

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การที่ยกกลางคืนของผู้หญิงเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจยิ่ง เพราะกิจกรรมยามว่างแบบนี้ มีลักษณะของการแหกกฎกติกาการขยับตัวของสังคมชายเป็นใหญ่อย่างรุนแรง ทั้งนี้เพราะในระดับแรก สังคมชายเป็นใหญ่ได้กำหนดให้บ้านเป็นพื้นที่ส่วนตัวที่จำกัดกันผู้หญิงให้ต้อง “อยู่กับเหย้า เฝ้ากับเรือน” ดังนั้นการที่ผู้หญิงพยายามจะสลัดกรงของ “เหย้าเรือน” ออกไป จึงเท่ากับท้าทายบัญญัติข้อแรก แห่งปิตาธิปไตย (patriarchy) และในระดับถัดมาสังคมไทยมีมายาคติว่า “กลางคืน” เป็นสัญลักษณ์ของอันตราย เป็นที่ซึ่งสถิตไว้ด้วย “ความชั่วร้าย” เช่น นกแสกที่ออกหากินตอนกลางคืนจะเป็นสัญลักษณ์ที่นำมาซึ่งความตาย ภูตผีปีศาจจะออกมาทำร้ายมนุษย์ในยามราตรี.....ฉะนั้น เมื่อผู้หญิงออกที่ยกกลางคืน จึงหมายความว่า เธอได้กบฏต่อทั้งกฎแห่งการ “อยู่กับเหย้า เฝ้ากับเรือน” (space) และเปิดแนวรบต่อมายาคติเรื่องภยันตราย แห่งรัตติกาล (time) (สมสุข หินวิมาน, 2544, น. 44)

ยามวิกาล: ผู้หญิงกับมิติเรื่องเวลา

ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังอยู่ในกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เมื่อประเทศมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจมากเท่าใด การเปลี่ยนแปลงทางสังคมก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ทำให้กระทบกระเทือนถึงสถาบันต่าง ๆ ของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การปรับตัวไม่ทัน ทำให้คนไทยยุคใหม่รับรู้และถูกถ่ายทอดค่านิยม ทักษะคติ ความนึกคิดในด้านต่าง ๆ ผิดแผกไปจากบรรทัดฐานของสังคม โดยเฉพาะเมื่อวิทยาการเจริญก้าวหน้าขึ้น ทำให้ติดต่อกันได้สะดวกกว่าแต่ก่อน ประเทศไทยย่อมได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา เนื่องจากเป็นประเทศมหาอำนาจ จึงเกิดการเลียนแบบตะวันตกอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการกิน สถานะเจริญรมย์ ฝั่บ แนวความคิดเช่นนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นออกไปจากบรรทัดฐานเดิมของสังคมไทยที่สร้างสมเอาไว้ และกำลังจะกลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสังคมไทย

เราคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า ทุกวันนี้เกิดคำถามขึ้นในใจของคนส่วนใหญ่ในสังคมว่าทำไม ผู้หญิงจำนวนหนึ่ง จึงนิยมการไปเที่ยวตามสถานบันเทิงจำพวกผับ เพื่อนั่งดื่มสุรา ดั้นรำด้วย ท่าทางที่ประหลาด อยู่ท่ามกลางแสงไฟที่แสบตา เสียงเพลงที่ดังจนหูแทบจะระเบิด โดยไม่คำนึงถึงภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะจากยาเสพติด การทะเลาะวิวาทกันหรืออันตรายจากการถูกล่วงละเมิดทางเพศ สิ่งที่พวกเขามองเห็นว่าจะได้จากผับมีแต่ผลเสียเท่านั้น พฤติกรรมของผู้หญิงที่มาเที่ยวกลางคืน ถูกสังคมมองว่าเป็นเรื่อง “พฤติกรรมเบี่ยงเบน” และถือเป็นการประพฤติตนไม่เหมาะสม

ในขณะที่มุมมองของผู้เที่ยวกลางคืนที่เป็นสตรีเอง กลับแตกต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง ด้วยลักษณะเฉพาะตัวหลายประการของสถานบันเทิงยามค่ำคืน ชักนำพาพวกเธอมารวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน ทำให้เกิดสังคมของผู้เที่ยวกลางคืน ซึ่งมีวัฒนธรรมของตนเองที่แตกต่างและเกิดขึ้นขึ้นมาในสังคม

ผู้หญิงที่ไปเที่ยวกลางคืน ในที่นี้อาจจะแบ่งได้เป็น 2 กรณีใหญ่ ๆ คือ กรณีที่ 1 ผู้หญิงที่ไปให้บริการ และกรณีที่ 2 ผู้หญิงที่ไปใช้บริการ ก่อนอื่นจะขอกล่าวถึงผู้หญิงในกรณีแรก นั่นก็คือกลุ่มผู้หญิงที่ไปให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น “แม่เล้า” หรือเจ้าของหญิงบริการ ซึ่งนำบรรดาสาว ๆ ที่อยู่ในสังกัดมาเปิดให้บริการกันเพื่อค่าประเวณี (นัยนภา สินธุบดี, 2530, น. 5) เมื่อตกลงราคากันเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็อาจจะไปหลับนอนกันตามโรงแรม่านรูดหรือที่อื่น ๆ ตามที่จะตกลงกัน บางกลุ่มก็เป็นพนักงานจากสถานบริการบางประเภท เช่น อาบอบนวด คาราโอเกะ เข้ามาหารายได้เสริมหลังจากที่ “ปิดตู้” หรือหลังจากที่สถานบริการประเภทดังกล่าวปิดในแต่ละวัน เป็นที่รู้จักกันในชานุม่นักเที่ยวว่าผู้หญิงคนไหนเป็น “ไก” ที่พร้อมจะไป “ต่อ” กับพวกเขาได้ทุกเมื่อ บางทีก็ดูออกจากกิริยาอาการที่ให้ท่า บางทีก็ดูจากการรวมกลุ่ม บางทีก็ดูจากการแต่งหน้าแต่งตัว ซึ่งไม่แน่นอนเสมอไปเช่นกัน คนกลุ่มนี้จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผล ที่ทำให้คนในสังคมทั่วไปมองโดยภาพรวมว่าผู้หญิงที่ไปเที่ยวกลางคืนมีความประพฤติที่ไม่เหมาะสม

ผู้หญิงที่ไปให้บริการมักถูกมองในแง่ลบ แต่ยังมีผู้หญิงอีกกลุ่ม คือ ผู้หญิงที่ไปใช้บริการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะของผู้บริโภคที่มีอำนาจต่อรอง (active consumer) และเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษา ส่วนใหญ่พวกเธอจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ทันสมัย มีรูปแบบสวยงาม และแตกต่างไปจากเสื้อผ้าที่สวมใส่ในตอนกลางวัน ไม่ว่าจะเป็นแบบสายเดี่ยว เกาะอก ซึ่งดูค่อนข้างเปิดเผย พวกเธอจะรู้สึกภาคภูมิใจ และพอใจเมื่อมีผู้ชายเข้ามาพูดคุยด้วย หรืออยากจะทำความรู้จัก เพราะนั่นแสดงถึงว่าเธอเป็นที่สนใจของเพศตรงข้าม ซึ่งไม่จำเป็นว่าเธอจะต้อง

ตอบรับกับคำท้าทายนั้นทุกครั้งไป เธออาจจะเลือกที่จะสนทนากับชายหนุ่มที่หน้าตาดี แต่งกายดี หรืออาจปฏิเสธ ที่จะไม่สนใจใครเลย ในห้องน้ำของสถานบันเทิงบางแห่ง จะมีการจัดเตรียม เครื่องสำอางสำหรับให้ลูกค้าเข้าไปเสริมแต่งกัน อาทิ เช่น ลิปสติก แป้งผัดหน้า หวี เจล สำหรับทาผม เพื่อเอาใจลูกค้าสาว ๆ ให้ดูดีอยู่เสมอเมื่อมาเที่ยว (ชัชนาม นักไร่, 2545, น. 5)

ผู้หญิงที่มาเที่ยวในสถานบันเทิงยามค่ำคืนแต่ละคนก็มาด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน คนภายนอกที่มองเข้ามาก็เลยมองออกไปในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะมองในแง่บวกหรือแง่ลบแต่จะดีกว่าหรือไม่ที่คนทั่วไปจะเข้าใจผู้หญิงที่เที่ยวกกลางคืนให้มากขึ้น ถึงเหตุผลต่าง ๆ ที่ทำให้พวกเขาเลือกเข้ามาในสถานที่แห่งนี้ ก่อนที่จะพิพากษาอะไรลงไป

ฉบับ: ผู้หญิงกับมิติเรื่องพื้นที่

“Pub” (ฉบับ) เป็นพื้นที่ที่ซ้อนทับกันระหว่าง โลกส่วนตัวกับโลกสาธารณะ “Pub” เป็นคำ ในภาษาอังกฤษที่ลดรูปมาจาก “public house” ทว่าความหมายของคำนี้กลับไปพ้องกับ saloon, bar, tavern, nightclub ซึ่งล้วนแต่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และชีวิตเรียวรมย์ยามราตรีทั้งสิ้น ในสังคมไทยนอกจาก “Pub” จะถูกเรียกทับศัพท์ว่า “ฉบับ” แล้ว “Pub” ยังมีอีกชื่อที่ชัดเจน และตรงกับลักษณะพื้นฐานของมันนั่นคือ “ร้านเหล้า” (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 3) แต่สำหรับคนอังกฤษพื้นถิ่นแล้ว บางครั้งก็เรียกฉบับว่า “boozer” หรือถ้าเป็นคำแสลงตามอย่างสำเนียงค็อกนีย์ (Cockney) ก็จะใช้เรียกฉบับว่า “rub-a-dub-dub” ฉบับ (ในอังกฤษ) แต่ละแห่งมีลูกค้าขาประจำเป็นกลุ่มเฉพาะ ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มคนท้องถิ่นในละแวกที่ตั้งของฉบับ หรือกลุ่มคนทำงาน ทั้งพนักงานบริษัท (white-collar) และแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม (blue-collar) ที่อาจมีสถานที่ทำงานตั้งอยู่ใกล้เคียงกับฉบับ ฉบับจึงเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับเพื่อนฝูงหลังเลิกงาน หรือเป็นสถานที่พบปะของผู้คนในละแวกบ้านยามค่ำคืนเพื่อสังสรรค์ สนทนา หรืออาจจะมีการรวมกัน เช่น การเล่นปาลูกดอก เล่นพูล หรือชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล เป็นต้น (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 43-44) อย่างไรก็ตามฉบับไม่ได้เป็นแค่เพียงสถานประกอบการที่มีสุราไว้บริการเท่านั้น หากแต่ยังต้องมีเสียงดนตรีด้วย คุณลักษณะเบื้องต้นของฉบับจึงเป็นเรื่องแอลกอฮอล์ เสียงเพลง และราตรี ส่วนกิจกรรมหลัก ๆ ที่เกิดขึ้นในฉบับก็คือ “การดื่ม-กิน-ชม-ฟัง-และพูดคุย” โดยที่กิจกรรมทั้งหมดนี้ได้ถูกเพิ่มอรรถรสและเร่งเร้าประสบการณ์ด้วยการตกแต่ง จัดการ รวมทั้งควบคุม “บรรยากาศ” (atmosphere) ภายในฉบับอย่างเข้มข้น (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 3)

ด้วยเหตุนี้ ตามความหมายและวัตถุประสงค์ดั้งเดิมของผับ จึงเป็นสถานที่ที่มีไว้เพื่อสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนหลังเลิกงาน เป็นสถานที่เพื่อการฟังดนตรีร่วมกันที่เรียบง่ายเป็นกันเองซึ่งตรงข้าม กับภาพของสโมสรชั้นสูงที่ต้องตัดและปรุงแต่งจริตมากมายก่อนที่จะเข้าไป ในขณะเดียวกัน ผับก็เป็นภาพที่ขัดกับสถานเริงรมย์มีวสุ่มหรือมีวเมาของวัยรุ่นหรือแก๊งค์อันธพาล เช่น ไนต์คลับ คลับเต้นรำ หรือดิสโก้เทค ฯลฯ

ผับปรากฏตัวขึ้นในสังคมไทยอย่างเป็นทางการในช่วง พ.ศ. 2526-2527 พร้อม ๆ กับชื่อของถนนสารสิน ในกลุ่มนักเที่ยวราตรีชาวกรุงแล้วถนนสารสินได้กลายเป็น “เป็นแบรนด์เนมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทผับ ถนนสารสินขึ้นชื่อถึงขนาดที่ใครหรือผู้ใดมีความรู้สึกหรือนึกอยากจะทำจิบเหล้าฟังเพลงแล้ว จะต้องนึกถึงย่านสารสินขึ้นมาเป็นอันดับแรก” (อิศรา มาลีวัลย์, 2535, น. 42 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 59)

จากนั้นก็ดูเหมือนว่าสังคมไทยจะให้การต้อนรับผับเป็นอย่างดี และด้วยบรรยากาศทางเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ. 2530-2534 ที่กำลังเติบโตอย่างร้อนแรงได้ส่งให้ธุรกิจผับเติบโตขึ้นถึงขีดสุดด้วย ช่วงเวลาดังกล่าวจึงเปรียบได้กับยุคทองของธุรกิจผับซึ่งนั่นทำให้ “การไปผับ” กลายเป็นแฟชั่น หรือเป็นกิจกรรมหลังเลิกงานที่แพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว ผับจึงกลายเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและปรากฏการณ์ทางธุรกิจที่ “มีกระแสการลงทุนใหม่อย่างคับคั่ง ทั้งเม็ดเงินที่อัดลงไป และแรงหนุนจากสินค้าในผับโดยเฉพาะเหล้าและเครื่องดื่มที่สู้กันสุดฤทธิ์ เพื่อแย่งชิงพื้นที่โปรโมตสินค้า” (ฐานเศรษฐกิจ, 29 กรกฎาคม-สิงหาคม 2534, น. 70-71 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 59)

ความรุนแรงของธุรกิจผับอาจจะสะท้อนได้จากเม็ดเงินที่ต้องทุ่มลงไป กล่าวคือ “ส่วนใหญ่จะมีการลงทุนสำหรับการตกแต่งสถานที่และบรรจุส่วนประกอบเพื่อสร้างความบันเทิงที่ให้บริการมากกว่าร้านเหล้าธรรมดา ด้วยวงเงินสูงถึง 4-10 ล้านบาท” เงินลงทุนส่วนใหญ่ใช้ไปเพื่อการตกแต่งและเนรมิตบรรยากาศของร้านนั่นเอง ที่ลงทุนมากขนาดนี้ก็เพื่อสื่อสารกับกลุ่มคนเป้าหมายซึ่ง “ส่วนใหญ่ กลุ่มลูกค้าผับจะเป็นกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ หรือคนหนุ่มสาวที่มีกำลังซื้อในเกรดบีขึ้นไป (มีกำลังซื้อสูง) ทำให้เจ้าของสินค้าทั้งหลายที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกับกลุ่มลูกค้าของผับให้ความสนใจเพราะเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน เช่น เหล้านอก เครื่องดื่ม หรือแม้แต่บุหรือนอก” (ฐานเศรษฐกิจ, 29 กรกฎาคม-สิงหาคม 2534, น. 70-71 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 59-60)

สันนิษฐานว่าในสังคมไทยนั้นการนำคำว่า “ผับ” มาใช้เรียกสถานบริการของตนส่วนใหญ่แล้วมิได้เป็นเพราะต้องการจะจำลองหรือผลิตซ้ำความเป็นผับแบบในสหราชอาณาจักร หากแต่มุ่งเพื่อแยกแยะให้รู้ว่าสถานบริการของตนไม่ใช่ร้านคาราโอเกะ ไม่ใช่ร้านยาตอง ไม่ใช่ร้าน

ข้าวต้ม ไม่ใช่บาร์ที่มีสาวนั่งดริงค์ ไม่ใช่ดิสโก้เทคที่เปิดเพลงเต้นรำวัยรุ่น ไม่ใช่ไนต์คลับที่มีฟลอร์ลีลาและพาร์ตเนอร์ และไม่ใช่ค็อกเทลลานจ์ที่มีสาว ๆ นั่งชั่วโมง (นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 60)

หากแต่ลักษณะร่วมกันประการหนึ่งของผับในสังคมไทยก็คือ การมีดนตรีสดเต็มวง (live band) และมีเสิร์ฟอาหารทั้งกับแก้มหรืออาหารจานหนัก ถ้าหากไม่มีดนตรีสดเต็มวงก็จะกลายเป็นแคร์วันเหล่าธรรมดาทั่ว ๆ ไป หรือถ้ามีแต่เพียงวงโฟล์คซองขนาดเล็กก็จะเข้าลักษณะของค็อกฟีซัฟ ซึ่งเป็นที่นิยมในสังคมไทยอย่างมากเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ลักษณะของผับแบบไทยในปัจจุบันจึงมี ความใกล้เคียงกับ “ไลฟ์ เฮ้าส์” (live house) มากกว่าที่จะเป็นผับแบบของอังกฤษ เพราะผับในสังคมไทยไม่ใช่ที่รวมตัวของเพื่อนบ้านหรือสถานที่นัดพบประจำของเพื่อนฝูง หากแต่มีลักษณะเป็นที่เที่ยว ซึ่งลูกค้าจะเปลี่ยนที่ไปเรื่อย ๆ มากกว่า สำหรับสังคมไทยแล้วผับจึงเป็นเพียงสัญญาณ (sign) ที่บ่งบอกว่าร้านนี้มีขายเหล้าและมีแสดงดนตรีเต็มวงด้วยเท่านั้น (นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 60)

จากข้อมูลสำรวจสถานบันเทิงของบริษัทศูนย์กสิกรไทย ปี พ.ศ. 2540 (อ้างถึงในนันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 60-62) พบว่า กลุ่มช่วงวัยที่ออกเที่ยวกลางคืนมากที่สุดมีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.4 อันดับสองคือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.0 สำหรับอันดับที่สามและสี่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี และกลุ่มช่วงวัยรุ่นอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.2 และ 13.6 ตามลำดับ

สำหรับอาชีพที่ออกเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับที่สอง คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.3 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจที่ออกเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 22.5

ในด้านระดับของรายได้นั้น พบว่ากลุ่มที่ออกเที่ยวมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.1 สำหรับอันดับสองและสามนั้นมีความใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท ออกเที่ยวมากเป็นอันดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 23.8 ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เที่ยวมากเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 22.3 นอกจากนี้ยังพบข้อมูลทางสถิติที่น่าสนใจว่า ยิ่งกลุ่มที่มีรายได้สูงเท่าไรตัวเลขทางสถิติของการเที่ยวกลับยิ่งลดน้อยลงเท่านั้น

ส่วนเหตุผลเรื่องวัตถุประสงค์ในการไปเที่ยวนั้น เกือบครึ่งหนึ่งตอบว่า ไปเที่ยวกลางคืนเพื่อพักผ่อน/คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 45.1 อันดับสอง คือ เหตุผลเรื่องการพบปะสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 35.4 ซึ่งก็ถือว่าเป็นตัวเลขที่ยังสูงอยู่ อันดับที่สาม คือ ชอบสนุกสนานรื่นเริงสำหรับเหตุผลข้อนี้ก็มีตัวเลขทางสถิติที่ลดต่ำลงไปมากคือคิดเป็นร้อยละ 11.9 เท่านั้น

สำหรับคำถามเรื่อง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไป ได้จำแนกสถานบันเทิง ออกเป็น 6 ประเภท คือ ผับ ร้านอาหารไอเกะ คาเฟ่ ดิสโก้เธค ค็อกเทลเลานจ์ และสถานบริการอื่น ๆ จากการสำรวจพบแหล่งบันเทิงซึ่งเป็นที่นิยมสูงสุด (ค่าเฉลี่ยรวมไม่แยกเพศ) คือ ผับ คิดเป็น ร้อยละ 29.09 ซึ่งถ้าคิดค่าเฉลี่ยแยกตามเพศแล้ว ผับก็เป็นสถานบริการที่กลุ่มตัวอย่างผู้ชายไป มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.61 ในขณะที่ผู้หญิงไปผับมากเช่นเดียวกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 28.57

จากตัวเลขทั้งหมดที่ผู้วิจัยสรุปมาสะท้อนนัยสำคัญของตัวตนคนที่อยู่กึ่งกลางคั่นว่า กลุ่ม คนที่ออกมาเที่ยวกลางคืนมากที่สุด คือ หนุ่มสาวออฟฟิศ หรือเป็นนักศึกษาที่กำลังจะจบ การศึกษาชั้นปริญญาตรี คนกลุ่มนี้มีรายได้ปานกลาง กล่าวคือ อยู่ในช่วง 5,001 ถึง 20,000 บาท ซึ่งก็คือ ระดับรายได้ตั้งแต่เงินรายเดือนของนักศึกษา ไปจนถึงเงินเดือนของพนักงานบริษัทในช่วง เริ่มต้นชีวิตการทำงาน คนกลุ่มนี้มีลักษณะสำคัญ คือ ยังคงใช้ชีวิตกับกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก เพราะ ส่วนใหญ่ยังไม่มีครอบครัว ในแง่นี้พวกเขาจึงให้เหตุผลของการออกเที่ยวกลางคืนว่า เพื่อพักผ่อน คลายเครียดจากการงาน และเพื่อพบปะเพื่อนฝูงเป็นเหตุผลสำคัญนั่นเอง สถานบันเทิงที่คนกลุ่มนี้ นิยมไปได้แก่ ผับ ซึ่งเป็นที่ชัดเจนทั้งในกลุ่มผู้ชายและผู้หญิง (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 62)

ด้วยเงื่อนไขทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในปัจจุบันจึงทำให้ “ผับ” กลายเป็นสถานที่ที่มีที่ทางเฉพาะตัวในสังคม และกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของคน บางกลุ่มในสังคมโดยเฉพาะกลุ่มนักเที่ยว นักท่องเที่ยว ในสังคมไทยการดำเนินชีวิตเช่นนี้หาก เกิดขึ้น กับมนุษย์เพศชายก็จะไม่ใช่เรื่องแปลกหรือผิดเพี้ยนอะไร แต่หากมนุษย์เพศหญิงดำเนิน ชีวิตเช่นเดียวกันแล้ว พวกเธอก็จะถูกรังแกในแง่ลบและมีพฤติกรรมเบี่ยงเบน

จากที่มอดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เลือก “ผับ” เป็นสถานที่ในการเข้าไปศึกษาถึง พฤติกรรมการเที่ยวของผู้หญิงกลางคืน

ผู้หญิง การสื่อสาร กับการเที่ยวกลางคืน

Richard Dyer (1992 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 18) เสนอว่า ในปัจจุบันนี้ ความบันเทิงถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของความสำราญ อีกทั้งยังถูกนิยามในแง่ลบ นอกจากนี้ ทั้งความสำราญและความบันเทิงต่างก็ถูกแยกขาดให้อยู่ในฝั่งตรงข้ามกับการทำงาน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลผลิตทางความคิดของยุคสมัยใหม่อย่างชัดเจน

นอกจากความสำราญบันเทิงจะกลายเป็นชั่วตรงข้ามกับเรื่องของการทำงานแล้ว ความหมายของคำนี้ ยังเกี่ยวข้องกับ การ “เลือก” ด้วย Chris Rojek (1995, p. 1) กล่าวว่า ส่วนใหญ่ เรามักจะนิยาม “เวลาว่าง” (leisure) จากสามัญสำนึกโดยเชื่อมโยงเข้ากับความคิดเรื่อง “อิสรภาพ” (freedom) “ตัวเลือก” (choice) และ “การตอบสนองของความพึงพอใจให้กับชีวิต” (life satisfaction) เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ของ Kelly et al. (2000 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 18) ที่เสนอว่า คนเราโดยทั่วไปแล้ว มักจะกล่าวถึงเวลาว่าง ในลักษณะของ “สิ่งที่เราทำ เพื่อความสนุก” แต่ถ้าหากจะกล่าวในอีกแง่หนึ่ง “เวลาว่าง” ก็คือกิจกรรมที่เราทำโดยมุ่งเน้นที่ ประสบการณ์เป็นสำคัญ

Dean MacCannell (MacCannell, 1976 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 20) วิเคราะห์ไว้สอดคล้องกันว่า การแยก “การทำงาน” ออกจากกิจกรรมอื่นอย่างเด็ดขาดก็ เท่ากับ “การถอดถอนวัฒนธรรมออกจากกิจกรรมการทำงานในชีวิตประจำวัน” ด้วยซึ่ง กระบวนการนี้เองที่ได้กลายมาเป็นวิกฤตของชีวิตในสังคมเมืองปัจจุบัน

การที่ยกกลางคืนของผู้หญิงจึงอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแสวงหาความสำราญในยาม ว่างเพื่อการพักผ่อน (leisure) ที่เป็นผลผลิตเฉพาะจากสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ MacCannell กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า เนื่องจากสังคมอุตสาหกรรมได้ผูกมัดคนไว้กับงานของเขา รวมทั้ง ผลลัพธ์จากลัทธิผู้เชี่ยวชาญ (specialization) ได้นำไปสู่การแตกตัวของงานออกเป็นส่วนเลี้ยว ต่าง ๆ ยิบย่อย เช่น ในสถานที่ทำงานในการผลิตเชิงอุตสาหกรรม งานแต่ละส่วนไม่ได้ทำหน้าที่ใน การบูรณาการผู้ทำงานเข้าสู่มุมมองเชิงสังเคราะห์ของโลกทัศน์ทางสังคม (a synthetic social perspective) การทำงานของมนุษย์ในปัจจุบันจึงเป็นโลกที่ตัดขาดและแปลกแยกไปจากโลกใน มิติอื่น ๆ ในขณะเดียวกันทั้งความสำราญ และวัฒนธรรมนั้นต่างก็ค่อย ๆ เคลื่อนออกจากโลกของ การทำงานและชีวิตประจำวันด้วยเช่นกัน ความสำราญและสิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรมในปัจจุบันจึง เริ่มที่จะจดจ่ออยู่แต่กับเรื่องของการผ่อนคลาย ความสนุกสนานรื่นเริง และการสร้างความสำราญ เบิกบานใจ (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 20)

ผลก็คือ เวลาทำงาน (work time) และช่วงชีวิตนอกเวลาทำงาน (non-work time) ในสังคมอุตสาหกรรมถูกแยกขาดจากกันโดยสิ้นเชิง ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน อย่างรุนแรงในหลาย ๆ ทาง Robert Bocock (1993 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 11) ได้อ้างอิงถึงบทความเรื่อง “The metropolis and mental life” ของ Georg Simmel ซึ่งอธิบายว่า “ร้านรวง รวมทั้งสถานบริการกิจกรรมยามว่างของชาวเมือง เช่น โรงมหรสพ โรงดนตรี สนามกีฬา และโรงภาพยนตร์ ล้วนแล้วแต่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตใจของผู้อยู่อาศัย

ในเมือง” ด้วยเหตุนี้ Simmel จึงเสนอว่า ปัญหาเบื้องต้นที่สุดของชีวิตสมัยใหม่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้น จากการอ้างอิงสถานะให้กับตัวเองในฐานะของปัจเจกชนผู้ซึ่ง ต้องพยายามรักษาอิสรภาพของตัว ในการดำรงชีวิตอยู่อย่างประจักษ์หน้ากับพลังทางสังคมที่กำลังถาโถมเข้าล้อมครอบมนุษย์มากขึ้นทุกขณะ (Bocock, 1993 อ้างถึงใน นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 12)

เมื่อแรงงานในสังคมกำลังสูญเสียตัวตนรวมถึงช่วงเวลาทางวัฒนธรรมเพื่อ “บูชาัญญ” (sacrilege) ให้แก่สังคมสมัยใหม่ ผู้คนจึงต้องไล่ติดตามเพื่อเติมเต็มชีวิตส่วนที่ขาดหายด้วยการแสวงหากิจกรรมการบริโภค สิ่งต่าง ๆ และลักษณะสำคัญที่สุดประการหนึ่งของกิจกรรมเพื่อความสำราญภายใต้เงื่อนไขของสังคมทุนนิยม คือ “การถูกทำให้กลายเป็นสินค้า” (commodification) ในลักษณะของกระบวนการที่สินค้า บริการ และประสบการณ์ ได้ถูกนำมาผนวกเข้าและบรรจุรวมไว้ด้วยกันเพื่อนำไปขายเยี่ยงสินค้าต่อผู้บริโภค ในแง่นี้ห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง โรงแรมหรู และสินค้าวัฒนธรรมบันเทิงต่าง ๆ จึงล้วนแต่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองของความต้องการดังกล่าวของคนเมืองในยุคสมัยใหม่นั้นเอง (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 114)

การแสวงหาตัวตนที่ขาดหายด้วยการบริโภคในช่วงเวลาว่างจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่ผ่อนคลายความตึงเครียดจากการงาน แต่มันได้ทำหน้าที่สำคัญคือ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบอกเล่าเรื่องราวแห่งตัวตนในฐานะของความพยายามในการสงวนรักษาตัวตน ท่ามกลางการดำรงอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ที่แสนจะแปลกแยกซับซ้อนและวุ่นวายสับสน (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 114)

กระบวนการดังกล่าวเข้มข้นขึ้นและเริ่มเป็นที่ประจักษ์ชัดในช่วงทศวรรษที่ 1980 ซึ่งในแวดวงการตลาดให้นิยามว่าเป็นลักษณะของการบริโภคแบบกลุ่มเสี้ยว และการบริโภคแบบปัจเจก อย่างไรก็ตามก็มีการแสวงหาตัวตนกลับทำหน้าที่อย่างฉับพลัน กล่าวคือ สามารถหล่อเลี้ยงจินตนาการความปรารถนาของปัจเจกได้อย่างเต็มที่แต่กลับส่งผลข้างเคียงคือยิ่งทำให้ปัจเจกแปลกแยก และเปลี่ยวเหงามากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมการบริโภคเพื่อเคลื่อนเข้าหาสังคม การบริโภคเพื่ออ้างอิงตัวเองเข้ากับชุดความหมายบางอย่างจึงเท่ากับเป็นการเชื่อมต่อกับตัวเองเข้ากับสังคมในทางนามธรรมซึ่งช่วยแบ่งเบาความรู้สึกแปลกแยกได้ในระดับหนึ่ง เมื่อชีวิตต้องเติมเต็มด้วยการบริโภค การเลือกบริโภคจึงกลายมาเป็นเครื่องมืออย่างใหม่ที่มนุษย์ในสังคมนำมาใช้ในการจัดจำแนก แบ่งกลุ่มคนออกตามลักษณะการเลือกบริโภคสินค้า บริการ รวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ โดยมีนัยของลำดับชั้นการบริโภคที่สูงต่ำไม่เท่ากัน การเลือกบริโภคจึงมีนัยของการเลือกสังกัดกลุ่มทางสังคมด้วย (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547, น. 114-115) และในกรณีดังกล่าว ผู้หญิงจำนวนหนึ่งที่เลือกบริโภคความสำคัญด้วยการเที่ยวกลางคืนในสังคมไทย จึงมักถูกสังคมมองว่าเป็น

“ผู้หญิงไม่ดี” เนื่องจากสถานภาพในการบริโภคของเธออยู่ในกลุ่มทางสังคมที่เหลื่อมล้ำ ต่ำชั้นกว่ากรณีของบุรุษเพศ

ผู้หญิงจำนวนหนึ่ง que เลือกใช้เวลาว่างด้วยการเที่ยวกลางคืนเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้ปัจเจกได้รู้สึกถึงทั้งความแตกต่างกับกลุ่มบุคคลอื่นและรู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างตนเองกับกลุ่ม ผ่านรสนิยมการบริโภคความสำราญ กระบวนการดังกล่าวเทียบเคียงได้กับสิ่งที่ Pierre Bourdieu (1979, pp. 2-3) วิเคราะห์ไว้ในหนังสือ “Distinction” โดยเฉพาะเรื่อง “การบริโภคศิลปวัฒนธรรม” กล่าวคือ การบริโภคศิลปและวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นการถอดรหัสความหมายทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า มีเพียงบุคคลที่เข้าใจและรู้จักรหัสเหล่านี้เท่านั้น ที่จะสามารถบริโภคสินค้านั้นได้

Pierre Bourdieu (1979, p. 3) อธิบายว่า รสนิยม (Taste) ทำงานทั้งในแง่ การจัดจำแนก และถูกจัดจำแนกโดยผู้จัดจำแนกประเภท ดังนั้น องค์ประธานทางสังคม (social subjects) จึงถูกจัดจำแนกออกเป็นประเภทจากแบบแผนการจัดจำแนกของตน แบ่งแยกตัวเองออก ให้โดดเด่น (distinction) กว่าคนอื่น ด้วยคุณค่าที่ตัวสร้างขึ้นจากข้อต่างระหว่างความงามกับความอัปมงคล และระหว่างสิ่งที่ดีที่สุดกับความหยาบช้าสามัญ ในแง่นี้ดังกล่าว การเลือกใช้เวลาว่างจึงเป็นอีกหนึ่งจุดเริ่มต้นที่นำไปสู่การจัดจำแนกคนออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณค่า และแบบแผนพฤติกรรมการบริโภคด้านอื่นด้วย ดังจะได้กล่าวต่อไปในการศึกษาครั้งนี้ที่คนในสังคมได้จัดจำแนกและวางตำแหน่งในทางสังคมและวัฒนธรรมให้กับผู้หญิงเที่ยวกลางคืน

แต่สิ่งที่น่าสนใจยิ่งไปกว่านั้นก็คือ การจัดจำแนกดังกล่าวเกิดขึ้นโดยคนกลุ่มใด เพศใด และใช้เกณฑ์อะไรเป็นที่ตั้ง ที่จะจำแนกว่าสิ่งไหนคือความงาม และสิ่งไหนคือความอัปมงคล ยุติธรรมกับทุกฝ่ายหรือไม่ ถ้าการใช้เวลาว่างด้วยการบริโภคความสำราญบันเทิง (leisure) เกี่ยวข้องกับการ “เลือก” เชื่อมโยงเข้ากับความคิดเรื่อง “อิสรภาพ” (freedom) “ตัวเลือก” (choice) และ “การตอบสนองความพึงพอใจให้กับชีวิต” (life satisfaction) และเมื่อคนโดยทั่วไปมักจะกล่าวถึงการใช้เวลาว่าง ในลักษณะของ “สิ่งที่เราทำเพื่อความสนุก” หรือจะเป็นกิจกรรมที่เราทำโดยมุ่งเน้นที่ประสบการณ์เป็นสำคัญ หากเรายึดถือคำกล่าวข้างต้น และยึดถือหลักสิทธิความเท่าเทียมแล้ว การที่ผู้หญิงกลุ่มหนึ่งจะเลือกใช้เวลาว่างด้วยการเที่ยวกลางคืน ก็น่าจะเป็นการเลือกที่มีความชอบธรรม และเป็นเรื่องไม่ยุติธรรมที่จะถูกสังคมภายนอกสร้างภาพผู้หญิงเที่ยวกลางคืนในเชิงลบ โดยการดูถูกเหยียดหยาม และการประทับตรา จากสังคมทั่วไป สถานการณ์เหล่านี้มีส่วนสำคัญในการเบียดขับให้ผู้หญิงเที่ยวกลางคืนกลายเป็นบุคคลชายขอบของความเป็นหญิง

ปัญหาสำคัญเท่าที่ผ่านมาและยังคงดำรงอยู่ทั่วไปและในสังคมไทยด้วย คือ สังคมมองไม่เห็นความสำคัญของงานที่ผู้หญิงทำ การยกย่องทางสังคม เศรษฐกิจก็ไม่มี ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ชายถูกถามว่าภรรยาคุณทำงานอะไร บางคนตอบว่า “ไม่ได้ทำอะไรอยู่บ้านเฉย ๆ” ถ้าพวกเขาอยู่บ้าน “เฉย ๆ” จริง บ้านคงไม่เป็นบ้าน ครอบครัวคงไม่เป็นครอบครัว หากพวกเขาไม่ทำงานบ้านจะต้อง จ้างคนมาทำ จะสิ้นเปลืองเงินทองไปอีกเท่าไร ยิ่งไปกว่านั้นในกรณีที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านส่วนใหญ่แล้ว พวกเขาจะถูกกีดกันถูกปิดกั้นเรื่องความก้าวหน้าถูกกดราคา ค่าจ้างแรงงาน และ ฯลฯ ในภาษาสิทธิมนุษยชนเรียกว่าถูก “เลือกปฏิบัติ” อันกล่าวได้ว่ามีสาเหตุมาจาก “อคติ” และผลที่ตามมา คือความไม่เสมอภาพ และขาดความเป็นธรรม แต่ความเสียหายสูงสุดมิใช่เพียงแต่ผู้หญิงถูกละเมิดสิทธิมนุษยชนเท่านั้น หากคือ พัฒนาการของมนุษย์บนฐานของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและมีคุณภาพระหว่างมนุษย์กับมนุษย์และมนุษย์กับธรรมชาติ ไม่อาจเกิดขึ้นได้เต็มศักยภาพ ด้วยเหตุว่าพลังของผู้หญิงถูกกีดกันและถูกลดคุณค่า

กาญจนา แก้วเทพ (2535, น. 60) ได้กล่าวสรุปว่า สำหรับผู้หญิงแล้ว คำกล่าวที่ว่า “เธออยากจะเป็นอะไรตามที่เธอต้องการนั้นก็ได้นั้น” นั้นเป็นคำกล่าวที่จริงเพียงครั้งเดียว เพราะในสภาพความเป็นจริง เราต้องทบทวนดูว่าบรรดาเงื่อนไข เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจ ทางชนชั้น ทางสังคม ทางวัฒนธรรมของผู้หญิงเอื้ออำนวยให้เป็นจริงได้หรือไม่ และเมื่อเราเริ่มต้นจากสภาพการณ์ที่กำลังเป็นอยู่แล้ว เราอาจจะต้องกล่าวว่า “เธออยากจะเป็นอะไรก็ตามที่เธอต้องการนั้นก็ได้นั้น” ถ้าเธอพร้อมที่จะฝ่าฟัน ต่อสู้ ออกแรง เพื่อสร้างเงื่อนไขให้เธอได้เป็นฝ่ายเลือก แทนที่จะเป็นฝ่ายถูกเลือกจากสังคม”

และเมื่อพิจารณาโดยเปรียบเทียบกับขบวนการต่อสู้อื่น ๆ แล้ว เราอาจจะเทียบเคียงให้เกิดแนวคิดได้ว่า การคืนอำนาจในการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตให้แก่ชนชั้นคนงานมีความสำคัญยิ่งยวดเพียงใด การคืนอำนาจในการใช้ร่างกายของตัวผู้หญิงให้กับผู้หญิงเอง ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน

การตั้งคำถามหลัก ๆ ของงานศึกษาในครั้งนี้ได้พยายามตอบปัญหาสำคัญในเรื่องการใช้การสื่อสารเพื่อต่อรอง/ต่อสู้กับนิยามของสังคมต่อผู้หญิงที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจการเที่ยวกลางคืน เนื่องจากผู้วิจัยเอง ก็เป็นผู้หญิงคนหนึ่ง que เลือกใช้เวลาว่างไปกับการเที่ยวในสถานบริการประเภท “ผับ” อยู่เป็นประจำ หลายครั้งที่ผู้วิจัยมักจะสงสัยและไม่เข้าใจว่า ทำไมผู้หญิงเที่ยวกลางคืนจึงถูกมองด้วยสายตาที่ดูถูกดูแคลน และขาดการให้เกียรติจากสังคม ทั้ง ๆ ที่ผู้หญิงส่วนมากเข้าไปใช้บริการเพื่อการผ่อนคลาย สังสรรค์กับเพื่อน ๆ โดยไม่มีเจตนาแอบแฝงเพื่อการอื่น แตกต่างกับผู้ชายที่ไปเที่ยวกลางคืน ที่ดูจะเป็นเรื่องธรรมดาของสังคมเสียเหลือเกิน และในยุคที่

หญิง/ชายมีความเท่าเทียมกันแล้ว ยิ่งทำให้ผู้วิจัยเกิดความข้องใจ และสงสัยยิ่งขึ้นไปว่า คนส่วนใหญ่ในสังคมกำลังมองผู้หญิงที่เยวกลางคืนผิดไปจากความเป็นจริง เนื่องจากผู้หญิงจำนวนมากเข้าไปเที่ยวในฐานะของผู้ใช้บริการ มีโซผู้ให้บริการแต่อย่างใด

สำหรับงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงไม่ได้มองว่า ผู้หญิงที่เยวกลางคืนเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดปกติ เนื่องจากการมองปรากฏการณ์ของผู้หญิงที่เยวกลางคืนว่าเป็นปัญหาสังคมก็ดี หรือการมองว่าพวกเธอเป็นเหยื่อของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมก็ดีนั้น เป็นการมองที่พวกเธอไม่ได้เป็นผู้กระทำทางสังคม (social actors) กล่าวคือ เป็นการตัดสินการกระทำของผู้หญิงโดยปราศจาก การวิเคราะห์ถึงการรับรู้ การตีความของผู้หญิงต่อการกระทำดังกล่าว การรับรู้ของผู้หญิง มีองค์ประกอบหลายด้าน เช่น การรับรู้เกี่ยวกับโลก ตนเอง และความสัมพันธ์ทางสังคม ตลอดจนความเป็นหญิงชายและความคิดต่อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเพศสัมพันธ์ (Ortner and Whitehead, 1996 อ้างถึงใน ไสภิดา วีรกุลเทวัญ, 2543, น. 2-3) อีกทั้งยังมองไม่เห็นศักยภาพและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ของผู้หญิง

ในขณะเดียวกัน ผู้ศึกษาเลือก “ผับ” เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากผับเป็นสถานบันเทิงยามค่ำคืน ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูล และสถานบันเทิงประเภทผับ ยังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของนักท่องเที่ยวในยามค่ำคืน ความสำเร็จของผับแต่ละแห่ง จึงเป็นสิ่งที่ช่วยแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการบริโภคภายในผับของผู้หญิงกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งยังอาจจะช่วยตอบข้อข้องใจ เกี่ยวกับกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมที่แฝงอยู่ภายในสถานบันเทิงเหล่านี้ได้อีกด้วย

ปัญหานำการวิจัย

ผู้หญิงใช้การสื่อสารเพื่อการต่อสู้/ต่อรองความหมายของ “การเยวกลางคืน” อย่างไร และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้หญิงที่เยวกลางคืน ในบริบทหรือสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการการสื่อสารความหมายของผู้หญิง เพื่อต่อรองกับโครงสร้างทางสังคม ในพื้นที่และเวลาของการเยวกลางคืน

ขอบเขตของการวิจัย

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มผู้หญิงที่ไปใช้บริการภายในผับแห่งหนึ่งย่านทองหล่อ ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ที่ผู้วิจัยเลือกผับแห่งนี้ เป็นสนามศึกษา เนื่องจากเป็นผับที่มีกลุ่มนักเที่ยวผู้หญิงซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูล และยังเป็นผับที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของนักเที่ยว ความสำเร็จของผับแห่งนี้จึงเป็นสิ่งที่ช่วยแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการบริโภคภายในผับของชนชั้นกลางกลุ่มหนึ่งได้ ซึ่งประเด็นการศึกษานี้จะเน้นแนวคิดเรื่องเพศภาวะ (Gender studies) กับการศึกษาด้านการสื่อสาร

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในการเข้าสู่พื้นที่ภาคสนาม เนื่องจากสถานบันเทิงประเภทผับทั้งหมดที่ผู้วิจัยติดต่อขอเข้าไปเก็บข้อมูล ไม่สะดวกที่จะให้เข้าไปศึกษาในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจึงต้องปกปิดชื่อของผับที่เลือกมาเป็นพื้นที่ในการเก็บข้อมูล และปกปิดฐานะของตนเองในขณะที่เข้าไปสังเกตการณ์ภายในร้าน แต่จะเปิดเผยตัวตน และบทบาทของผู้วิจัยต่อกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผู้หญิงเที่ยวกลางคืน หมายถึง หญิงชนชั้นกลางที่ใช้บริการสถานบริการยามค่ำคืนประเภทผับแห่งหนึ่ง ย่านทองหล่อ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เข้าไปฟังเพลงเต้นรำ หรือดื่มเครื่องดื่มภายในร้าน

ในที่นี้ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์ของ Erving Goffman เป็นเกณฑ์ในการศึกษาความหมาย ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเข้าไปต่อรอง มี 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. “นอกบ้าน” กับผู้หญิง หมายถึง พื้นที่ที่ผู้หญิงเข้าไปต่อสู้ออกรองกับความหมาย ทั้งพื้นที่ “ในที่ทำงาน” และพื้นที่ “ในผับ”
2. “กลางคืน” กับผู้หญิง หมายถึง เวลาที่ผู้หญิงเข้าไปต่อสู้ออกรองกับความหมาย โดยการออกไปเที่ยวผับในเวลากลางคืน
3. “การเที่ยว” กับผู้หญิง หมายถึง การกระทำของผู้หญิงเพื่อสื่อสารความหมายในผับ
4. “เป้าหมายในการเที่ยว” กับผู้หญิง หมายถึง เป้าหมายของผู้หญิงจากการกระทำเพื่อสื่อสารความหมายในผับ

สถานบันเทิง หมายถึง สถานบริการประเภท ผับ ซึ่งเปิดขายสุรา และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นหลัก และเปิดเพลงด้วยแผ่นเสียงหรือมีการเล่นดนตรีด้วยจังหวะสำหรับเต้นรำ ซึ่งในสังคมไทย ถือว่าเป็นพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง

การสื่อสารความหมาย หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงออกของความคิดและความรู้สึก การที่บุคคลในสังคมมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความหมายและความเข้าใจร่วมกัน ประกอบไปด้วย การสื่อสาร 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารด้วยวาจาหรือเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารด้วยการพูด การร้อง และการสื่อสารที่ไม่ใช่วาจาหรือเชิงวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารโดยใช้รหัสสัญญาณอื่น เช่น ท่าทาง การแสดงออกทางใบหน้า สายตาดำน้ำเสียง ระดับเสียง ความเร็วในการพูด ตลอดจนการแต่งกาย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในผับ

ทั้งนี้ เกณฑ์ในการวิเคราะห์ “กลุ่ม” ของการสื่อสารในร้าน “ผับแห่งหนึ่งย่านทองหล่อ” มีดังต่อไปนี้ คือ

1. สมาชิกในร้าน หมายถึง ผู้หญิงที่มารวมตัวกันในร้าน ประกอบไปด้วย กลุ่มสมาชิกประจำ กลุ่มสมาชิกไม่ประจำ หรือกลุ่มสมาชิกประเภทแวะเวียนผ่านไปมา โดยแยกเป็นกลุ่มของผู้หญิงที่มาในกลุ่มผู้หญิงล้วน กลุ่มผู้หญิงที่มีผู้ชายมาด้วย หรือผู้หญิงที่มาคนเดียว
2. เวลาและพื้นที่ในการสื่อสาร หมายถึง เวลาและพื้นที่ในผับที่ผู้หญิงเลือกเข้ามาใช้บริการ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิสังสรรค์ภายในกลุ่มสมาชิกพร้อมกัน
3. ธรรมชาติของการรวมกลุ่มสื่อสาร หมายถึง การรวมกลุ่มสื่อสาร รูปแบบต่าง ๆ ของผู้หญิงในพื้นที่ผับ
4. เนื้อหา/ประเด็นในการสื่อสาร หมายถึง การวิเคราะห์บทสนทนาของผู้หญิงที่สื่อสารกันในผับ
5. ระดับของการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารของผู้หญิงในผับเกิดขึ้นในหลายระดับ ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารแบบรวมกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน

การต่อสู้/ต่อรอง หมายถึง ผู้หญิงได้ใช้การสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงความหมายเดิมที่คนในสังคมมีต่อผู้หญิงที่เยวกลางคืน และสร้างความหมายใหม่ให้กับตัวเอง ใน 2 ระดับ คือ

1. การต่อสู้/ต่อรองกับคนที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ได้แก่ การสื่อสารระหว่างผู้หญิงที่เยวกลางคืนกับผู้หญิงกลางคืนกลุ่มอื่น และการสื่อสารระหว่างผู้หญิงที่เยวกลางคืนกับผู้ชายที่เยวกลางคืน

2. การต่อสู้/ต่อรองกับคนที่อยู่ในพื้นที่อื่น ได้แก่ การสื่อสารระหว่างผู้หญิงที่เยวกลางคืนกับครอบครัว พ่อแม่ หรือคนรัก เป็นต้น

รูปแบบการใช้ชีวิต หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้หญิงในชีวิตประจำวันของแต่ละคน การใช้เวลา/พื้นที่ที่ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับบรรณนิมของกลุ่มผู้หญิงชนชั้นกลางที่ใช้บริการในสถานบริการยามค่ำคืนกลุ่มนี้ เรื่องที่ให้ความสนใจ และความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เนื่องจากการศึกษาด้านวารสารศาสตร์ ยังมีการนำวิธีการวิจัยในมุมมองเชิงวัฒนธรรมศึกษามาใช้ไม่มากนัก โดยเฉพาะแนวทางการศึกษาด้วยวิธีชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic studies) ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเป็นการขยายแนวทางการศึกษาด้านวารสารศาสตร์ด้านมานุษยวิทยา และด้านสตรีศึกษา หรือศาสตร์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการศึกษาด้วยวิธีชาติพันธุ์วรรณา ตลอดจนนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไปในอนาคต
2. การศึกษาในครั้งนี้ คาดว่าจะทำให้เข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารความหมายต่อตนเองของผู้หญิงในการเที่ยวกลางคืนเพื่อต่อรองกับโครงสร้างทางสังคม
3. ผู้วิจัยคาดหวังว่าจากการศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการต่อสู้/ต่อรองของผู้หญิงที่เยวกลางคืน จะเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อนำไปสู่การต่อสู้ของผู้หญิงในประเด็นทางสังคมอื่น ๆ ต่อไป