลงบนพื้นที่เครือข่ายสังคมต่าง ๆ และไม่เพียงแต่กำแพงหน้าร้านมาเธอร์โรสเตอร์เท่านั้นที่มีภาพวาดศิลปะให้พบเห็น ผู้คนที่เข้ามาในบริเวณชุมชนสามารถพบศิลปะข้างถนนหรือสตรีทอาร์ตมากมายบนกำแพงอาคารเก่าที่กระจายตัวอยู่ตามตรอกซอยต่าง ๆ เปลี่ยนการรับรู้จากกำแพงอาคารเก่าทรุดโทรม สู่พื้นที่ศิลปะที่มีส่วนบอกเล่าเรื่องราวและประวัติศาสตร์ชุมชนได้อย่างกลมกลืนกับบริบท

บทส่งท้าย

ตามที่ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ ให้คำจำกัดความว่าทุนสัญลักษณ์จะถูกกำหนดขึ้นจากทุนประเภทอื่นต่อเมื่อมีคนรับรู้ถึงการมีอยู่ของมันและยอมรับมันตามบริบท (Michalos, 2014) รูปแบบการรับรู้ของกลุ่มคนต่าง ๆ ต่อชุมชนตลาดน้อยที่ได้กล่าวมาข้างต้น ที่เกิดจากการพยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้ชุมชนก็คือการสร้างทุนสัญลักษณ์ให้เกิดแก่ชุมชน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนให้กับผู้มาเยือนเป็นการส่งเสริมอำนาจเชิงสัญลักษณ์ให้ทุนสัญลักษณ์ของชุมชนแข็งแกร่งมากขึ้นไปอีก นอกจากนี้ กระบวนการสำคัญที่รักษาทุนสัญลักษณ์และส่งเสริมอำนาจเชิงสัญลักษณ์ผ่านทุนประเภทต่าง ๆ ของชุมชนให้สืบต่อไปยังได้รับการสนับสนุนจากการจัดกิจกรรม สื่อสารและประชาสัมพันธ์จากทั้งคนในและคนนอกอย่าง CEA และภาคีต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในฐานะย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ กิจกรรม Bangkok Design Week ที่ทำให้ทุกสุดสัปดาห์และวันหยุดสำคัญในช่วงที่มีการจัดงานชุมชนจะคลาคล่ำไปด้วยคนรุ่นใหม่ที่พักันเข้ามาเยี่ยมชมและเก็บภาพอาคารเก่า ๆ ภาพวาดศิลปะข้างถนนตามตรอกซอยต่าง ๆ ที่ล้วนแล้วแต่เป็นเอกลักษณ์ที่ยากจะหาจากพื้นที่อื่นในกรุงเทพฯ ได้ (Dan-utra, 2022) トラบไคที่ยังมีคนรับรู้และยอมรับ ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ ทุนสัญลักษณ์ของชุมชนนี้จะคงอยู่และได้รับการต่อยอดให้แข็งแกร่งขึ้นไปเรื่อย ๆ

อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของลักษณะกิจกรรมภายในชุมชนตลาดน้อยยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายรูปและเข้าร้านกาแฟ ฌ็อง โบตริยาร์ (Jean Baudrillard) กล่าวว่า การที่บางสิ่งหายไปมิใช่เพราะการขาดแคลนหรือไม่มี แต่เป็นเพราะมีมากเกินไปต่างหาก (Thorpe et al., 2015) ซึ่งนั่นเป็นเหมือนการเตือนว่า หากชุมชนส่งเสริมและสร้างทุนสัญลักษณ์ขึ้นจากทุนวัฒนธรรมเดิม ๆ จนมากเกินไป อาจมีโอกาที่สิ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่ไม่น่าสนใจ ธรรมดา ถูกมองข้าม และสูญเสียอำนาจเชิงสัญลักษณ์ นำไปสู่การสูญเสียทุนสัญลักษณ์ของชุมชนในที่สุด ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในอนาคตจึงอาจพิจารณาทุนต่าง ๆ ที่มีในชุมชนให้รอบด้าน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมให้มากขึ้นและเพิ่มแง่มุมใหม่ ๆ ให้กับการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

References

- Bangkok Design Week. (2022). **Charoen Krung – Talat Noi: the Older, the Better**. <https://www.bangkokdesignweek.com/bkkdw2023/content/33351>
- Bourdieu, P. (1991). **Language and Symbolic Power**. Polity Press.
- Chanprakon, K. (2009). **Foundation of Thai Culture**. Ramkhamhaeng University Press.
- Chimpalee, S. & Haocharoen, K. (2022a). Cultural Identity of Talat Noi Community, Bangkok. *ADD Arch Journal*, 35(2), 72–89.
- Chimpalee, S. & Haocharoen, K. (2022b). Factors Affecting the Changes of Talad–Noi Community, Bangkok. *Built Environment Inquiry Journal (BEI): Faculty of Architecture, Khon Kaen University*, 21(2), 109–127.
- Dan–utra, P. (2022). **Looking for the Charm of Talad Noi: New Alleys in Old Alleys**. <https://www.sarakadeelite.com/faces/talat-noi/>
- Ihlen, Ø. (2018). Symbolic Capital. In Heath, R. L. & Johanesen, W. (Eds.). **The International Encyclopedia of Strategic Communication**. Wiley–Blackwell.
- Kantamuanglee, A. (2022). **Rehabilitation of the Old Chinatown to Meet the Needs of Many Generations by Jurit Kangwangphoom from the Pan Mueang Group**. <https://theurbanis.com/life/25/08/2021/5317>
- Michalos, A. C. (2014). **Encyclopedia of Quality of Life and Well–Being Research**. Springer.
- Phutha–in, B. (2022). **Livable Economy Rehabilitation of the Neighborhood through the Community Process by the Pan Muang and Talad Noi Lovers Groups**. <https://theurbanis.com/public-realm/23/11/2021/5612>
- Putimahtama, P. (2015). Chinese Community of Talad Noi: Faiths and Trade of Chinese in Siam. *Veridian E–Journal, Silpakorn University*, 8(2), 2590–2606.
- Silpakit, P., Rattanaamnuaysiri, S., Thongves, M., Kaewchusri, P., Worraratthanapatch, P., Disatapundhu, S. & Utiswannakul, P. (2022). Site–Specific Art and Creative Tourism: A Case Study of the Talad Noi Community, Samphanthawong District, Bangkok. *NRRU Community Research Journal*, 16(1), 24–36.
- Thorpe, C., Yuill, C., Hobbs, M., Todd, M., Tomley, S. & Weeks, M. (2015). **The Sociology Book: Big Ideas Simply Explained**. DK Publishing.