



# ตลาดน้ำขวัญเรียม: การศึกษาปรากฏการณ์ตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ผ่านแนวคิดเรื่องสถานที่ในบริบทสังคมร่วมสมัย\*

อดิศร ศรีไสวพันธ์

นักศึกษาระดับปริญญาเอก  
หลักสูตรปริญญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**คำสำคัญ:** ตลาดย้อนยุค, ตลาดเพื่อการท่องเที่ยว, การระลึกถึงอดีต, สำนึกของสถานที่, การล้อเลียน, ขวัญ-เรียม, ตลาดน้ำขวัญเรียม

**Keyword :** Retro Market, Market for Tourism, Nostalgia, Sense of place, Parody, Kwan-Riam, Kwan-Riam Floating Market

## 1. บทนำ

จากกระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงหลายปีหลังที่ผ่านมา ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตการใช้เวลาในวันหยุดของชนชั้นกลางในเมืองที่ต้องการสถานที่ซึ่งนำพาให้ได้หลบหนีออกไปจากความคุ้นเคยของสภาพแวดล้อม ความจำของเหตุการณ์ กิจกรรม และชีวิตประจำวันในเมือง วิธีการของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จึงเป็นการนำเอาความแปลกใหม่ หรือความไม่คุ้นเคย มาเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบและสร้างขึ้นเป็นสภาพแวดล้อมซึ่งโดยรวมแล้วได้ทำหน้าที่เป็นฉากหลังสำหรับการถ่ายรูปของผู้ไปเยี่ยมชม นอกจากนี้ ยังมีการจัดการในลักษณะของการแสดงออกถึงความแปลกประหลาดใจ (Exoticism) เช่นการจัดการสภาพแวดล้อมของโครงการด้วยสภาพแวดล้อม หรือองค์ประกอบที่นำเข้ามาจากแหล่งอื่น ๆ อาทิเช่น การใช้รูปแบบสถาปัตยกรรมจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่อยู่ไกลโพ้น หรือการเลี้ยงสัตว์ต่างถิ่น (Alien Species) อยู่ในพื้นที่โครงการ เป็นต้น

การนำเอา “ความไม่คุ้นเคย” มาใช้ในแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น นั่นก็คือความไม่คุ้นเคยจากสิ่งที่ไม่เชื่อมต่อกับรากทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากอดีต (ถ้าอดีตเป็นดินแดนอันไกลโพ้น การโยยหาอดีตทำให้อดีตอันไกลโพ้นเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มั่งคั่งที่สุดสำหรับทุกคน)<sup>1</sup> หรือที่นิยมเรียกกันว่า “การท่องเที่ยวแบบโยยหาอดีต (Nostalgia Tourism)”

\* ปรับปรุงจากบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในรายวิชา 261 511 นิเวศวิทยาวัฒนธรรม และภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Ecology and Cultural Landscape), สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร



ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมใช้ “อดีต” เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวจึงถูกเรียกว่า “ตลาดย้อนยุค” ซึ่งในสภาพการณ์ปัจจุบันจะพบว่ามียุคที่เป็น “ตลาดดั้งเดิม” ที่มีอายุเก่าแก่ ตลอดจนมีกิจกรรมสินค้า และสิ่งแวดล้อมอันรวมไปถึงสิ่งก่อสร้างซึ่งเป็นของดั้งเดิมอยู่แล้ว และ “ตลาดย้อนยุคการออกแบบ สร้างขึ้นใหม่” แต่พยายามสร้างบรรยากาศให้เป็นไปในลักษณะของตลาดเก่า ซึ่งตลาดประเภทหลังนี้ มักจะตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ กิจกรรม และสินค้าจะเป็นของใหม่ที่มีการคัดสรรแล้ว

จากที่กล่าวมาข้างต้นถึงประเด็นของปรากฏการณ์ของสังคมไทยหาอดีต (Nostalgia Society) ที่ส่งอิทธิพลให้เกิดการพัฒนาตลาดเก่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างตลาดใหม่ภายใต้วาทกรรมย้อนยุค เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคม ซึ่งในกรณีนี้นับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอย่างยิ่งของสังคมร่วมสมัยในประเทศไทย

สำหรับกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยสนใจ คือ “ตลาดน้ำขวัญเรียม” ซึ่งตลาดดังกล่าวมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากตลาดย้อนยุคทั่วไป เนื่องจากตลาดขวัญเรียมตั้งอยู่ระหว่างริมคลองแสนแสบซึ่งเป็นพื้นที่ชานเมืองกรุงเทพมหานครทางด้านตะวันออก ซึ่งไม่เคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวมาตั้งแต่ต้น แต่มีการจัดการในเชิงภูมิทัศน์และกิจกรรมให้ตอบสนองต่อรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือคนชั้นกลางที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จนกระทั่งสามารถเชิญชวนให้คนเข้าไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากภายในเวลาไม่นาน

การออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นฉากหลังทางสถาปัตยกรรม สะพาน หรือพื้นที่หญ้าเทียมริมคลอง ก็มีลักษณะเห็นได้ชัดว่าเป็นของสมัยใหม่ที่ตั้งใจทำขึ้นเพื่อ “ล้อเลียน (Parody)” ของเก่า โดยไม่ได้สนใจเนื้อหาของ “ความจริงแท้ (Authenticity)” อย่างที่ตลาดลักษณะนี้มุ่งทำกัน แต่กลับก่อให้เกิดบรรยากาศในภาพรวมบางประการของ “ความไม่สมบูรณ์แบบ” และ “อารมณ์ชวนหัวแบบไทย” ที่แฝงอยู่ในนั้น

ประการสุดท้าย “อดีต” ของตลาดขวัญเรียมที่หยิบยกมาใช้ นั้น เป็นอดีตที่อ้างอิงมาจากบทประพันธ์เรื่อง “แผลเก่า” นวนิยายที่ใช้ฉากของสังคมเกษตรกรรมในที่ราบลุ่มภาคกลาง และมีความน่าสนใจในประเด็นที่ว่า นวนิยายเรื่องนี้ได้ถูกผลิตซ้ำ จนทำให้กลายเป็น “นิยายกึ่งตำนาน” ที่ทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่าเหตุการณ์ในนิยายนั้นเป็นเรื่องที่เคยเกิดขึ้นจริงในทำนอง “นิยายประวัติศาสตร์” ดังนั้นอดีตของตลาดขวัญเรียมจึงมีลักษณะกึ่งจริงกึ่งฝันแฝงความโรแมนติก ตามเนื้อหาในบทประพันธ์ผสมผสานอยู่ ซึ่งในบางขณะสามารถสร้างบรรยากาศของการหนีออกไปจากความเป็นจริงที่คุ้นเคยให้เกิดขึ้นภายในตัวตลาดได้

วัตถุประสงค์ของบทความนี้จึงเป็นการศึกษาตลาดน้ำขวัญเรียม ในฐานะของความรู้สึก “สำนึกของสถานที่ (Sense of place)” ผ่านการ “ระลึกถึงอดีต (Nostalgia)” ในจินตภาพ และ ข้อสังเกตในเรื่องของการล้อเลียนอารมณ์ชวนหัวแบบไทยๆ เหล่านี้อาจจะเป็นคำอธิบายย่อยที่สามารถย้อนกลับไปตอบเนื้อหาของการจัดการในเชิงภูมิทัศน์วัฒนธรรมในภาพกว้างได้ โดยใช้การทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของตลาดและที่ถูกต้องถึง การสัมภาษณ์เจ้าของตลาด การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยใช้การบันทึกภาพ และการวิเคราะห์ในเชิงพื้นที่เป็นเครื่องมือในการอธิบายที่มา และลักษณะทางกายภาพ

“ตลาดน้ำขวัญเรียม” ดำเนินการโดยบริษัทครอบครัวขนส่ง ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ได้รับอนุญาตให้สัมปทานการเดินทางเรือโดยสารในคลองแสนแสบจากต้นทางท่าเรือวัดศรีบุญเรืองมาถึงท่าสะพานผ่านฟ้าในปัจจุบัน โดยมีคุณชาวลิต เมธยะประภาส เป็นเจ้าของกรรมการผู้จัดการบริษัทครอบครัวขนส่ง นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ก่อตั้งตลาดน้ำขวัญเรียมแห่งนี้ด้วย จากการสัมภาษณ์คุณชาวลิต เมธยะประภาส ให้ข้อมูลว่า<sup>2</sup> มีหน่วยงานของทางราชการได้มาปรึกษาถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำขึ้นในคลองแสนแสบ โดยเห็นว่าทางบริษัทครอบครัวขนส่งเป็นผู้ที่มีความชำนาญกับภูมิภาคนาบริเวณนี้เป็นอย่างดี ทั้งยังมีความสัมพันธ์อันดีกับคนในพื้นที่ ซึ่งส่วนหนึ่งก็มารับจ้างขับเรือให้ มีพื้นฐานธุรกิจ และสถานที่ในการซ่อมแซมเรือและเรือนแพที่พร้อม นอกจากนี้โดยส่วนตัวของคุณชาวลิตก็มีความสนใจศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของริมฝั่งคลองแสนแสบที่ประกอบไปด้วยคนหลายเชื้อชาติตั้งถิ่นฐานอยู่ร่วมกัน หลังจากนั้นกลุ่มครอบครัวขนส่งจึงนำเอาข้อเสนอนี้มาพัฒนาเป็นแผนการทางธุรกิจ และแนวความคิดในการออกแบบ โดยเลือกสถานที่ตั้งและจัดสร้างจนกลายมาเป็นตลาดน้ำขวัญเรียมขึ้นมาในปี พ.ศ. 2555

ที่ตั้งของตลาดอยู่ระหว่างซอยเสรีไทย 60 และซอยรามคำแหง 187 เชื่อมสองฝั่งคลองแสนแสบ ระหว่างวัดบำเพ็ญเหนือ-และวัดบางพิงใต้ โครงสร้างของฝั่งบริเวณแต่เดิมนั้นมีสะพานเชื่อมระหว่างพื้นที่เปิดโล่งของวัดทั้งสองฝั่งอยู่แต่มีลักษณะแคบและทรุดโทรมอยู่มาก ต่อมาเมื่อจัดทำตลาดขวัญเรียมขึ้นจึงได้สร้างสะพานแห่งใหม่ขึ้นถัดลงมาห่างราว 100 เมตรลงมาทางทิศตะวันตกของคลองแสนแสบ ทำให้เกิดทางเดินของฝั่งที่สามารถเดินได้รอบ และเกิดเป็นพื้นที่โล่งริมน้ำสำหรับจัดกิจกรรมตักบาตรขึ้นมา

ฝั่งของวัดบำเพ็ญเหนือซึ่งเข้าจากถนนเสรีไทย ประกอบไปด้วยพื้นที่ที่ริมน้ำซึ่งปัจจุบันทำเป็นลานหญ้าเทียม มีการก่อสร้างอาคารใหม่สูงสองชั้นขนานไปกับริมคลอง ชั้นล่างทั้งหมดเป็นพื้นที่นั่งรับประทานอาหารเช้า ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม โดยแบ่งออกเป็นส่วนของอาหารประเภทซ็อกเก็ตและอาหารปรุงสำเร็จ ส่วนชั้นบนซึ่งเป็นทางที่เชื่อมต่อไปยังอีกฝั่งคลองหนึ่งด้วยจะเป็นร้านขายเสื้อผ้า กระเป๋า และแว่นตา จากส่วนรับประทานอาหารชั้นล่างนี้สามารถเดินเลยออกไปทางเดินริมคลองด้านตะวันตกห่างจากวัด จะเป็นส่วนของเรือนแพกลุ่มที่เป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ มีพื้นที่นั่งรับประทานในแพของตัวเอง

จากชั้นสองของอาคารฝั่งวัดบำเพ็ญเหนือ สามารถข้ามฝั่งไปด้วยสะพานที่สร้างขึ้นใหม่ ทางซ้ายมือริมตลิ่งก่อนลงสะพานจะเป็นที่ตั้งของศาล และรูปประติมากรรมขวัญเรียม ส่วนทางขวาของตลิ่งจัดเป็นร้านอาหารบนเรือ ตั๋วอาคารทางฝั่งวัดบางพิงใต้ที่เข้าได้จากถนนรามคำแหง หากหันหน้าจากคลองไปทางถนน ทางฝั่งซ้ายสุดจะเป็นแถวห้องน้ำซึ่งซ่อนอยู่หลังร้านค้า ถัดมาจึงเป็นร้านค้าประเภทงานศิลปะ งานฝีมือ ซึ่งอยู่รวมกับกลุ่มร้านค้าที่เป็นตัวแทนของความเก่าแก่ เช่น ร้านกาแฟ ร้านขายของเล่นโบราณ เป็นต้น ถัดมาตรงกลางจะเป็นเส้นทางสัญจร พื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารเช้า และแผงขายอาหาร ส่วนทางขวามือสุดจะเป็นร้านขายเสื้อผ้า และสำนักงานของตลาด ส่วนของชั้นสองทางฝั่งนี้ยังไม่เปิดขายเป็นสินค้าประเภทใด ทางโครงการตลาดมีแผนการว่าในอนาคตอาจจะเป็นส่วนของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกาย และแฟชั่น

นอกเหนือไปจากพื้นที่หลักของโครงการที่อธิบายไปแล้ว ตัวตลาดยังแทรกไปด้วยพื้นที่ย่อยๆ ที่ทำเป็นส่วนแสดงสัตว์เลี้ยง เช่น ม้าแคระ และกระต่าย ซึ่งเป็นสัตว์ที่มีฟาร์มเพาะพันธุ์อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ในส่วนของกิจกรรมหลักของโครงการซึ่งเป็นตัวดึงดูดคนเป็นอย่างดีก็คือ การตักบาตรทางเรือในตอนเช้าเวลา 7.30 น. ผู้คนจะเริ่มทยอยกันมาตั้งแต่เวลา 7.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ตลาดเปิด ร้านขายอาหารและซุ้มของใส่บาตรสำเร็จจะเริ่มขายของกันบ้างแล้ว นอกเหนือจากกิจกรรมประจำดังกล่าวแล้ว ก็เริ่มมีกิจกรรมพิเศษตามช่วงเวลาในงานเทศกาลหรือประเพณี เช่น งานครบรอบเมืองมีนบุรี 111 ปี และงานลอยกระทง เป็นต้น ในด้านของการจัดการด้านการอำนวยความสะดวก มีการจัดการที่ดีกว่าตลาดลักษณะเดียวกันอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่นั่งเล่นริมคลอง และทางเดิน มีลิฟท์ขนส่งระหว่างชั้นของผู้สูงอายุ และผู้มีอุปสรรคในการเคลื่อนไหว ตลอดจนมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่น พัดลม ละอองน้ำในส่วนนั่งรับประทานอาหาร รถตุ๊กๆ รับส่งนักท่องเที่ยวจากภายนอกมายังตลาด ห้องสุขา มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ หรือแม้แต่ในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เช่น สุขภัณฑ์เป็นแบบฉีดชำระโดยอัตโนมัติ เป็นต้น

ตลาดน้ำขวัญเรียมเปิดให้บริการเฉพาะในวันเสาร์ และอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 7.00 -20.00 น. และในอนาคตอันใกล้ได้วางแผนจะขยายเวลาเปิดทำการในวันศุกร์เพิ่มขึ้น และขยายเวลาทำการให้ดีขึ้นด้วย



รูปที่ 1: ภาพถ่ายทางอากาศของตลาดขวัญเรียม โดยเว็บไซต์ Google Map  
ที่มา: Google Map. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม 2556, เข้าถึงโดย <https://maps.google.co.th/>.



รูปที่ 2: ตำแหน่งของส่วนสำคัญภายในตลาดน้ำขวัญเรียม

## 2. ธุรกิจและการจัดการด้านภาพลักษณ์

ในหน้าแรกของเว็บไซต์ตลาดน้ำขวัญเรียม มีผู้ใช้นามปากกาว่าชาวเรือ เขียนเป็นคำแนะนำตลาดไว้ดังนี้ “...เราเป็นชาวชนบท โดยกำเนิดมีความใฝ่ฝันอยากจะทำอาชีพชาวน้ำให้คนรุ่นหลังได้เห็นภาพพระพายเรือ รับประทานชาวบ้าน ทอดผ้าป่าทางน้ำท่ามกลางสายน้ำ เสียงสงบของคลองแสนแสบที่มีประวัติอันยาวนานตั้งแต่ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ขนบด้วยวัดบำเพ็ญเหนือ และวัดบางเพ็งใต้

โดยมีกิจกรรม ให้ผู้มีจิตศรัทธาพาสมาชิกทั้งครอบครัวมาตักบาตรทางน้ำ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ฟังธรรม การละเล่นไทย ภายใต้บรรยากาศอันสงบร่มรื่น มันเป็นความหวังของคนชนบท ผู้ต่ำต้อย อยากสะท้อนชีวิต ชาวเรือ ชาวบ้านทุ่ง ที่อดสูสำหรับคนกองเรือโบราณของ ปู่ย่า ตายาย มาแสดงให้ดูไม่ได้คิดหวังทางธุรกิจแต่อย่างใด

ขอเพียงชาวไทยและ ชาวต่างชาติได้เข้าวัดฟังธรรม คำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าก็ถือ “เป็นกำไรแล้ว” เราชาวบ้านทุ่ง จะเริ่มเล่าประวัติคลองแสนแสบอันยาวเหยียด ใครเป็นผู้ขุด ผ่านอุปสรรคอย่างใดบ้าง

เล่าความเป็นมา วัดบำเพ็ญเหนือ วัดบางเพ็งใต้ เหตุใดวัดทั้งสองถึงอยู่ตรงข้ามกัน มีเพียงสายน้ำกั้น อย่างนี้ไม่มีอีกแล้ว ในประเทศไทย

จุดกำเนิดอมตะนิยาย “แผลเก่า” ตัวเอกในเรื่องขวัญและเรียม ซึ่งเป็นบทประพันธ์ของ ไม้ เมืองเดิม ได้รับการถ่ายทอด เป็นภาพยนตร์ และ ละครทีวี หลายครั้ง กล่าวโดยเฉพาะเมื่อเชิด ทรงศรี นำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ พ.ศ.2520 ทำสถิติรายได้สูงสุดของประเทศไทยในเวลานั้น และชนะการประกวดภาพยนตร์ ณ เมืองนีอง ประเทศฝรั่งเศส เมื่อปี พ.ศ.2524 และพ.ศ.2541 “แผลเก่า” ได้รับเลือกจากหอภาพยนตร์ และ โทรทัศน์แห่งชาติ ในประเทศอังกฤษให้เป็น 1 ใน 360 ภาพยนตร์คลาสสิก ของโลก โดยมีการประกาศผล เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2544

แต่อย่างไรก็ตาม พวกเราจะพยายาม จำลองภาพชีวิต ประเพณีของชาวบ้านทุ่งริมน้ำ ความสงบร่มรื่น เหมือนเมื่อครั้งพวกเรายังวิ่งเล่นกลางท้องไร่ ท้องนา มาให้ท่านเห็น เท่าที่สติปัญญา และ กำลังทรัพย์ ของชาวบ้านนอก จะพึงมี

ด้วยจิตคารวะ  
ชาวเรือ”

นามปากกา “ชาวเรือ” ดังกล่าวเป็นของ เขวลิต เมธยะประภาส ผู้เป็นนายกสมาคมเรือไทย ตลอดจนกรรมการผู้จัดการบริษัทครอบครัวขนส่ง และเป็นผู้ก่อตั้งตลาดขวัญริมน้ำดังกล่าว มาข้างต้น เขวลิตกล่าวถึง ตลาดขวัญริมน้ำว่า เกิดขึ้นจากความต้องการสร้างตลาดน้ำขึ้นเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนของคนในเมือง โดยนำเอาลักษณะเด่นของที่ตั้งซึ่งอยู่ริมคลองแสนแสบระหว่างวัดสองวัดมาสร้างเป็นบรรยากาศ และกิจกรรมทางศาสนาขึ้น คือการตักบาตรพระสงฆ์ทางเรือ วิธีการดังกล่าวได้รวมเอาการทำบุญทางศาสนาซึ่งเป็นสิ่งที่โดยลึกลับแล้วคนในเมืองต้องการปฏิบัติแต่ว่าไม่สามารถทำได้ภายใต้วิถีชีวิตที่เร่งรีบ กับแหล่งท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคเข้าไว้ด้วยกัน การผสมผสานของสองสิ่งนี้ทำให้การมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญริมน้ำมีเนื้อหาทางจริยธรรมซึ่งคนเมืองส่วนใหญ่แสวงหา เกิดเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจมาเที่ยวยังตลาดที่มากขึ้น

นอกจากกิจกรรมทางศาสนาแล้ว การชกแจงให้คนเมือง โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวมาเที่ยวตลาด แต่เช้าเพื่อทำกิจกรรมใส่บาตร และมีโอกาสรับประทานอาหารเช้าในวันหยุดร่วมกัน ยังเป็นการดึงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งจากคู่แข่งทางธุรกิจ คือห้างสรรพสินค้าที่อยู่รอบๆ ซึ่งเปิดให้บริการในเวลาสาย การวางตำแหน่งของธุรกิจตลาดให้เป็นทางเลือกในการพักผ่อนของคนเมือง ที่ปัจจุบันนิยมเข้าไปใช้พื้นที่ใน

ห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก ทำให้ตลาดขวัญเริ่มต้องมีการจัดการด้านการอำนวยความสะดวกในระดับเดียวหรือใกล้เคียงกับภายในห้างสรรพสินค้า คุณเขวาลิตยังกล่าวถึงแนวคิดในการบริหารจัดการว่า นักท่องเที่ยวที่มายังตลาดจะต้องรู้สึกสบายเป็นลำดับแรก ในการนี้ อาคารเกือบทั้งหมดจึงออกแบบให้มีความสูง โถงโปร่ง ตลอดจนวางทิศทางและตำแหน่งของช่องเปิดให้สอดคล้องกับทิศทางลม มีการพ่นฉนวนกันความร้อนใต้หลังคาอาคารหลักทั้งสองฝั่งเพื่อให้อากาศร้อนได้ตีขึ้น โดยกำหนดไว้ว่าเมื่อเข้ามาอยู่ภายในอาคารแล้วจะต้องมีอุณหภูมิต่ำกว่าภายนอกอย่างน้อย 2 องศาเซลเซียส ดังนั้นในตลาดขวัญเริ่มจึงมีการติดตั้งพัดลมไอน้ำเป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากเรื่องอุณหภูมิแล้ว ตลาดขวัญเริ่มยังจัดให้มีลิฟท์ พื้นที่นั่งและห้องน้ำปรับอากาศ สิ่งเหล่านี้ตอบโจทย์เรื่องรสนิยมในการใช้พื้นที่พักผ่อนของคนเมืองได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 3: บรรยากาศตึกบาตรทางเรือตอนเช้า ในภาพเป็นพื้นที่ฝั่งวัดบางเพ็งใต้ และสะพานเดิมของวัด  
ที่มา: ชาวเรือตลาดน้ำขวัญเรียม วัดป่าเพ็ดเหนือ-วัดบางเพ็งใต้-แกลอรี่-ตึกบาตรพระทางเรือ. เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2556.  
เข้าถึงจาก [http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/gallery\\_four.php](http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/gallery_four.php).



รูปที่ 4 (ขวา): ทางเดินบริเวณด้านหน้าร้านย้อนยุค และตลาดศิลปะ จะเห็นละอองน้ำจำนวนมากที่เป่าออกมาจากพัดลมที่มุมซ้ายบนของรูป ส่วนต้นไม้ที่เห็นไกลๆนั้นคือต้นมะขาม และที่ตั้งของศาลขวัญเรียม

การจัดการด้านสินค้าเป็นอีกสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นลักษณะเด่นของตลาดน้ำขวัญเรียม โดยสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหาร ซุ้มขายอาหาร และมีพื้นที่นั่งรับประทานเช่นเดียวกับศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงที่มาเปิดกิจการนั้นเป็นร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือกให้มาขาย และอีกส่วนหนึ่งจึงเป็นร้านที่ผ่านการคัดเลือกโดยคณะกรรมการของตลาด โดยมีเงื่อนไขว่าต้องประกอบกิจการในอาหารประเภทนั้นมาอย่างน้อย 10 ปี ได้รับการยอมรับว่ามีฝีมือ และรสชาติอาหารเป็นเลิศในประเภทของอาหารนั้นๆ จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่าเจ้าของร้านอาหารบางร้านนั้นมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด และจะโดยสารเครื่องบินเพื่อมาขายอาหารในช่วงวันเปิดทำการ ในด้านการจัดการมีการเลือกไม่ให้ขายอาหารและเครื่องดื่มซ้ำประเภทกัน ราคาอาหารอยู่ในระดับเดียวกับศูนย์อาหารของห้างสรรพสินค้า ไม่มีการกำหนดเพดานราคาของอาหาร โดยมีแนวความคิดว่าเน้นให้เกิดการทำธุรกิจอย่างมีความสุขและสามารถมีกำไร ในขณะที่เดียวกันก็สร้างจิตสำนึกให้แต่ละร้านไม่ตั้งราคาที่สูงจนเกินไป รวมไปถึงไม่ให้มีการตั้งราคาตัดกันเพื่อแย่งลูกค้า ผลที่เกิดขึ้นก็คือร้านตลาดน้ำขวัญเรียมได้รับการยอมรับ และบอกต่อกันว่าเป็นแหล่งรวมของอาหารอร่อย และหายากจากหลายจังหวัดทั่วประเทศ เกิดเป็นภาพลักษณ์ของความเฉพาะทางในการเป็นศูนย์อาหารชั้นดีของคนเมืองขึ้น

### 3. การออกแบบผ่านอัตลักษณ์ของบุคคล

หากพิจารณาจากลักษณะของการจัดการพื้นที่ชายเป็นระบบกลุ่ม (Zoning) การวางระบบทางสัญจรให้สามารถเดินได้เกือบจะรอบ โดยมีเส้นทางที่มีปลายตันน้อยที่สุด ตามคุณลักษณะที่ดีของการออกแบบระบบทางสัญจรหน้าร้านค้าการจัดภูมิทัศน์ในพื้นที่ริมน้ำ ตลอดจนการกำหนด และออกแบบพื้นที่ในจุดเชื่อมต่อเพื่อสร้างให้เกิดการจดจำและดึงดูดการเดินทาง ความโปร่งโล่งของอาคารอย่างจงใจ รวมไปถึงรูปลักษณะของสะพาน และอาคารฉากหลังที่เป็นร้านค้าซึ่งดูมีระบบระเบียบของการออกแบบ จะต้องเข้าใจว่าตลาดแห่งนี้ถูกออกแบบโดยสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญ แต่จากศึกษาพบว่า เจ้าของตลาดเป็นผู้ออกแนวความคิดในการออกแบบองค์ประกอบต่างๆ ของตลาดเองทั้งหมด โดยใช้พื้นฐานงานช่างที่เกิดจากรูทกิจอยู่ต่อเรือ และจากการสังเกต จดจำ ยามเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่างๆ ได้มีโอกาสเห็นงานสถาปัตยกรรมที่หลากหลายเป็นประสบการณ์ส่วนตัว

คุณเขาวลิตอธิบายว่า ในการวางผังของพื้นที่โครงการออกแบบวางผังทิศทางอาคารต่างๆ ในตลาดได้ใช้พื้นฐานความรู้ความเข้าใจเรื่องธรรมชาติของลม และทิศทางของลมประจำถิ่นในประเทศไทย เป็นพื้นฐาน โดยยกตัวอย่างแนวความคิดในการออกแบบส่วนของห้องน้ำทางด้านหลังร้านค้ากลุ่มศิลปะ และงานฝีมือ โดยยกให้หลังคาต้านปลายสูงขึ้นเพื่อให้ลมสามารถไหลเข้ามาระบายอากาศภายในห้องน้ำได้

สำหรับการออกแบบพื้นผิวของอาคาร ในส่วนของผนังร้านขายเสื้อผ้าซึ่งออกแบบเป็นผนังไม้ตีตามเฉียง เกิดขึ้นจากความต้องการสะท้อนความไม่เป็นระเบียบ และความไม่สมบูรณ์แบบซึ่งเป็นลักษณะที่พบเห็นได้ทั่วไปในภูมิทัศน์แบบไทย ผนังที่ตีตามเฉียงจากแนวคิดดังกล่าวมีลักษณะที่น่าสนใจ กล่าวคือเป็นผนังภายนอกที่ไม่สามารถใช้งานได้จริง เนื่องจากน้ำจะไหลย้อนเข้าไปตามแนวเฉียงของการบังใบ ดังนั้นจึงเป็นผนังภายนอกที่ไม่พบในเรือนพื้นถิ่นที่ใดมาก่อน การที่เขาวลิตเลือกตีความความไร้ระเบียบด้วยการใช้ผนังไม้ตีตามเฉียง จึงไม่ได้เกิดจากการใช้ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมาแล้วในอดีตมาใช้ซ้ำ หากแต่เป็นการตีความผ่านปัจเจกบุคคลซึ่งมีความต้องการสร้างให้เกิดคุณลักษณะของการล้อเลียน ซึ่งเป็นข้อสังเกตที่จะกล่าวถึงต่อไป



รูปที่ 5: สะพานเรือ บรรยากาศระหว่างเดินข้าม



รูปที่ 6: สะพานเรือจากชั้นสองของฝั่งวัดป่าเพ็ญเหนือ มองไปเห็นศาลเจ้าและรูปปั้นขวัญเรียงอีกฝั่งหนึ่ง



รูปที่ 7: ป้ายเตือนใจของสะพานสติ



รูปที่ 8: ส่วนร้านขายเสื้อผ้าฝั่งวัดบางเพ็งใต้ และผนังตีตามเฉียง และหน้าต่างที่ทำไม่มีการใช้งานจริง

การออกแบบสะพานที่เชื่อมระหว่างสองฝั่งคลอง ซึ่งมีลักษณะภายนอกเหมือนโครงกระดูกของเรือ จนมีผู้เรียกซ้ำๆกันว่าสะพานเรือ เมื่อสอบถามถึงที่มาที่ไปของงานออกแบบ เขาเล่าให้เราได้ว่าเขาได้ไปเห็นสะพานแห่งหนึ่งระหว่างเดินทางอยู่ในประเทศสเปน มีลักษณะเป็นโครงแนวตั้งเข้าไปตลอดทั้งสะพาน จึงเกิดความประทับใจ และนำมาออกแบบเป็นสะพานหลักในตลาดขวัญริยม โดยไม่ได้ตั้งใจให้เป็นโครงสร้างของเรือในตอนต้น แต่ต่อมาได้ปรับให้เป็นรูปทรงเรือเพื่อให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับบริบท และเกิดเป็นสิ่งที่ก่อสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ของโครงการขึ้นมา

สิ่งที่ก่อสร้าง และภูมิทัศน์ซึ่งออกแบบขึ้นจากประสบการณ์ และการตีความส่วนบุคคล สามารถสัมผัสได้ในรายละเอียดว่ามีลักษณะเฉพาะ มีลูกเล่น มีชีวิตชีวา ที่ไม่เป็นมาตรฐานตายตัวเหมือนงานออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ เป็นความรู้สึกเดียวกันกับยามเดินเข้าไปในเรือนพื้นถิ่นสักหลังหนึ่งซึ่งแสดงออกซึ่งรายละเอียดเล็กน้อยที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของเจ้าของบ้าน ที่บันไดทางขึ้นของสะพานรูปเรือนี้ หากเดินโดยสังเกตจะเห็นว่าระยะของลูกตั้งนั้นมีความสูงไม่เท่ากัน ยามเดินจะมีความรู้สึกว่าแตกต่างกันเล็กน้อยแต่ไม่ถึงกับสะดุด เขาขีดตั้งชื่อสะพานแห่งนี้ว่า สะพานสติ และจัดทำป้ายทองเหลืองเล็กๆ เพื่ออธิบายลูกเล่นของงานออกแบบขึ้นนี้เป็นภาษาแบบธรรมะว่า

ขึ้นบันได สะพานนี้  
เจตนาสร้าง มิให้เสมอกัน  
ให้ท่านผู้เจริญ ก้าวย่าง อย่างมีสติ  
พิจารณา ลมหายใจ ตามวิถี  
อานาปานสติ ภาวนา เทอญ

#### 4. ความเป็นสถานที่ในเชิงกายภาพ : โครงสร้างของฝั่งตลาด

คำว่า “สถานที่” หรือบ้างเรียกว่า “ถิ่นที่” นั้นแปลมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Place” เป็นแนวความคิดทางสถาปัตยกรรมสายหนึ่งที่สนใจในความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถานที่ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์การรับรู้ของมนุษย์รูปแบบหนึ่ง มีคนให้นิยามของ Place ไว้ว่า คือ “ที่ใดที่หนึ่งที่อยู่ตัวร่างมิติด้านต่างๆ ขึ้นจากความสัมพันธ์ภาพระหว่างคนที่ตั้งทางกายภาพ (Place is a where dimension formed by people’s relationship with physical settings ...)”<sup>4</sup>



นอกจากนี้ในบางนิยามให้คำจำกัดความ Place ที่เชื่อมโยงกับความหมายของคำว่า “ที่ว่าง” ทางสถาปัตยกรรมไว้ว่า “สถานที่คือ ที่ว่างซึ่งมีความเฉพาะตัวซึ่งถูกปกคลุมด้วยความหมาย และคุณค่าที่มาจากผู้ใช้สอย (...place is a particular space which is covered with meanings and values by the users.)<sup>5</sup>

ในการเกิด “ความรู้สึกสำนึกกับสถานที่ (Sense of place)” มีผู้แบ่งปัจจัยในการเกิดเอาไว้เป็น 2 ประเด็นคือ “การรับรู้ และการจดจำของมนุษย์ที่ต่อสถานที่นั้น” กับ “ลักษณะทางกายภาพในสถานที่นั้น”<sup>6</sup> โดย Kevin Lynch ได้ช่วยขยายความลักษณะทางกายภาพของสถานที่ไว้ว่า “เกิดจากความสัมพันธ์ที่ระหว่งมนุษย์กับสถานที่นั้น โดยจะต้องสามารถถูกจดจำ และมีเอกลักษณ์” (...Recognizable and should have an Identity....<sup>7</sup>)

ดังนั้นการวิเคราะห์ความเป็นถิ่นที่ในตลาดขวัญริเริ่ม จึงนำเอาทฤษฎี Image of the City ของ Kevin Lynch มาเป็นกรอบเครื่องมือในการวิเคราะห์ เหตุผลในการเลือกใช้ทฤษฎีนี้คือความสามารถในการประยุกต์กับพื้นที่หลากหลายขนาด วิธีการของทฤษฎีนี้ก็คือการแบ่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพออกเป็นส่วนๆตามหน้าที่ อันประกอบไปด้วย 1. เส้นทาง (Path) 2. ขอบเขต (Edge) 3. ย่าน (District) 4. ชุมทาง (Node) 5. จุดหมายตา (Landmark) โดยโครงสร้างของสภาพแวดล้อมที่ถิ่นนั้นแต่ละส่วนจะต้องมีลักษณะที่ชัดเจน เพื่อสร้างให้เกิดความรู้สึกอันดีต่อผู้มาใช้นั้นนำไปสู่ความสำนึกในสถานที่นี้เป็นผลตามมา

**1. เส้นทาง (Path)** ทางสัญจรหลักของตลาดน้ำขวัญริเริ่มทางฝั่งวัดบำเพ็ญเหนือจะขนานไปกับพื้นที่ริมน้ำเป็นเส้นทางหลัก จากการสังเกตโดยผู้วิจัยกิจกรรมของคนจะเกิดขึ้นในฝั่งนี้มากกว่าฝั่งวัดบางเพ็งใต้ที่จะมีเส้นทางสัญจรหลักตั้งฉากกับลำคลองเป็นส่วนใหญ่ การสร้างสะพานเรือขึ้นทางทิศตะวันตกของตลาดขนานกับสะพานของวัดเดิม ทำให้พื้นที่ริมน้ำที่มีลักษณะเป็นวงรอบที่เดินวนได้ สร้างความรู้สึกที่ดีและผ่อนคลายต่อผู้ที่มาใช้พื้นที่ ความชัดเจนของการวางเส้นทางสัญจร และตำแหน่งสะพานแห่งใหม่ทำให้เกิดการปิดล้อมสร้างพื้นที่บริเวณริมน้ำระหว่างสะพานเก่า และใหม่ขึ้นกลายเป็นพื้นที่สำคัญของโครงการซึ่งก็สะท้อนออกมาเป็น ตำแหน่งของกิจกรรมตักบาตรตอนเช้ากับบริเวณที่ตั้งของศาล และรูปประติมากรรมขวัญริเริ่ม ส่วนเส้นทางเรียบริมคลองขึ้นไปทางด้านทิศตะวันตกซึ่งเป็นกลุ่มของเรือนแพอาหารขนาดใหญ่ นั้นเป็นทางเดินแคบๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องเดินสวนกันไปมาสร้างความรู้สึกลงในเชิงลบแก่ผู้ไปใช้งาน

**2. ขอบเขต (Edge)** ขอบเขตของตลาดทางฝั่งทิศเหนือ และได้ ในทางภูมิทัศน์ค่อนข้างจะมีความชัดเจนเนื่องจากถูกขนาบด้วยพื้นที่ของวัดทั้งสองฝั่ง ส่วนทางด้านทิศเหนือกับใต้ก็ขนาบด้วยสะพานทั้งสองแห่ง ส่วนที่มีความไม่ชัดเจนทางขอบเขตที่เห็นได้ชัดก็คือ ส่วนที่อยู่ด้านนอกของสะพานทั้งสองแห่งและทางเดินริมน้ำไปยังแพอาหารทางทิศตะวันตก

**3. ย่าน (District)** ย่านในขนาดของภูมิทัศน์ลักษณะนี้ ก็คือกลุ่มของกิจกรรมที่รวมตัวกัน ซึ่งก็ได้แก่การแบ่งพื้นที่กิจกรรมทางการค้าที่มีความชัดเจน เช่นเดียวกับทางสัญจร การรวมกลุ่มการค้าของพื้นที่ทางฝั่งวัดบำเพ็ญเหนือจะมีความชัดเจนกว่า โดยชั้นล่างจะเป็นกิจกรรมขายอาหารทั้งหมด ในขณะที่ชั้นบนก็เป็นกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ซึ่งถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันชัดเจน แต่ถูกขดเซยด้วยการอยู่ใกล้กับเส้นทางหลักคือสะพานเรือ

ส่วนกลุ่มกิจกรรมทางฝั่งวัดบางเพ็งใต้ มีการรวมกลุ่มกันชัดเจนคือชายมือสุดเป็นร้านขายของ ย้อนยุค และตลาดศิลปะงานฝีมือ ตรงกลางเป็นส่วนของร้านอาหารและที่นั่งรับประทานอาหาร ยกเว้น ทางขวามือสุดซึ่งเป็นส่วนของร้านขายเสื้อผ้า และของเล่นย้อนยุคยังมีความไม่ชัดเจนนัก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจะไม่เดินผ่านในส่วนนี้ ชั้นสองของฝั่งนี้ยังเป็นพื้นที่ว่างไม่มีกิจการค้าอะไร ส่วนหนึ่งเพราะ ทางขึ้นมีความไม่ชัดเจน ส่วนที่น่าสนใจของพื้นที่ฝั่งนี้คือพื้นที่ตั้งของศาล และรูปประติมากรรมขวัญ เรียมที่ตั้งอยู่เชิงสะพานทางด้านทิศตะวันออก และหันออกสู่อริสมคลอง ทำให้นอกจากจะแสดงตัวเป็น พื้นที่ทางความเชื่อแล้ว ในด้านตำแหน่งที่ตั้งยังเป็นศูนย์กลางของโครงสร้างตลาดที่มองเห็นได้จากทั้งสองฝั่งคลอง กิจกรรมบริเวณนี้นอกจากการจตุรพิธวันไหว้บูชาศาลแล้ว ก็ยังมีกลุ่มของกิจกรรม ทางความเชื่อลักษณะเดียวกันนี้รวมตัวกันอยู่รอบต้นมะขามใหญ่ถัดเข้าไปจากริมน้ำ เช่น การเสี่ยง เสียมซี และดูเสี่ยงทายชะตา ทำให้พื้นที่ทางความเชื่อนี้เกิดกลุ่มที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

**4. ชุมทาง หรือจุดตัด (Node)** ในขนาดของภูมิทัศน์ลักษณะนี้ ความเป็น Node มีผลค่อนข้างน้อย เนื่องจากจุดตัดสามารถมองเห็นถึงกันได้ทั่ว แตกต่างจากขนาดของจุดตัดในเมือง เช่นสี่แยก ใหญ่ เป็นพื้นที่ที่ถูกจดจำได้ง่าย

**5. จุดหมายตา (Landmark)** จุดหมายตาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะนี้ที่ต้องการตัวแทนของสถานที่สำหรับเป็นฉากหลังในการบันทึกภาพของนักท่องเที่ยว จุดหมายตาที่สำคัญของตลาดน้ำขวัญเรียมแห่งนี้คือสะพานเรือที่สร้างขึ้นใหม่ ซึ่งมีผลต่อโครงสร้างของฝั่งอย่างมาก คือมีลักษณะเป็นสิ่งก่อสร้างที่ตั้งใจให้โดดเด่นสะดุดตาเป็นที่จดจำได้ง่าย มีรูปร่างลักษณะที่สอดคล้องกับเนื้อหาในภาพรวมของตลาดคือเป็นเรือ และตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สำคัญคือเป็นทางเชื่อม ระหว่างตลาดทั้งสองฝั่ง

ส่วนความสัมพันธ์ของพื้นที่ๆ เกี่ยวข้องกับจุดหมายตา ตัวตลาดทางฝั่งเหนือจะมีมากกว่า เนื่องจากตัวอาคารวางขนานเปิดโล่งไปทางแม่น้ำ ทำให้เห็นสะพานเรือได้จากหลากหลาย มุม ส่วนตลาดทางฝั่งวัดบางเพ็งใต้ซึ่งพื้นที่ของตลาดส่วนที่ติดกับถนนทางเข้าห่างออกไปจากพื้นที่ริมฝั่งคลอง ทำให้ขาดความเชื่อมโยงกับจุดหมายตาสำคัญของโครงการ



รูปที่ 9: แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ตลาดด้วยทฤษฎี Image of the City ของ Kevin Lynch ที่แบ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมออกเป็นส่วนๆตามลักษณะหน้าที่

จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าพื้นที่ที่คนรู้สึกจดจำมากที่สุดในการมาเที่ยวยังตลาดน้ำขวัญเรียมนี้ น่าจะเป็นส่วนของสะพานเรือ ที่ตั้งของศาล และรูปประติมากรรมขวัญเรียม ซึ่งนอกจากจะตั้งอยู่ในตำแหน่งที่รับรู้ได้ง่ายแล้ว ยังทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ของตลาดอีกด้วย ในแง่ของกลุ่มกิจกรรมนักท่องเที่ยวจะมาใช้พื้นที่ทางฝั่งวัดป่าเพียงเหนือมากกว่า ส่วนกิจกรรมทางฝั่งวัดบางเพ็งใต้ จะเกิดขึ้นบริเวณทางเดินหน้าส่วนร้านค้าย้อนยุคและตลาดศิลปะงานฝีมือ ซึ่งเป็นทางเข้าหลักจากที่จอดรถของฝั่งวัดป่าเพ็งใต้ และถึงแม้ว่าโครงสร้างของฝั่งทางฝั่งเหนือจะเอื้อให้เกิดบรรยากาศ ที่สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกแก่นักท่องเที่ยวได้มากกว่า แต่สิ่งหนึ่งที่สร้างให้ตลาดทั้งสองฝั่งมีความสมดุลขึ้นก็คือ การวางพื้นที่ทางความเชื่อไว้ในฝั่งใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวยังไหลเวียนกลับไปมาระหว่างทั้งสองฝั่งได้อย่างสมดุล

ในส่วนของพื้นที่ตักบาตรริมน้ำ เป็นพื้นที่ๆอยู่ในความทรงจำของผู้ที่มีประสบการณ์มาร่วมตักบาตรในเวลาเช้าเท่านั้น ส่วนผู้ที่มาเที่ยวตลาดหลังจากนั้นก็ไม่ได้ใช้พื้นที่นี้ทำกิจกรรมอะไรจึงไม่ได้รู้สึกผูกพันกับพื้นที่ริมน้ำทางฝั่งนี้สัก ส่วนที่นักท่องเที่ยวน่าจะมีความรู้สึกในเชิงลบ หรือไม่เกิดความรู้สึกผูกพันน่าจะเป็นพื้นที่ทางเดินริมสองฝั่งคลองทางด้านทิศตะวันตกของสะพานเรือ ซึ่งเข้าถึงได้ยากและทางเดินมีลักษณะแคบ อีกส่วนหนึ่งก็ได้แก่พื้นที่บริเวณชั้นสองของตลาดฝั่งวัดบางเพ็งใต้



การวิเคราะห์พื้นที่ด้วยทฤษฎีของ Lynch นี้ผลที่ออกมามีความสอดคล้องกับการสังเกตในสถานที่จริง โดยสังเกตจากปริมาณของคนเดิน และการสังเกตรูปถ่ายตลาดตำแหน่งต่างๆที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตามหากต้องการข้อสรุปที่ชัดเจนกว่านี้ ควรจะต้องมีการเก็บข้อมูลการรับรู้พื้นที่ที่ได้จากนักท่องเที่ยวมาประกอบการวิเคราะห์ด้วยอีกทางหนึ่ง

## 5. ความเป็นสถานที่ในเชิงจินตภาพ: การรับรู้ และการจดจำความหมายของผู้ใช้สอย

คำอธิบายความเป็นถิ่นที่ของตลาดขวัญเริ่มในเชิงจินตภาพ ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การบันทึกด้วยรูปถ่าย และการสัมภาษณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล การรับรู้ (Perception) นั้นเกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทั้งห้าของมนุษย์ ส่วนการเรียนรู้หรือการจดจำ (Cognition) นั้น เป็นเรื่องของความหมายและระบบสัญลักษณ์ในการอธิบายรายละเอียดของการรับรู้เชิงจินตภาพนั้น บางเรื่องอาจจะเป็นเพียงรายละเอียดเล็กน้อย เช่น สี กลิ่นอาหารหรือป้ายข้อมูล อย่างไรก็ตามรายละเอียดเล็กน้อยเหล่านี้เมื่อมาทำงานร่วมกัน ก่อให้เกิดเป็นองค์รวมของสถานที่ เกิดเป็นความทรงจำ และความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นขึ้นมาได้

### - ความรู้สึกสบาย

ความรู้สึกสบายทางร่างกายที่เกิดจากรับรู้อุณหภูมิผ่านประสาทสัมผัสทางผิวหนัง เป็นสำนึกประการแรกๆ ของการอาศัยอยู่ในสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้นในบริบทที่เราอาศัยอยู่ เมื่อรู้สึกสบาย (โดยตระหนักถึงหรือไม่ก็ตาม) เราจะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่นั้นๆ ทั้งความรู้สึกสบายตัวที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำขวัญเรียม ยังแตกต่างจากความเย็นของเครื่องปรับอากาศภายในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากอยู่ในพื้นที่โล่งกึ่งเปิดโล่ง ที่นอกจากจะถูกกับจริตของการอยู่อาศัยแบบไทยๆ แล้ว ความเย็นสบายในพื้นที่โล่งยังเป็นอดีตแบบหนึ่งที่คนเมืองฉะเชิงเทรา เรามักได้ยินคำเปรียบเปรยเสมอว่าบ้านไม้แบบดั้งเดิมในชนบทนั้นอยู่สบายกว่าบ้านปูนในเมืองมากนัก นอกจากความสบายทางอุณหภูมิสัมผัสแล้วการที่ตลาดมีพื้นที่นั่งสาธารณะที่ใครก็สามารถเข้ามานั่งได้ ทั้งเก้าอี้ริมทางเดิน หรือสนามหญ้าเทียมริมน้ำ ได้มอบความรู้สึกเอิกเขกและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (อันเป็นคุณค่าของอดีตที่ชาวเมืองแสวงหา) ให้กับผู้ที่มาเที่ยวตลาด แตกต่างไปจากการจัดการภายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป

### - พื้นที่ทางศาสนา และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมในอุดมคติ

ลักษณะเฉพาะของที่ตั้งซึ่งอยู่ระหว่างวัดเก่าแก่สองแห่ง และริมน้ำฝั่งคลอง เป็นภูมิทัศน์ในอุดมคติหนึ่งในหลายๆ แบบของการอยู่อาศัยแบบไทยดั้งเดิม คนชั้นกลางในเมืองเมื่อวัยเด็กต่างได้เคยอ่านหนังสือนอกเวลาเล่มเล็กที่บอกเล่าถึงวิถีชีวิตริมน้ำในอดีตของกรุงเทพฯ ชีวิตที่หาเลี้ยงชีพจากความอุดมสมบูรณ์ของแม่น้ำลำคลอง และความดีงามของการไปทำบุญตักบาตรที่วัดในวาระสำคัญ ภาพของตลาดน้ำขวัญเรียมที่ไม่ว่าจะมองไปทางไหนก็มีฉากหลังเป็นวัดที่มีกิจกรรมทางพุทธศาสนาจริงๆ ไม่มากนักน้อย ได้หล่อหลอมอุดมคติเหล่านี้ให้กับนักท่องเที่ยวที่มา นอกจากนี้ในด้านรายละเอียดผู้สร้างตลาดก็จัดให้มีป้ายเล็กๆเขียนเป็นคำเตือนใจด้วยภาษาธรรมะ ติดไว้ตามต้นไม้ เสา รูปปั้นเล็ก

หรือพื้นหญ้า ลักษณะเดียวกันกับยามที่เราเดินผ่านเข้าไปในสวนของวัด ทั้งภาพใหญ่ในเรื่องที่ตั้งและรายละเอียดปลีกย่อยของการสื่อสาร ทำให้เกิดความรู้สึกที่มีต่อตลาดน้ำขวัญเรียมอย่างเป็นองค์รวม เกิดการจดจำผสมผสานความหมาย และเกิดเป็นสำนึกในด้านบวกที่มีต่อสถานที่ขึ้นมา

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องการเลือกที่ตั้ง ผู้สร้างตลาดอธิบายว่า พระพุทธศาสนานั้นอยู่กับสังคมไทยมานานนับพันปีและเป็นสถาบันเดียวที่แทบจะไม่เคยลดความนิยมลงผ่านกาลเวลาโดยกล่าวติดตลกว่า ดังนั้นการเลือกที่ตั้งระหว่างวัดนั้นก็เหมือนการที่เขาใช้ประโยชน์จากความนิยมในพุทธศาสนา เพียงแต่ว่าเขามีเจตนาที่ต้องการสร้างพื้นที่ทางเลือกให้กับคนเมืองได้เข้ามาพักผ่อน และมีโอกาสได้ทำกิจกรรมทางศาสนามากยิ่งขึ้น

#### - อาหาร สัมผัสทางรสชาติ และกลิ่น

กล่าวกันว่าสถานที่ที่เต็มไปด้วยความเป็น “Place” มากที่สุดในบ้านก็คือห้องครัว เนื่องจากห้องครัวของบ้านแต่ละหลังนั้นเต็มไปด้วย องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับชีวิต และมีการรับรู้ทางประสาทสัมผัสด้านต่างๆที่เข้มข้นหลากหลายแตกต่างกัน ภาพ กลิ่น สัมผัสของวัตถุดิบ สด แห้ง หลากหลาย ชนิด เครื่องมือ กรรมวิธี และกิจกรรมร่วนวายในการปรุงอาหาร กลิ่น สี สัน รสชาติของทั้งอาหารที่ปะปนคละเคล้ากัน เป็นสิ่งเร้าของการรับรู้ที่อุดมสมบูรณ์ และมีชีวิตชีวา

อาหาร หรือแหล่งอาหารจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความเป็นสถานที่ในตัวเอง ยิ่งเป็นอาหารซึ่งถูกคัดสรรมาแล้วว่าอร่อยต่อการรับรู้ทางรสชาติ ยิ่งทำให้เกิดความรู้สึกจดจำต่อสถานที่นั้นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การพยายามรวบรวมเอาอาหารที่หารับประทานได้ยากจากแหล่งต่างๆของประเทศไทยมาไว้ในพื้นที่เดียวยังสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแตกต่างไปจากตลาดย้อนยุคแบบดั้งเดิมที่มักจะเน้นความเป็นต้นตำหรับ หรือความเฉพาะที่มาจากชุมชนดั้งเดิม

#### - รายละเอียดของ สี และพื้นผิว

องค์รวมของสีเกี่ยวข้องต่อความทรงจำที่มีต่อสถานที่นั้นอย่างมาก ตัวอาคารหลักของตลาดขวัญเรียมทั้งหมดเลือกใช้เป็นสีน้ำตาล หรือเหลือง ตั้งแต่โครงสร้างไปจนถึงโคมก้นความร้อนที่พัดได้หลังคา ส่วนของผนังร้านค้าที่เปลี่ยนแบบผนังไม้ นั้นทำขึ้นจากผนังไม้เทียมตีเป็นเส้นเฉียง ทาสีเป็นน้ำตาล ขาว หรือสีฟ้า สลับไปมาจงใจให้แลดูเก่าแก่ และไม่เป็นระเบียบ มีหน้าต่างปลอมที่ทำลอกเอาไว้ และประดับหน้าร้านด้วยเพิงร้านค้าในบางร้าน ลักษณะของการใช้วัสดุที่เลียนแบบของเก่าแต่จงใจให้ดูออกว่าไม่ใช่ของเก่าในลักษณะ “จริงแท้ (Authentic)” เช่นเดียวกับการใช้หญ้าเทียมบริเวณพื้นที่ตัดบาตรริมน้ำ ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่การใช้ข้อดีในลักษณะเซตดู หรือโยโย่ แต่ก็สร้างบรรยากาศเฉพาะของสถานที่บางอย่างของการเสียดสี และอารมณ์ชวนหัวแบบไทยให้เกิดขึ้น

## 6. การโหยหาอดีต และอดีตในขวัญเรียม: ความเป็นถิ่นที่อยู่ในเชิงจินตภาพ

“การโหยหาอดีต” หรือ “การถวิลหาอดีต” เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่มีคำอธิบายเริ่มแรกจากฝั่งสังคมตะวันตก ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Nostalgia (นอสทัลเจีย) มาจากรากศัพท์ในภาษากรีก 2 คำ คือคำว่า “notos” ซึ่งหมายถึงการกลับบ้าน และ “algia” ซึ่งหมายถึงความเจ็บปวด เมื่อรวมกันเกิดเป็นความหมายที่ใช้อธิบายอาการทางจิตประเภทหนึ่งที่มีลักษณะ “อารมณ์

เศร้าซึ่งเกิดจากความปรารถนาจะกลับไปยังบ้านเกิดเมืองนอน”<sup>9</sup> ต่อมา มีผู้นำเอาคำนี้ไปใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการ怀旧ในอดีตในหลายๆด้านทำให้เกิด ความหมายของ Nostalgia ตามบริบทที่แตกต่างกันออกไป ในการ怀旧ในอดีตในเชิงของการท่องเที่ยว (Nostalgia Tourism) ถูกอธิบายความหมายว่า “ความรู้สึกกระสี้กระสวดหรืออารมณ์หวานขม (สุขทุกข์) ซึ่งเกิดจากการ怀旧หาประสบการณ์ ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการในอดีต”<sup>10</sup>

มีผู้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่าปรากฏการณ์怀旧ในอดีตในสังคมไทยเกิดขึ้นหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540<sup>11</sup> ซึ่งเหตุการณ์ในครั้งนั้นได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในสภาพของสังคมปัจจุบัน ณ เวลานั้น และเริ่มทำให้เกิดการย้อนกลับไปมองคุณค่าของอดีตในลักษณะที่ดีงาม

ปัจจัยสำคัญสามประการที่ทำให้เกิดความรู้สึก怀旧อดีตมีดังนี้

1. ปัจจัยทางอารมณ์ หรือความรู้สึก โดยเฉพาะอารมณ์ที่ไม่พึงพอใจในสภาพของสังคม และวิถีชีวิตในปัจจุบัน

2. ปัจจัยทางด้านสถานที่ และเวลา ได้แก่ความคิดและจินตนาการในสถานที่ใดๆ ที่แตกต่างจากเวลาในปัจจุบัน ทิศนคติต่อเวลาแบบเป็นเส้นตรง (Linear time) และมองว่าอนาคตกำหนดไม่ได้ด้วยเหตุนี้จึงสามารถย้อนอดีตมาสร้างใหม่ได้

3. ปัจจัยทางด้านสิ่งเร้า ปรากฏการณ์怀旧อดีตสามารถเกิดขึ้นได้จากการจัดเตรียม สิ่งต่างๆ ให้อย่างเหมาะสม ทั้งที่เป็น กลิ่น เสียง สัมผัส หรือรสชาติ บุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ ผ่านประสาทสัมผัสในการรับรู้ของมนุษย์

ขวัญเริ่มเป็นคู่ตัวละครเอกในนวนิยายเรื่อง “แผลเก่า” ซึ่งประพันธ์ขึ้นโดยนักเขียนที่มีนามปากกาว่า “ไม้ เมืองเดิม” อันเป็นเรื่องราวความรักของหนุ่มสาวคู่หนึ่งที่สาบานว่าจะรักกันตลอดไปก่อนที่จะจบลงด้วยโศกนาฏกรรม ในตอนท้ายเรื่อง ผู้ประพันธ์ให้เนื้อเรื่องเริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2479 โดยมีฉากหลักในเรื่องเป็นท้องทุ่งนายนางบางกะปิและคลองแสนแสบเป็นตัวแทนพื้นที่ของความ เป็นชนบท ตรงกันข้ามกับความเป็นเมืองที่เรียกว่าบางกอกในสมัยนั้น และจากการที่นวนิยายเรื่องนี้ ถูกนำมาผลิตซ้ำเป็นภาพยนตร์และละครหลายครั้ง ทั้งฉากในท้องเรื่องก็อ้างอิงมาจากชื่อของสถานที่จริง จึงทำให้คนทั่วไปมักเข้าใจผิดว่าเรื่องราวของขวัญและเรียนนั้นเป็นเรื่องเล่าในลักษณะตำนานที่มาจากเค้าโครงของเรื่องจริง

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า “ความเป็นอดีต” นั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ หากไม่ใช่ตลาดเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ของพื้นที่เดิมอยู่แล้ว ก็ต้องหาเนื้อหาความเป็นอดีตมาสวมลงไป อย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง การที่พื้นที่ของตลาดย้อนยุคตั้งอยู่ริมฝั่งคลองแสนแสบ อันเป็นสถานที่สำคัญอยู่ในท้องเรื่องแต่เดิม เมื่อเลือกเอาเนื้อเรื่องในนวนิยายแผลเก่าซึ่งเป็นอดีตที่มีลักษณะกึ่งจริงกึ่งตำนาน ทั้งยังมีเนื้อหาของความรัก (ที่สาบานว่าจะรักซื่อสัตย์ต่อกันตลอดไป / คุณค่าของอดีต) มาสร้างให้เป็นแนวเรื่อง (Theme) และชื่อเรียกของตลาดแห่งนี้ ก็เป็นเรื่องที่สวมกันได้อย่างลงตัวพอดี

ผู้สร้างตลาดยังได้ทำการต่อยอดการจับคู่กันระหว่างความเป็นอดีตของขวัญและเรียม กับพื้นที่ของตลาด ให้มีความสมจริงยิ่งขึ้นโดยมีการศึกษาแบบของงานประติมากรรมของขวัญและเรียมที่กำลังนั่งอยู่บนหลังควายเคียงคู่กัน มีการทดลองขึ้นแบบจำลองเป็นหุ่นหลายแบบก่อนจะคัดเลือกแบบที่เห็นว่าสามารถเป็นตัวแทนของขวัญเรียม และควายพาหนะ ให้สามารถสื่อสารกับประสบการณ์ของผู้มาเยี่ยมชมตลาดน้ำได้อย่างตรงใจมากที่สุด

“...จะอย่างไร ให้ภาพเหล่านั้น ปรากฏกับสายตา ของผู้คนผู้มาเที่ยวชม ตลาดน้ำริมคลองแสนแสบ ข้างวัดโบราณทั้งสองแห่ง ตามจินตนาการ ของอมตะนิยาย ประการแรก จะเลียนแบบควายปลัก ซึ่งเป็นควายในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รูปร่างแบบใด

ประการที่ 2 ขวัญ และ เรียม ต้องสวมชุดในชนบท จะให้หน้าตา ละม้ายคล้ายคลึงใคร เป็นเรื่องใหญ่มาก และ ใครจะเป็นผู้รังสรรค์งานนี้ ซึ่งจะต้องคงอยู่ยาวนาน เป็นท่านผู้อ่านหะจะคิดอย่างไร มีนเหมือนกัน เกิดมาทำงานในท้องทุ่ง ไม่มีความรู้ เรื่องศิลปะซีกนิต ต้องมาจินตนาการเอาเองทั้งหมด หากผิดพลาด ก็คงหัวเราะกันทั้งเมือง และแล้ว คณะทำงานก็ตั้งใจ จะเลียนแบบเจ้าเรียวควายจากภาพต่างๆ ของควายแซมปຸ່ນต่างๆ ของประเทศไทย...”<sup>11</sup>

เมื่อจัดทำเป็นประติมากรรมเสร็จสิ้นแล้วก็เลือกตั้งวางไว้บริเวณริมคลองแสนแสบเชิงสะพานฝั่งวัดบางพิงใต้ โดยใกล้ๆ กันนั้นมีการตั้งศาลย่อมๆ ขึ้นใต้ต้นมะขามขนาดใหญ่ ลักษณะเดียวกับฉากสาบานรักสำคัญในเรื่องแผลง่า ที่เป็นศาลเจ้าพ่อไทรและต้นไทรใหญ่ เขียนป้ายตัวใหญ่ชัดเจนว่าเป็น ศาลขวัญ-เรียม และถึงแม้ว่าจะเป็นศาลใหม่ที่ตั้งมาเป็นเวลาเพียงปีกกว่า แต่ผู้ไปตลาดขวัญเรียมจำนวนไม่น้อยก็ให้ความเคารพนับถือมีการจุดธูปเทียนบูชา คุ้รักหลายคู่ก็ถือโอกาสที่มาขอพรจากศาลให้กับคู่ของตัวเอง และมีทั้งใช้เป็นฉากหลังในการถ่ายรูปแต่งงานโดยนัยของการเป็นฉากเรื่องความรักที่ซื่อสัตย์ต่อกัน

จะเห็นได้ว่าระบบสัญลักษณ์ของอดีตขวัญและเรียมที่ผู้สร้างตลาดจัดทำขึ้นนั้น ถูกสร้างขึ้นอย่างสมจริงสมจังทั้งตัวบทและบริบทอย่างแน่นหนา และเมื่อเวลาผ่านไปยิ่งเกิดเป็นร่องรอยของกิจกรรมที่ซุกงูให้เกิดเป็นความน่าเลื่อมใสเพิ่มพูนขึ้นไปอีก สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือพื้นที่สัญลักษณ์นี้สามารถซุกงูให้คนที่ผ่านเข้ามาเห็น เกิดความรู้สึกคล้อยตาม จนแม้แต่กลายเป็นความเชื่อ (ถึงแม้จะทราบ ว่าขวัญเรียมเป็นเพียงตัวละครในนวนิยายก็ตาม) ทั้งนี้เพราะคนชั้นกลางในเมืองที่ไปเที่ยวยังตลาดย้อนยุคลักษณะนี้นั้น มีแนวโน้มที่จะหนีออกไปจากเหตุการณ์ปกติในชีวิตประจำวันของตัวเองมาแต่เดิม ความเชื่อในระบบสัญลักษณ์ของสถานที่เช่นนี้เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเกิดขึ้นของความรู้สึกผูกพันกับความเป็นสถานที่ขึ้นมา



256 หน้าจั่ว: ว่าด้วยสถาปัตยกรรม การออกแบบ และสภาพแวดล้อม  
วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



รูปที่ 10: การทำแบบร่างงานประติมากรรมรูปควาย และหุ่นจำลองที่ศึกษาทำนอง



รูปที่ 11: การทำแบบร่างงานประติมากรรมรูปขวัญ มีการศึกษาจากใบหน้าของดาราราชที่คนทั่วไปคุ้นเคย  
ที่มา: ชาวเรือตลาดน้ำขวัญเรียม วัดป่าเพ็ญเหนือ-วัดป่าเพ็งใต้-ปกิณกะ-ความในใจ. เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2556. เข้าถึงจาก [http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/story\\_around\\_detail.php?news\\_id=00260](http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/story_around_detail.php?news_id=00260).



รูปที่ 12: ชายหนุ่มคนหนึ่งเลือกใช้สะพานเรือเป็นสถานที่ในการขอแต่งงานกับหญิงคนรัก

ที่มา: ชาวเรือ.ตลาดน้ำขวัญเรียมวัดป่าเพ็ญเหนือ-วัดป่าเพ็งใต้-สัพเพพระ-ขอให้มีความสุข. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม 2556. เข้าถึงจาก [http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/news2\\_detail.php?news\\_id=00261](http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/news2_detail.php?news_id=00261).



รูปที่ 13: ที่ตั้งของศาล และรูปปั้นขวัญเรียมเชิงสะพานฝั่งวัดบางเพ็งใต้.  
ที่มา: ฟากฟ้าทะเลฝันริวิวเล็กๆ ตลาดน้ำขวัญ-เรียมไปครั้งแรกก็หลงรัก. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม 2556 เข้าถึงโดย <http://pantip.com/topic/30595017>.

## 7. ข้อสังเกตเรื่องการล้อเลียน : การตีความอดีต และสำนึกของสถานที่แบบไทย ๆ

วิธีการนำอดีตมาใช้ในแหล่งท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคทั่วไป มักจะใช้ในลักษณะของการเชิดชูเก็บความดั้งเดิม หรือให้คุณค่ากับ “ความจริงแท้ (Authenticity)” ของอดีตเอาไว้ ตัวอย่างของวิธีการนี้ก็ว่าได้แก่ การสร้างงานสถาปัตยกรรมที่สมจริงสมจัง และมีรูปแบบเคร่งครัดเป็นตัวแทนของความ เป็นไทยทั้งสี่ภาค ในตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา การนำกำแพงเมืองก่ออิฐ และเรือนไทยหลังคาทรงจั่วมาใช้ในตลาดน้ำอโยธยา หรือการนำเอาหลังคาทรงปั้นหยา และองค์ประกอบของสถาปัตยกรรม





รถไฟของสถานีหัวหินมาใช้ ในตลาดน้ำสามพันนาม เป็นต้น

ส่วนตลาดย้อนยุคที่สร้างขึ้นใหม่อีกประเภทหนึ่ง เช่น ตลาดเพลินวาน ซึ่งนำเอาลักษณะในงานสถาปัตยกรรมเรือนไม้ตามชุมชนริมน้ำอย่างที่เราพบเห็นในอัมพวา มาตีความใหม่ด้วยวิถีคิดของสถาปนิก นำเอาวัสดุมาจัดเรียงใช้ใหม่อย่างมีระบบระเบียบตามความรู้ในการออกแบบ เกิดเป็นรูปร่างรูปทรงของผลงานสถาปัตยกรรมที่ลงตัวที่แฝงไว้ด้วยความเป็นไทยร่วมสมัย

ในขณะที่การนำเอาอดีตและความเป็นไทยในตลาดน้ำขวัญเรียมมาใช้ กลับมีกลิ่นอายและลักษณะที่แตกต่างออกไปจากตัวอย่างทั้งหมดที่ยกมาข้างต้น โดยมีข้อสังเกตว่าวิธีการนำมาใช้มีลักษณะที่เรียกว่าการล้อเลียน (Parody) ให้เกิดอารมณ์ขัน หรืออารมณ์เสียดสีอย่างจงใจ แนวคิดเรื่อง Parody นั้นเป็นแนวคิดหลังสมัยใหม่สายหนึ่ง เกิดขึ้นจากการเลียนแบบนักเขียน ศิลปิน หรือ ศิลปะ ซึ่งการล้อเลียนนั้นมักจะทำให้สิ่งนั้นเกินจริงขึ้นมา และกลายเป็นอารมณ์ขันไปด้วย<sup>12</sup> การล้อเลียนยังมีลักษณะของการประชดประชัน และเกี่ยวข้องกับอดีตโดยตรง

“...การลอกเลียนภาพในอดีตของโพสต์โมเดิร์นไม่จำเป็นต้องให้ความเคารพบริบทของภาพตัวแทนที่เป็นอดีต แต่ใช้การประชดประชันเพื่อที่จะรับรู้ว่าคุณที่จริงที่ระบุว่าคุณอาจสลดหลุดให้พ้นจากอดีตได้...”<sup>13</sup>

และหากย้อนกลับมาพิจารณาในบริบทของไทย อารมณ์ขันที่เกิดจากการล้อเลียนนั้น เป็นลักษณะนิสัยโดยทั่วไปคนไทยอยู่แล้ว และแสดงออกอยู่ในวิถีชีวิตแทบจะทุกส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไทยแบบที่ ประชา สุวีรานนท์ ใช้เรียกว่า “ไทยไทย”<sup>14</sup> การล้อเลียนนั้นจะพบทั้งที่ล้อเลียน อดีต การเมือง หรือความเป็นจริง หรืออะไรก็ตามที่มีลักษณะเป็น “พื้นที่ทางสังคมที่มีกฎเกณฑ์เฉพาะของตัวเอง”<sup>15</sup> มักพบใน การ์ตูนล้อการเมือง ลำตัด เพลงฉ่อย เพลงลูกทุ่ง ตลกคาเฟ่ ลิเก หรือแม้แต่การล้อเลียนความเป็นอดีตที่ถูกสร้างซ้ำๆกันของตำนานเรื่องนางนาก ด้วยภาพยนตร์เรื่องพี่มากพระโขนง เป็นต้น

การล้อเลียนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำขวัญเรียมอย่างไร ประการแรกตลาดน้ำขวัญเรียมถูกประกอบขึ้นด้วย “ความใหม่” ที่ถูกสมมติให้เป็น “ของเก่า” กล่าวคือในความพยายามสร้างให้เกิดความรู้สึกระลึกถึงความเป็นไทยในอดีตของตลาด โดยการสร้างร้านค้าที่มีผนังไม้ พื้นหญ้าสีเขียว ริมคลอง ศาลาโถงโล่งสีน้ำตาล ผู้สร้างตลาดกลับเลือกที่จะไม่ปิดบังอย่างชัดเจนว่าสิ่งที่เลือกมาเหล่านั้นคือของใหม่ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น ผนังไม้เทียม หญ้าเทียม หรือศาลาโครงสร้างเหล็กหลังคาเพิง ที่เห็นโหมกกันความร้อนไว้ด้านใต้อย่างโจ่งแจ้ง เช่นเดียวกันกับการนำเอาตัวละครขวัญ และเรียม มาใช้เป็นสัญลักษณ์ของตลาดอย่างสมจริงสมจัง แต่ก็ยอมให้ต้นไม้ในฉากหลังของศาลาขวัญเรียมเป็นต้นมะขามใหญ่แทนที่ต้นไม้ในท้องเรื่อง เป็นต้น ความพยายามสร้างความเก่าจากเรื่องสมมติเช่นนี้หลายคนอาจแย้งว่ามาจากความจำเป็นของเงื่อนไขในปัจจุบัน ซึ่งก็ยิ่งสอดคล้องกับนิยามลักษณะของการประชดประชันในข้างต้นที่ว่า ถึงแม้ว่าจะจำเป็นต้องอยู่กับปัจจุบัน เราก็ “มีอาจสลดหลุดให้พ้นจากอดีตได้”

การล้อเลียนอีกประการหนึ่งที่สังเกตเห็นได้จากในตลาดขวัญเรียมก็คือ การพูดถึงความไม่จริง และความไม่สมบูรณ์แบบ ดังที่กล่าวมาแล้วว่าความเป็นไทยในตลาดย้อนยุคอื่นๆ มักจะถูกนำมาใช้ให้สมจริง และสมบูรณ์แบบลงตัว แม้แต่ในตลาดย้อนยุคที่ร่วมสมัยอย่างเพลินวานก็เช่นกัน ตัวอย่างของ

การล้อเลียนแบบนี้ก็ได้แก่ พื้นผิวของร้านค้าเสื้อผ้าฝั่งวัดบางเพ็งใต้ ที่ทำเป็นผนังไม้ตีตามเฉียง ซึ่งตั้งที่อธิบายไปแล้วว่าผนังภายนอกลักษณะนี้ไม่พบในเรือนพื้นถิ่นใดๆ เพราะไม่สามารถใช้งานได้จริง หรือสะพานเรือ ที่ตั้งใจทำให้เป็นโครงกระดูกงูของเรือ คล้ายเรือที่ยังสร้างไม่เสร็จหรือเรือที่ชำรุด มากกว่ารูปทรงสมบูรณ์ของเรือตามการรับรู้ทั่วไป

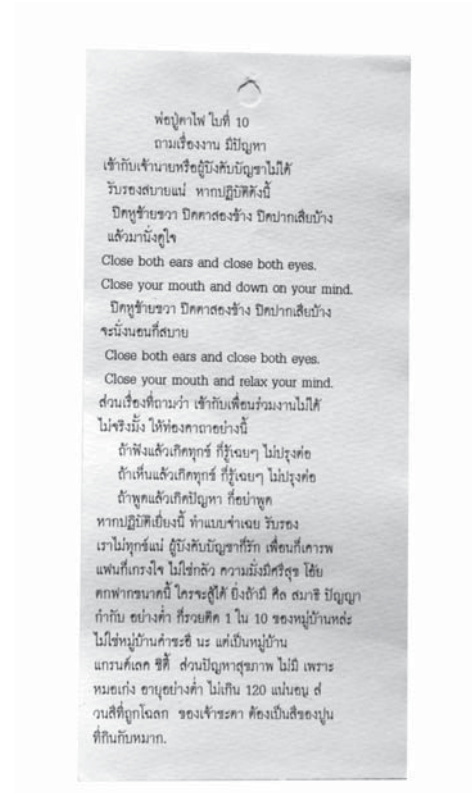
ตัวอย่างประการสุดท้ายที่จะทำให้ข้อสังเกตเรื่องการล้อเลียนความเป็นอดีตชัดเจนมากขึ้น คือข้อความในกระดาษเขียนซีของศาลพ่อปู่ตาไฟในตลาดน้ำขวัญเรียม ซึ่งเขียนขึ้นโดยเจ้าของตลาด เขาพลิต เมธยะประภาส ที่ยืนยันว่าตัวของเขาเองไม่เคยมีความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ใดๆ เลย แต่ต้องการจะเขียนใบเขียนซีนี้ขึ้นก็เพื่อเตือนสติ และแทรกข้อคิดทางธรรมะที่เขียนด้วยภาษาเฉพาะตัวลงไปบนพื้นที่ของความเชื่ออีกทีหนึ่ง ข้อความในใบเขียนซีนั้นถูกเขียนขึ้นด้วยภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ ด้วยคำร่วมสมัยในสำนวนแบบคำทำนายจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และหากอ่านดูหลายๆ ไปก็จะพบลักษณะล้อเลียนความเชื่อแบบไสยศาสตร์ ด้วยการเตือนสติให้คิดแบบเป็นเหตุเป็นผล และคำสอนทางพุทธศาสนา

## 8. บทสรุป

บทความนี้ตั้งวัตถุประสงค์การศึกษาไว้ที่การศึกษาความเป็นสถานที่ โดยศึกษากรณีตลาดน้ำขวัญเรียม ผ่านแนวความคิดเรื่องสถานที่ (Place) การโหยหาอดีต (Nostalgia) และข้อสังเกตในเรื่องการล้อเลียน (Parody) โดยตั้งคำถามว่าเหตุใดตลาดน้ำขวัญเรียมจึงประสบความสำเร็จในการดึงดูดคนให้ไปเที่ยวในระยะเวลาอันสั้น และถูกกล่าวถึงผ่านสื่อต่างๆ บ่อยครั้งว่ามีบรรยากาศที่นำไปเที่ยวแตกต่างไปจากตลาดน้ำอื่นๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนของความเป็นสถานที่นั้นใช้เครื่องมือทางทฤษฎีโครงสร้างเมือง กรอบความคิดเรื่องการออกแบบ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัย มาเป็นตัววิเคราะห์ แต่ก็ขาดข้อมูลในส่วนของการคิดเห็นจากผู้ในตลาดจริงๆ ซึ่งควรที่จะทำการเก็บแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์เพิ่มเติมต่อไป ในการประเมินความมีคุณค่าของตลาดน้ำขวัญเรียมนี้ บทความนี้อาจจะพยายามโน้มน้าวผู้อ่านไปในทางเห็นด้วยกับวิธีการตีความอดีตในอีกรูปแบบหนึ่งที่ไม่ได้สนใจคุณค่าในเรื่องความจริงแท้ อย่างไรก็ตามเจตนาของผู้เขียนบทความเพียงต้องการนำเสนออีกด้านหนึ่งของการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์วัฒนธรรมด้วยวิธีการที่แตกต่างออกไปจากกระแสหลักที่นิยมทำกันอยู่ และยังมีลักษณะบางประการที่มาจากอุปนิสัยตามวัฒนธรรมไทยที่มักถูกละเลยจะนำมาวิพากษ์ถึงในวงวิชาการ



รูปที่ 14: รูปใบเขียนซีทีเขียนขึ้นโดย เจ้าของตลาด  
ชาวลิต เมธยะประภาส แสดงให้เห็นถึงการล้อเลียน  
ความเชื่อ ทัศนคติเกี่ยวกับ ความเก่า-ใหม่ และ  
ข้อคิดทางธรรมะ



## เชิงอรรถ

- <sup>1</sup> Lowental, D. *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press, 1958. อ้างถึงใน เกรียงไกร วัฒนา สวัสดิ์. "ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงไทยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี." ใน *ดำรงวิชาการ* 12, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2556) หน้า 115.
- <sup>2</sup> สัมภาษณ์ชาวลิต เมธยะประภาส, กรรมการผู้จัดการ บริษัทครอบครัวขนส่ง และเป็นผู้ก่อตั้งตลาดน้ำขวัญเรียม, สัมภาษณ์. 15 สิงหาคม 2556.
- <sup>3</sup> ชาวเรือ. *ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดป่าเพ็ญเหนือ-วัดป่าเพ็งใต้-เกี่ยวกับเรา*. เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2556. เข้าถึงจาก <http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/about.php>



<sup>4</sup> Mina Najafi, & Shariff, Mustafa Kamal Bin Mohd. "The Concept of Place and Sense of Place" In *Architectural Studies*. World Academy of Science, Engineering & Technology, 80 (August, 2011), p. 1100.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Steele, F., 1981. *The sense of place*: CBI Publishing Company, Inc.

<sup>7</sup> Mina Najafi, & Shariff, Mustafa Kamal Bin Mohd. Ibid. p. 1102.

<sup>8</sup> Scanlon, L.W. and Eheret, C.F. *The Cure for Jet Lag*. New York: Back 2 Press Books, 2008. p. 8 อ้างถึงใน เกรียงไกร วัฒนาศาสตร์. อ้างแล้ว. หน้า 111.

<sup>9</sup> Baker, S.M. and Kenedy, P.F. "Death by Nostalgia: A Diagnosis of Context-Specific Case." *Advance in Consumer Research* Vol21, pp. 169-174. In Allen C.T. and John D.R., eds. Provo UT: Association for Consumer Research, 1994. p.170. อ้างถึงใน เกรียงไกร วัฒนาศาสตร์. อ้างแล้ว. หน้า 117.

<sup>10</sup> ชาตรี ประภิตนทการ. *Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism*. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556 .<http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/513->

22556-retro-market.

<sup>11</sup> ชาวเรือ.ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ-วัดบำเพ็ญใต้-ปกิณกะ-ความในใจ. เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2556. เข้าถึงจาก [http://www.kwan-niamfloatingmarket.com/v2/story\\_around\\_detail.php?news\\_id=00260](http://www.kwan-niamfloatingmarket.com/v2/story_around_detail.php?news_id=00260).

<sup>12</sup> Natthaphong Buntham. *แนวคิดเรื่อง parody* ตอนที่ 1. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/posts/543377>

<sup>13</sup> Natthaphong Buntham. *แนวคิดเรื่อง parody* ตอนที่ 6. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/posts/544225>.

<sup>14</sup> ประชา สุวีรานนท์ และเกษียร เตชะภิระ. *อัตลักษณ์ไทย: จากไทยสู่ไทยๆ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไฟาเดียวกัน, 2554. หน้า 53.

<sup>15</sup> อธิป จิตตฤกษ์. *การเมืองที่ไม่ใช่การเมืองของการล้อเลียน: ว่าด้วยหลักการของ Parody และข้อโต้แย้ง*. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com/politics-of-parody/>.

## บรรณานุกรม

- กิตติพร ใจบุญ. “ตลาดกับวิถีชีวิต: บทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตลาดในสังคมไทย” ใน *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*, 19-102. สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2549.
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. “ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี.” ใน *ดำรงวิชาการ* 12, 1(มกราคม-มิถุนายน 2556): หน้า 109-135.
- ประชา สุวีรานนท์ และเกษียร เตชะภิระ. *อัตลักษณ์ไทย: จากไทยสู่ไทยๆ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ฟ้าเดียวกัน, 2554.
- Hashemnezhad, Hashem, Yazdanfar. Seyed Abbas, Heidari, Ali Akbar, & Nazgol, Behdadfar. (2013). “Comparison the Concepts of Sense of Place and Attachment to Place in Architectural Studies”. in *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(1), pp. 219-227.
- Mina Najafi, & Shariff, Mustafa Kamal Bin Mohd. (2011). *The Concept of Place and Sense of Place In Architectural Studies*. World Academy of Science, Engineering & Technology, 80 (August, 2011)

### Internet

- ชาวเรือ. *ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ-วัดบำเพ็ญใต้-เกี่ยวกับเรา*. เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2556. เข้าถึงจาก <http://www.kwan-riamfloatingmarket.com/v2/about.php>
- ชาติรี ประภิตนนทการ. *Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism*. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/513-22556-retro-market>.
- อธิป จิตตฤกษ์. *การเมืองที่ไม่ใช่การเมืองของการล้อเลียน: ว่าด้วยหลักการของ Parody และข้อโต้แย้ง*. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com/politics-of-parody/>. Natthaphong Buntham.
- *แนวคิดเรื่อง parody ตอนที่ 6*. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/posts/544225>.

### สัมภาษณ์

- เชาวลิต เมธยะประภาส. เจ้าของกรรมการผู้จัดการ บริษัทครอบครัวขนส่ง และเป็นผู้ก่อตั้งตลาดน้ำขวัญเรียม, สัมภาษณ์. 15 สิงหาคม 2556.

