

อุตสาหกรรมรถยนต์

กับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวอเมริกันในทศวรรษ ๑๙๒๐ **

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ ๑ ยุติลง ใน ค.ศ. ๑๙๑๘ นานาประเทศยุโรปซึ่งเคยเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมต่างประสบปัญหาการฟื้นฟูบูรณะประเทศอยู่นั้น สหรัฐอเมริกาก็กลับเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเจริญก้าวหน้าอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ ๑๙๒๐ ที่สังคมอเมริกันได้ผ่านเข้าสู่ประสบการณ์ยุคใหม่ที่ความเจริญก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรมได้มีส่วนสำคัญในการยกระดับการครองชีพของประชาชนโดยทั่วไปให้มากขึ้น การอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วกว่า ๖๐ % ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชนทุกสาขาอาชีพ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วจนทำให้ทศวรรษ ๑๙๒๐ เป็นที่รู้จักกันในประวัติศาสตร์อเมริกันว่า “ความฝันอย่างอเมริกัน” (The American Dream)

การผลิตรถยนต์นับว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่จะช่วยวางรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของอเมริกาในทศวรรษ ๑๙๒๐ ในระยะ ๑๐ ปีดังกล่าวนี้ อเมริกาได้ผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นจากจำนวน ๑,๕๑๘,๐๖๑ คันในค.ศ. ๑๙๑๑ เป็น ๔,๗๕๔,๘๕๘ คันในค.ศ. ๑๙๒๑ และทำให้อเมริกามีรถทุกประเภทที่จดทะเบียน

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ใช้เรียบเรียงประกอบการเขียนและวิเคราะห์บทความนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมขณะไปศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์อเมริกาในทศวรรษ ๑๙๒๐ ในระยะเวลาอันสั้นในต้นเดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๓๒ ณ สถาบันวิจัยอเมริกันศึกษา (The American Studies Research Centre - ASRC) เมืองไฮเดอราบัด ประเทศอินเดีย ด้วยทุนสนับสนุนจากสำนักข่าวสารอเมริกันประจำประเทศไทย ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

เพิ่มขึ้นจำนวน ๑๐,๔๖๓,๐๐๐ คันเป็น ๒๖,๕๐๑,๐๐๐ คัน และในจำนวนนี้เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลถึง ๒๓ ล้านคัน ซึ่งนับได้ว่าอเมริกาเป็นประเทศที่มีจำนวนรถยนต์มากที่สุดในโลก และโดยเฉลี่ยประชาชนหนึ่งในห้าคนเป็นเจ้าของรถยนต์หนึ่งคัน*

บทความนี้เป็นการศึกษาอย่างสังเขปของการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ของสหรัฐอเมริกาที่เริ่มต้นอย่างจริงจังในต้นคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ และผลกระทบบางประการของอุตสาหกรรมรถยนต์และการใช้รถยนต์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงในสังคมและการดำเนินชีวิตของชาวอเมริกันในทศวรรษ ๑๙๒๐ ซึ่งรถยนต์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตวัฒนธรรมและตำนานอย่างแยกออกจากกันไม่ได้

การพัฒนาของอุตสาหกรรมรถยนต์

รถยนต์เป็นประดิษฐกรรมของชาวยุโรป โดยนักประดิษฐ์ชาติต่าง ๆ ได้ค้นคิดวิธีขับเคลื่อนเครื่องยนต์ให้ทำงานตั้งแต่การใช้พลังงานไอน้ำในกึ่งกลางคริสต์ศตวรรษที่ ๑๘ จนกระทั่งประสบความสำเร็จในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในปลายคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ อย่างไรก็ตามแม้ นักประดิษฐ์ชาวอเมริกันจะไม่ได้เป็นชาติแรกที่ค้นคิดประดิษฐ์รถยนต์ขึ้นมาแต่ก็ได้รับการยกย่องว่าเป็น “นักดัดแปลง” (adaptors) ที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานของ

เครื่องยนต์ทั้งในด้านเครื่องกลและเทคนิคจนทำให้รถยนต์สามารถใช้งานได้^๒

ในต้นคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ รถยนต์ยังคงเป็นประดิษฐกรรมที่อยู่ในขั้นทดลองที่ต้องการปรับปรุงคุณภาพ วิศวกรและช่างเทคนิคในอเมริกาก็ยังมีขีดความสามารถจำกัดในการผลิตรถยนต์ให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งต้นทุนในการผลิตก็ยังมีอัตราสูงอยู่มาก ดังนั้นรถยนต์จึงกลายเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยที่มีราคาแพงมากถึงคันละ ๒,๘๐๐ เหรียญ และมีประโยชน์ใช้สอยอันจำกัด และใช้เป็นเครื่องประดับเกียรติแต่เฉพาะชนชั้นที่มีฐานะ

* George Soule, *Prosperity Decade : From War to Depression 1917-1929* (N.Y. Rinehart & Company, Inc. 1947), p. 164.

^๒ Mark Sullivan, *Our Times*, Vol. 1 (N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1926) p. 428.

มั่งคั่งเท่านั้น^๓ อย่างไรก็ตามใน ค.ศ. ๑๙๐๘ เฮนรี ฟอร์ด (Henry Ford) นักอุตสาหกรรมรถยนต์ชาวอเมริกันก็สามารถปรับปรุงเครื่องยนต์และลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงได้ จนสามารถจำหน่ายสินค้าของเขาซึ่งมีชื่อเรียกว่า “รถฟอร์ดรุ่นที” (The Ford Model T) ในราคาเพียงคันละ ๑,๐๐๐ เหรียญ และทำให้รถยนต์กลายเป็น “สินค้ามวลชน” ที่ประชาชนโดยทั่วไปพอมีกำลังทรัพย์ที่จะหาซื้อไว้ใช้เป็นพาหนะได้มากขึ้น^๔

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ารถฟอร์ดรุ่นทีนี้เป็น “การปฏิวัติ” อย่างหนึ่งของวงการอุตสาหกรรมรถยนต์ในอเมริกา เพราะทำให้รถยนต์มีราคาถูกลงและกลายเป็นพาหนะที่นิยมอย่างแพร่หลายโดยไม่จำกัดขอบเขตการใช้แต่เฉพาะผู้ที่มีฐานะมั่งคั่งเท่านั้น การปฏิวัติดังกล่าวนี้เป็นขบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนในที่สุดบริษัทฟอร์ดสามารถลดต้นทุนการผลิตรถรุ่นทีนี้ได้ลงอีกมาก ใน



เฮนรี ฟอร์ด นักอุตสาหกรรมรถยนต์ชาวอเมริกัน ผู้มีส่วนสำคัญในการสร้างรถยนต์ให้เป็นสินค้ามวลชน

ปลายทศวรรษ ๑๙๒๐ รถฟอร์ดรุ่นทีซึ่งมีน้ำหนัก ๑,๖๕๐ ปอนด์ เครื่องยนต์ ๔ สูบ กำลังอัด ๒๒ แรงม้า หลังคาปิด และมีแผ่นกระจกหน้าก็สามารถผลิตและออกจำหน่ายได้ในราคาเพียงคันละ ๒๙๐ เหรียญเท่านั้น^๕ ซึ่งถูกกว่าราคารถยนต์เมื่อต้นศตวรรษกว่า ๖ เท่า หรือ ๒,๕๐๐ เหรียญ

^๓ Lawrence H. Seltzer, *A Financial History of the American Automobile* (Boston : Houghton Mifflin Company, 1928) p. 20.

^๔ Paul Goodman, Frank O. Catell, *American in the Twentieth : The Beginning of Contemporary America* (N.Y. : Holt, Rinehart and Wilson, Inc., 1972), p. 8

^๕ Seltzer, *A Financial History of the American Automobile*, p. 79.

กระนั้นฟอร์ดก็ได้เป็นบริษัทรถยนต์แห่งเดียวในอเมริกาที่ประสบความสำเร็จในด้านการอุตสาหกรรมนี้ ระหว่าง ค.ศ. ๑๙๐๘-๑๙๑๐ วิลเลียม ซี. ดูแรนต์ (William C. Durant) แห่งบริษัทบูอิก (Buick Company) ได้รวบรวมบริษัทสร้างรถยนต์อิสระจำนวน ๒๕ บริษัทจัดตั้งเป็นบรรษัทรถยนต์ขนาดใหญ่เรียกว่า “เจนเนอรัลมอเตอร์ส์” (General Motors Corporation)^๖ ซึ่งผลิตรถยนต์ในราคาปานกลางและราคาแพงออกจำหน่ายสำหรับผู้มีฐานะดีที่ต้องการรถยนต์ที่มีคุณภาพดีและรูปทรงทันสมัยที่แตกต่างไปจากรถยนต์ที่นิยมใช้โดยทั่วไป รถยนต์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของบรรษัทเจนเนอรัลมอเตอร์ส์ ได้แก่ แก๊ปอิก โอคสโมบิล โอคแลนด์ และกาลดิแอล ในระยะเวลาอันสั้นบรรษัทเจนเนอรัลมอเตอร์ส์ก็ได้กลายเป็นผู้ผลิตรถยนต์คู่แข่งที่สำคัญของบริษัทฟอร์ดและในทศวรรษ ๑๙๒๐ ก็ถึงกับเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมรถยนต์และบรรษัทรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกด้วย

เมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ในอเมริกาเริ่มขยายตัวและเจริญเติบโตมากขึ้นก็ได้ส่งผลกระทบต่อบริษัทผลิตรถยนต์ที่มีขนาดเล็กจำนวนมากซึ่งได้จัดตั้งในระหว่างทศวรรษ ๑๙๐๐ และต้นทศวรรษ ๑๙๒๐ โดยทั่วไปบริษัทผู้ผลิตดังกล่าวมักมีขนาดเล็กและไม่มีแผนกผลิตเครื่องยนต์อุปกรณ์ หรือตัวถังรถเอง อีกทั้งต้องสั่งซื้อชิ้นก้างกล่าวจากโรงงานผู้ผลิตอื่น ๆ เพื่อนำมาประกอบเป็นรถยนต์ที่โรงงานของตน แต่เมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ได้ขยายตัวเติบโต ก้าวหน้าขึ้นและมีวิถีทางการผลิตที่ซับซ้อนเพื่อลดราคาค่าต้นทุนให้ต่ำลงในการแข่งขันในตลาดการค้า บริษัทเล็กที่มีทุนจำกัดเหล่านี้และไม่สามารถจะขยายโครงการต่อไปได้จึงตกอยู่ในภาวะคับขันจนในที่สุดต้องล้มเลิกกิจการไป และปล่อยให้บริษัทคู่แข่งที่มีทุนทรัพย์สูงซึ่งมีความพร้อมทั้งทางด้านเทคโนโลยีที่นำวิธีการผลิตแบบมวลชนมาใช้แทนการผลิตด้วยมือโดยมีอุปกรณ์ผลิตที่ทันสมัย และมีระบบการบริหารที่ดีเข้าครอบครองตลาดการผลิตรถยนต์แทน^๗ ใน ค.ศ. ๑๙๒๖ บริษัทรถยนต์

^๖ Alfred P. Sloan, Jr., *My Years with General Motors*, ed. John McDonald and Catherine Stevens (N.Y. : Doubleday & Company, Inc., 1964), p.8.

^๗ John B. Rae, *American Automobile Manufacturers : The First Forty Years* (N.Y. : Chilton Company, 1959), pp. 145-149.

จำนวนประมาณ ๘๐๐ กว่าแห่งจากจำนวนทั้งสิ้น ๑,๕๐๐ แห่ง ต้องล้มเลิกกิจการ และอีก ๔ ปีต่อมาใน ค.ศ. ๑๙๒๙ จำนวนผู้ผลิตรถยนต์ที่สามารถดำเนินการรถยนต์ต่อไปได้ก็ลดจำนวนเหลือเพียง ๒๐๐ กว่าแห่งหรือประมาณร้อยละ ๑๕ ของจำนวนบริษัทผลิตรถยนต์ทั้งหมดที่ได้จัดตั้งมา

ในบรรดาผู้ผลิตรถยนต์ที่สามารถดำเนินการต่อไปได้นั้น บริษัทไครสเลอร์ (Chrysler Corporation) นับได้ว่าเป็นผู้ผลิตอีกแห่งหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมรถยนต์เทียบเท่ากับบริษัทฟอร์ตและบริษัทเจนเนอรัลมอเตอร์ส์ และถือได้ว่าทั้งหมดนี้เป็น “สามผู้ยิ่งใหญ่” (The Big Three) ในวงการธุรกิจรถยนต์ของอเมริกาในทศวรรษ ๑๙๒๐ ทั้งฟอร์ต เจนเนอรัลมอเตอร์ส์ และไครสเลอร์ต่างมีส่วนแบ่งในตลาดการค้า (share market) ของอุตสาหกรรมรถยนต์รวมกันทั้งสิ้นถึงร้อยละ ๗๕.๘ ของจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่จำหน่ายทั้งหมดภายในประเทศ^๕

แม้อุตสาหกรรมรถยนต์จะต้องตกอยู่ใต้อิทธิพลของผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่แห่ง แต่การแข่งขันทางด้านการค้าของ “สามผู้ยิ่งใหญ่” ยังคงกล่าวกลับเป็นผลดีในการกระตุ้นให้อุตสาหกรรมรถยนต์ในอเมริกาเจริญพัฒนาก้าวหน้าอย่างกว้างขวาง และก่อให้เกิดการค้นคว้าวิจัยใหม่ๆ เพื่อหาหนทางปรับปรุงคุณภาพเครื่องยนต์ อุปกรณ์ต่างๆ และเทคโนโลยีในการผลิต เช่น ปรับปรุงเครื่องยนต์ให้กำลังมากขึ้น พัฒนาระบบไฟฟ้า การเปลี่ยนแปลงรูปทรงและอุปกรณ์รถยนต์ให้ดึงดูดใจลูกค้า (โดยเฉพาะรถยนต์ชนิดหลังคาปิด) ศึกษาวิจัยและเครื่องปรับอากาศ ความร้อน ตลอดจนปรับปรุงระบบเกียร์และเพลาท้ายและอื่น ๆ ซึ่งทำให้การใช้รถยนต์มีความสะดวกสบาย และรถยนต์ก็สามารถเล่นได้อย่างราบรื่นขึ้น^๖

นอกจากนี้ ชาร์ลส์ เอฟ เคตเตริง (Charles F. Kettering) และโทมัส เอช. มิดดี (Thomas H. Midgeley) ได้ทำการทดลองจนสามารถค้นพบสารน้ำมันเอทิล

^๕ Seltzer, *A Financial History of the American Automobile*, p. 101.

^๖ Ibid.

^๗ John B. Rae, *The American Automobile* (Chicago : The University Press, 1965), pp. 106 – 107.

(ethyle gasoline) ซึ่งมีคุณภาพเหมาะสมที่จะใช้กับเครื่องยนต์ได้สำเร็จใน ค.ศ. ๑๙๒๒^{๑๑} การค้นพบดังกล่าวนี้นำไปสู่การใช้เททระเอทิล (Tetraethyle) ในน้ำมันซึ่งนับได้ว่าเป็นคุณูปการต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ เพราะสารในน้ำมันดังกล่าวนี้สามารถช่วยแก้ปัญหาเครื่องยนต์กระตุก (antiknock) และทำให้เครื่องยนต์ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น และใน ค.ศ. ๑๙๒๐ เยนเนลล์ มอเตอร์สได้ร่วมมือกับ บริษัท น้ำมันสแตนดาร์ด (The Standard Oil Company) แห่งมลรัฐนิวเจอร์ซีย์จัดตั้ง บริษัทน้ำมันเอทิล (The Ethyle Gasoline Corporation) เพื่อจัดจำหน่ายน้ำมันที่มีสารเททระเอทิลแก่ผู้ใช้รถยนต์ทั่วไป น้ำมันสูตรใหม่จึงแพร่หลายไปทั่วและช่วยให้การสันดาปและการขับเคลื่อนเครื่องยนต์เป็นไปอย่างราบรื่นมากขึ้น (ในระดับหนึ่ง) ส่วนบริษัทฟอร์ดก็ได้จัดตั้งโรงงานผลิตรถจักรยานของตนเองซึ่งใช้เทคโนโลยีแบบใหม่ในการผลิตรถจักรยานเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์^{๑๒} และมีผลให้เกิดการค้นคิดประดิษฐ์ภัณฑ์กระ

จกนิรภัยในเวลาต่อมาเพื่อให้ความปลอดภัยแก่ผู้ใช้รถยนต์มากขึ้น

การปรับปรุงคุณภาพต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ของอเมริกาขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของประเทศในทศวรรษ ๑๙๒๐ และส่งผลกระทบและอิทธิพลต่อการพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของสังคมอเมริกันในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม

การขยายตัวของตลาดรถยนต์

สหรัฐอเมริกาเป็นชาติหนึ่งที่เข้าร่วมรบในสงครามโลกครั้งที่ ๑ โดยประกาศตนเข้ากับฝ่ายสัมพันธมิตรใน ค.ศ. ๑๙๑๖ แต่เมื่อสงครามสิ้นสุดลงกลับเป็นเพียงมหาอำนาจประเทศเดียวที่ปลอดภัยจากการย้ายของกองทัพศัตรู สงครามโลกครั้งที่ ๑ ได้สร้างความหายนะทางเศรษฐกิจแก่ประเทศมหาอำนาจคู่สงครามอื่นๆ เป็นอันมาก พื้นที่หลายแห่งที่เป็นเส้นทางเศรษฐกิจตลอดจนโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ถูกทำลายเสียหายอย่างยับเยิน ในทางตรงกันข้ามอเมริกาก็กลับ

^{๑๑} Rae, *American Automobile Manufacturers*, p. 155.

^{๑๒} Ibid.

ปลดปล่อยจากการเป็นสนามรบและสงครามคือ ปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมของประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็วจนเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญแทนมหาอำนาจยุโรป เมื่อสงครามโลกครั้งที่ ๑ สิ้นสุดลงใน ค.ศ. ๑๙๑๘ อเมริกาเป็นประเทศที่มีฐานะมั่งคั่งที่สุด และประชากรจำนวนกว่า ๑๒๐ ล้านคนก็เป็นผู้มั่งคั่งได้เฉลี่ย (per capita) สูงที่สุดในโลกด้วย^{๑๓}

ภาวะเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูดังกล่าวนี้มีผลให้ชาวอเมริกันโดยทั่วไปเป็นผู้มีกำลังซื้อมากที่สุด และสามารถตอบสนองการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศในทศวรรษ ๑๙๒๐ ได้เป็นอย่างดี^{๑๔} ยิ่งไปกว่านั้นการปรับปรุงราคาของรถยนต์ชนิดหลังคาปิด (closed car) ให้ถูกลงเท่ากับรถยนต์เปิดประทุน (open car) ใน ค.ศ. ๑๙๒๓

ได้กลายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้รถยนต์ (ชนิดหลังคาปิด) กลายเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุดอีกประเภทหนึ่งในตลาดการค้าของอเมริกา^{๑๕} และความนิยมในรถยนต์ชนิดหลังคาปิดก็ได้เพิ่มสูงมากขึ้นเป็นลำดับเมื่อมีการปรับปรุงทางหลวงต่าง ๆ ให้รถยนต์สามารถเล่นได้ในฤดูหนาวแทนที่จะต้องจอดทิ้งไว้ตามโรงรถหรือโรงนาตลอดฤดูหนาวอย่างที่เคยเป็นมา^{๑๖} ใน ค.ศ. ๑๙๒๙ อัตราส่วนความนิยมระหว่างรถยนต์ชนิดหลังคาปิดกับชนิดเปิดประทุนมีความสูงถึง ๙ : ๑ ซึ่งเป็นตัวเลขที่กลับกันกับเมื่อ ค.ศ. ๑๙๑๙^{๑๗}

นอกจากนี้ความสำเร็จของตลาดรถยนต์ของอเมริกายังเกิดจากการพัฒนาของระบบการขายที่ใช้ตัวแทนหรือเซลส์แมนและศิลปะการโฆษณาอีกด้วย โดยไม่หวังแต่เพียงลูกค้าที่สนใจมาติดต่อสอบถามและซื้อ

^{๑๓} Wilford Isbel King, *The Wealth and Income of the People of the United States* (N.Y. : Johnson Reprint Corp., 1969), p. 52.

^{๑๔} Wilford Isbel King, *The National Income and Its Purchasing Power* (N.Y. : National Bureau of Economic Research, 1930), pp. 95-96.

^{๑๕} Seltzer, *A Financial History of the American Automobile*, p. 83.

^{๑๖} Fon W. Boardman, *American and the Jazz Age : A History of the American Automobile* (Boston : Houghton Mifflin Company, 19....), pp. 38-39.

^{๑๗} Rae, *The American Automobile*, p. 106

ด้วยตนเองเท่านั้น ระบบเซลล์แมนและการโฆษณาได้กลายเป็นศาสตร์และยุทธวิธีที่ผู้ผลิตรถยนต์ต่างใช้ในการแข่งขันเพื่อโน้มน้าวจิตใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าของตนมากขึ้น จนในที่สุดเซลล์แมนและการโฆษณาได้มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของการขยายตลาดรถยนต์ในอเมริกาอย่างมากกว่าวิศวกรที่มีส่วนในการออกแบบและปรับปรุงคุณภาพของรถยนต์^{๑๘} และการโฆษณาได้กลายเป็นการรณรงค์ในระดับชาติที่นักโฆษณาต้องขอคำปรึกษาจากนักจิตวิทยาเพื่อวางแผนการขายที่จะชักจูงใจลูกค้าให้ซื้อรถยนต์ของบริษัทตนให้ได้ทุกวิถีทาง

ขณะเดียวกันผู้ผลิตรถยนต์ต่างพัฒนาเทคนิคในการขายผลิตภัณฑ์ของตนมากขึ้น และมีการค้นคิดคำขวัญ (slogan) ซึ่งเป็นคำโฆษณาที่สั้น กระชับ และจดจำง่ายเพื่อบ่งประกาศคุณภาพของรถยนต์ที่ตนผลิต และกระตุ้นให้ประชาชนหันมาซื้อสินค้าจากตนมากขึ้น คำโฆษณาที่ถือได้ว่าเป็นคำขวัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อขายสินค้ารถยนต์ในระยะเวลาแรกๆ ของประวัติศาสตร์การค้า

รถยนต์ของอเมริกาก็มีอาทิเช่น “Nothing to watch but the road” (โอดสโมบิล) “You can do it with Reo” “Ask the man who owns one” (แพคการ์ด) และ “We build nothing but quality automobiles, and when better automobiles are built, Buick will build them” เป็นต้น^{๑๙}

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาและเทคนิคการขายของผู้ผลิตรถยนต์ดังกล่าวทำให้ตลาดรถยนต์ในอเมริกาในทศวรรษ ๑๙๒๐ ขยายตัวอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และส่งผลกระทบและก่อให้เกิดอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวอเมริกันและทำให้โลกที่ชาวอเมริกันเคยต้องเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีวันหวนคืนกลับมาได้อีกเลย

การเปลี่ยนแปลงสังคมและชีวิตของชาวอเมริกัน

ในทศวรรษ ๑๙๒๐ ลักษณะชีวิตและครอบครัวของชาวอเมริกันเกิดการเปลี่ยน

^{๑๘} David A. Shannon, *Twentieth Century American: The United States since the 1890's* (Chicago: Rand MacNally & Company, 1963) p. 221.

^{๑๙} James Prothro, *Dollar Decade Business Ideas in the 1920's* (Illinois Richard D. Irwin, Inc. 1949) p. 34.

แปลงอย่างฉับพลันมากกว่าในระยะเวลาใด ๆ ในประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า ๓๐๐ ปี ของประเทศ^{๒๐} ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นชาวอเมริกันมีชีวิตความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายมากขึ้น และมีชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ลดน้อยลง ซึ่งทำให้มีเวลามากขึ้นที่จะแสวงหาสิ่งบันเทิงใจต่าง ๆ เศรษฐกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในระหว่างและสงครามโลกครั้งที่ ๑ ได้ทำให้ประชาชนโดยทั่วไปมีทุนทรัพย์มากพอที่จะใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อหาความสุขให้แก่ตน

และครอบครัวมากขึ้น รถยนต์จึงกลายเป็นสินค้าที่ต้องตาต้องใจอีกประเภทหนึ่งที่สามารถบันดาลให้ชีวิตประจำวันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้น และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และการขอรับใบอนุญาตขับขี่ก็เป็นเรื่องที่ไม่ยากนักเพราะ แม้แต่ทหารผ่านศึกตามอดผู้หนึ่งยังได้รับใบอนุญาตขับขี่จนกลายเป็นเรื่องใหญ่ที่เจ้าหน้าที่ของวอชิงตันต้องเข้าไปสอบสวนในกรณีนี้^{๒๑}

รถยนต์นับเป็นปัจจัยสำคัญมากประการหนึ่งที่ทำให้ลักษณะสังคมเมืองของอเมริกา



^{๒๐} Goodman & Catell, *American in the Twentieth* p. 7

^{๒๑} *New York Times* (March 22, 1925) 3 : 3

เกิดการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวไปสู่ชุมชนรอบอาณาเขตของเมือง รถยนต์ช่วยให้เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนตลอดจนพนักงานโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องหาซื้อหรือเช่าบ้านและห้องพักที่มีราคาสูง ใกล้ที่ทำงานต่อไปความสะดวกสบายและความนิยมในการใช้รถยนต์ก่อให้เกิดการตัดถนนสายต่างๆ ไปยังเขตชานเมืองและชนบทโดยรอบ และทำให้ชุมชนที่พักอาศัยใหม่ขยายตัวตามไปอย่างรวดเร็ว^{๒๒} ในขณะเดียวกันรถยนต์ก็นำความเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวง ไปสู่ชีวิตของชาวไร่ชาวนาในเขตชนบทและช่วยปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายรวดเร็วทำให้ประชาชนในเขตชนบทได้รับข่าวสารจากหนังสือหรือไปรษณีย์ได้ทันเหตุการณ์ และสามารถเดินทางเข้ามาแสวงหาความรู้และความแปลกใหม่ของสังคมเมืองที่กำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็วได้โดยไม่ยาก นอกจากนี้ในยามเจ็บป่วยก็สามารถใช้เวลาเดินทางเพียงไม่กี่ชั่วโมงเพื่อรับการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลในเมืองซึ่งมีนายแพทย์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะโรคประจำอยู่ ส่วนหญิงมีครรภ์ก็สามารถเดินทางมาคลอดบุตรที่โรงพยาบาลได้โดยไม่ต้องเสี่ยงกับการคลอดตามธรรมชาติที่บ้านไรโดยปราศจากการดูแลอย่างดีของสูติแพทย์หรือเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย^{๒๓} เป็นต้น

นอกจากนี้รถยนต์ยังได้กลายเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะอย่างหนึ่งในสังคม และมีความสำคัญพอ ๆ กับบ้านพักอาศัยและรสนิยมการใช้ชีวิตในสังคม (style of living) ของผู้เป็นเจ้าของ ฟอน ดับบลิว. บอร์ดแมน (Fon W. Boardman) ได้เขียนเล่าไว้ใน **American and the Jazz Age**

การสำรวจของนักสังคมวิทยาในเมืองแห่งหนึ่งแถบภูมิภาคตะวันตกตอนกลางพบว่ามีการครอบครัวยานพาหนะจำนวนมากไม่มีอ่างอาบน้ำแต่มีรถยนต์ในครอบครอง และสตรีผู้หนึ่งยอมรับว่าเธอยินดีจะอดอาหารถ้าต้องตัดค่าใช้จ่ายน้ำมันเพื่อใช้เติมน้ำมันของครอบครัว ชายหนุ่มที่ไม่สามารถยืมรถของครอบครัวเพื่อพาหญิงสาว ไปเต้นรำได้ ก็จะกลายเป็นหนุ่มไร้คู่ไปในที่สุด ความจริงแล้ว

^{๒๒} Constance McLaughlin Green, *The Rise of Urban American* (N.Y. : Harper & Row, Publishers, 1965), p.p. 132-133.

^{๒๓} Ralph C. Epstein, *The Automobile Industry : Its Economics and Commercial Development* (Chicago : A.W. Shaw Company, 1928) p. 13.

รถยนต์ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง การนุ่งผ้าและการเกี่ยวพาราสีของหนุ่มสาว มากที่สุด ก่อนหน้านั้นเด็กหนุ่มสาวมัก ใช้เวลาคุยกันได้เป็นชั่วโมง ๆ ที่ระเบียง บ้านพัก แต่เดี๋ยวนี้รถยนต์เป็นระเบียบที่ติด ล้อไปแล้ว และพาพวกเขาไปยังสถานที่ที่ น่าตื่นเต้นไกลจากหูกาห่อแม่ พวกเขาไร้ ขาวนาเองก็ไม่ต้อง อยู่อย่าง สันโดษห่าง ไกลจากเมืองต่อไป สมาชิกทั้งหมดใน ครอบครัวสามารถพากันไปท่องเที่ยวในวัน หยุดตามสถานที่ต่าง ๆ ของประเทศได้ซึ่ง หากไม่มีรถยนต์แล้ว พวกเขาก็คงจะไม่มี โอกาสได้เห็นมันเลยตลอดชีวิต^{๒๔}

การขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ยังมีผลกระทบต่อชีวิตเศรษฐกิจและอาชีพ ของชาวอเมริกัน ด้วยจำนวนของรถยนต์ที่ ผลิตขึ้นอย่างมากมาจนกระทั่งใน ค.ศ. ๑๙๒๙ มีปริมาณทั้งสิ้นถึง ๑ ใน ๘ ของผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมทั้งหมดของประเทศ^{๒๕} อุตสาหกรรมรถยนต์จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้ อุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น เหล็ก ยาง น้ำมัน อุปกรณ์ทางไฟฟ้าและอื่น ๆ รวมทั้ง บริษัทประกันภัยขยายตัวและเฟื่องฟูไปด้วย

และผลกระทบที่เห็นได้อย่างเด่นชัดที่สุด ได้ แก่ การขยายพื้นที่คมนาคมและการจัดสร้าง ทางหลวงและถนนสายต่าง ๆ ระหว่าง ทศวรรษ ๑๙๒๐ รัฐบาลอเมริกาได้ตัดทาง หลวงและถนนรวมเป็นระยะทางนับหมื่น ๆ ไมล์เพื่อเชื่อมการเดินทางระหว่างมลรัฐต่าง ๆ และเมืองต่าง ๆ และต้องใช้งบประมาณโดย เฉลี่ยสองพันล้านเหรียญต่อปี^{๒๖} การตัดถนน ดังกล่าวนี้นำความเจริญจากเมืองหรือส่วน กลางไปสู่ส่วนภูมิภาค และทำให้เกิดชุมชน และสถานบริการต่าง ๆ เช่น ปั้มน้ำมัน อุ้ ซ่อมรถยนต์ ร้านอาหาร โรงแรมและอื่น ๆ ขึ้นเรียงรายกันสองข้างทางหลวงและถนนสาย ต่าง ๆ ซึ่งแต่เดิมเป็นเพียงเขตเกษตรกรรมที่ ห่างไกลจากความเจริญเท่านั้น การเปลี่ยน แปลงของลักษณะชุมชนใหม่นี้ได้ทำให้สถานที่ ดังกล่าวกลายเป็นศูนย์กลางของชีวิตสังคม และเศรษฐกิจของประชาชนในเขตชนบท แทนร้านจำหน่ายสินค้าที่เรียกว่า "Country store" ซึ่งเคยเป็นที่ชุมนุมพบปะสังสรรค์และ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างชาวบ้านทุกเพศ

^{๒๔} Boardman *American and the Jazz Age*, p. 39.

^{๒๕} Seltzer, *A Financial History of the American Automobile*, p. 153.

^{๒๖} Boardman, *American and the Jazz Age* p. 41.

ทุกวัยในระแวกนั้นและมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชาวอเมริกันมาเป็นเวลาช้านาน ให้หมดความสำคัญไป ปิมน้ำมันซึ่งบริการทางร้านอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าประเภทอื่นๆ ถ้วย (และอาจเปลี่ยนเป็นโรงเต็นท์ในวันสุดสัปดาห์) ได้เป็นสถานที่แห่งใหม่ที่เด็กหนุ่มมักริยมไปใช้เวลาว่างจับกลุ่มคุยกันและจับตาดูรถยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่แวะเข้าเติมน้ำมันหรือในบางครั้งก็ใช้เป็นสถานที่นัดพบหรือหาคู่จากเจ้าของรถยนต์หรือผู้โดยสารสาวที่เผอิญ (หรือจงใจ) ขับรถผ่านเข้ามา^{๒๗} อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของลักษณะชุมชนหรือความเจริญแบบใหม่นี้ก็ได้สร้างอาชีพใหม่ให้แก่ชาวอเมริกันเป็นจำนวนมาก เช่นอาชีพขับรถบรรทุกสินค้าระหว่างเขตเมืองกับชนบท ช่างซ่อมรถยนต์ พนักงานเติมน้ำมัน พนักงานร้านอาหาร พนักงานขายของ พนักงานโรงแรมและอื่นๆ ประมาณกันว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ได้ก่อให้เกิดอาชีพต่างๆ แก่ประชาชน

จำนวนถึงหนึ่งล้านคนโดยทางตรงและอีกสามล้านคนโดยทางอ้อม^{๒๘}

ในอีกแง่มุมหนึ่ง รถยนต์ก็มีส่วนสำคัญในการสร้างปัญหาให้แก่สังคมอเมริกันในยุคนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการก่ออาชญากรรมของวัยรุ่น (juvenile delinquency) จากการศึกษาของนักสังคมวิทยา โรเบิร์ต แอล. ลินด์ (Robert L. Lynd) และ เฮเลน เมอร์เรลล์ ลินด์ (Helen Murrell Lynd) ถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยของสังคมอเมริกันในทศวรรษ 1920 พบว่า รถยนต์เป็นอุปกรณ์ชนิดใหม่ที่สามารถให้อิสระเสรีภาพแก่วัยรุ่นในการหลบหลีกจากการควบคุมของพ่อแม่และพี่เลี้ยง ตลอดจนเสียงซุบซิบนินทาของเพื่อนบ้าน เด็กหนุ่มสาวดังกล่าวมักจะใช้รถยนต์ของครอบครัวเป็นพาหนะ (โดยไม่ได้รับอนุญาตจากพ่อแม่) ไปหาความสุขและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ในสถานที่ที่ห่างไกลจากบ้านเป็นระยะทางไกล ๆ ซึ่งทุกคนต่างเป็นคนแปลกหน้าที่สามารถทำอะไรได้ตาม

^{๒๗} Michael L. Berger, *The Devil Wagon in God's Country : The Automobile and Social Change in Rural America, 1893-1929* (Connecticut : Archon Books, 1979), pp. 109-114.

^{๒๘} Seltzer, *A Financial History of the American Automobile*, p. 165.

อำเภอใจโดยไม่ต้องระแวงต่อสายตาเพื่อนบ้านหรือพ่อแม่อีกต่อไป รถยนต์จึงกลายเป็นสื่อกลางที่สร้างปัญหาความขัดแย้งให้กับวัยรุ่นและพ่อแม่มากที่สุดอย่างหนึ่ง และในบางครั้งทำให้วัยรุ่นก่อคดีลักทรัพย์ด้วยความคึกคะนองโดยการขโมยรถยนต์ที่จอดทิ้งไว้ตามถนนไปเที่ยวเล่นกัน นอกจากนี้รถยนต์ชนิดหลังคาปิดหรือปิดมิดชิดก็ยังคงกลายเป็น “โรงแรมเคลื่อนที่” ที่สามารถพาเด็กหนุ่มสาวไปยังที่ลับตาและก่อเรื่องผิดศีลธรรมและอาชญากรรมทางเพศมากขึ้นด้วย ศาลเยาวชน ณ เมืองมิดเดิลทาวน์ (Middletown) ซึ่งมีประชากรประมาณ ๓,๐๐๐ คน ได้พิจารณาตัดสินคดีอาชญากรรมทางเพศของสตรีวัยรุ่น ๓๐ คน ใน ค.ศ. ๑๙๒๔ และพบว่า ๑๙ คนที่พัวพันกับคดีเป็นคดีที่เกิดขึ้นในรถยนต์ รถยนต์จึงถูกกล่าวหาว่าเป็น “ศัตรู” ของครอบครัวและสังคมไปในที่สุด^{๒๐}

ยิ่งไปกว่านั้น รถยนต์ยังเป็น “อาชญากร” ที่นำความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินอย่างมากของชาวอเมริกันในทศวรรษ

๑๙๒๐ ในค.ศ. ๑๙๒๒ มีรายงานอุบัติเหตุทางถนนประมาณ ๑๕,๐๐๐ ราย แต่หลังจากมีการปรับปรุงคุณภาพรถยนต์ให้ดีขึ้นและวิ่งได้เร็วขึ้นแต่มีราคาถูกลงแล้ว อุบัติเหตุทางถนนก็ขยายตัวอย่างรวดเร็วและรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ จนใน ค.ศ. ๑๙๓๐ มีอุบัติเหตุทางถนนรวมกันในประเทศไม่ต่ำกว่า ๓๒,๐๐๐ ราย^{๒๑}

กระนั้นรถยนต์ก็ยังคงเป็นที่นิยมของประชาชนทั่วไปในการใช้เป็นพาหนะเพื่อทำธุระและพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดประจำปีอื่น ๆ รถยนต์จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยเปิดโลกทรรศน์ของชาวอเมริกันให้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและสังคมอเมริกันให้เป็น “พรวาสนิยม” และทำให้ชาวอเมริกันใช้วันอาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุดพักผ่อน และวันประกอบกิจกรรมทางคริสต์ศาสนาไปพักผ่อนเที่ยวเตร่ เช่น ดูภาพยนตร์ เที่ยวงานแฟร์ ดูกีฬาและอื่น ๆ มากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยดังกล่าวนี้นจึงมีผลให้จำนวนสมาชิกที่เคยไปโบสถ์ใน

^{๒๐} Robert S. Lynd, Helen Murrell Lynd, *Middletown: A Study in Contemporary American Culture*. (N.Y. Harcourt Brace and Company, 1929) pp. 251-271.

^{๒๑} *Ibid.*, p. 258.

^{๒๒} Rae, *The American Automobile*, p. 95.

วันอาทิตย์ลดน้อยลงจนกระทั่งบาทหลวงผู้หนึ่งต้องเทศน์ขอร้องกันว่า “ถ้าท่านจะใช้รถยนต์ในวันอาทิตย์กัน ก็ขอให้ขับออกมาในตอนเช้าของวันอาทิตย์นั้นเลย แต่ขอให้นำเอาพวกเก็บตัว (ที่บ้าน) ติดมาโบสถ์กับโรงเรียนวันอาทิตย์ด้วย ในตอนบ่ายท่านก็สามารถจะเลือกออกไปสักการะพระผู้เป็นเจ้าของท่านกลางธรรมชาติที่สวยงามได้ แต่อย่าลืมสักการะพระองค์ข้างใน (โบสถ์) ด้วยก็แล้วกัน”^{๓๒}

แต่ความนิยมในการใช้รถยนต์ของชาวอเมริกันเพื่อนันทนาการก็จำเป็นต้องหยุดชะงักลงเมื่อเกิดภาวะวิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำอย่างฉับพลันอันเนื่องจากการล่มของตลาดสต็อกที่วอลล์สตรีทในเดือนตุลาคม ค.ศ. ๑๙๒๙ กระนั้นหนังสือ **Motor Age** ก็ยังคงมีความเชื่อมั่นว่ารถยนต์จะต้องเป็นสินค้าที่จำหน่ายได้ดีต่อไป เพราะรถยนต์ได้กลายเป็น

ส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมของชาวอเมริกันไปแล้ว **Motor Age** รายงานว่า:

....ประชาชน คงจะซื้อ รถยนต์ กัน ต่อ ไป เพราะได้เคยซื้อ ติดต่อกัน มาเป็นเวลาถึงหนึ่งในสี่ของศตวรรษแล้ว โดยไม่ปรากฏว่ามีช่วงของการซื้อตกต่ำเลย คนเหล่านี้เงินไม่เป็นแล้ว พวกเขาไม่ชอบรถยนต์เก่า และพวกเขาก็ยังไม่ได้หมดเนื้อหมดตัวอะไรกัน นักบริหารในวงธุรกิจเป็นพวกที่มองโลกในแง่ร้าย เพราะพวกนี้ “ขาดทุนกันจนสิ้นเนื้อประดาตัว ไปแล้วในตลาดการค้า” แต่จะเป็นการดีสำหรับพวกเขาถ้าจะหาเวลาสักเพียงวันออกไปพูดคุยกับชาวบ้าน และเขาก็จะรู้ว่าตลาดสต็อกไม่ใช่อเมริกาและชาวบ้าน โดยทั่วไปก็พร้อมที่จะทำให้ ค.ศ. ๑๙๓๐ นี้เป็นปีที่ทองได้^{๓๓}

อย่างไรก็ดี แม้ **Motor Age** จะประเมินวิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำใน ค.ศ. ๑๙๒๙ ผิดพลาดไป และชาวอเมริกันแทบ

^{๓๒} อ้างใน Lynd & Lynd, **Middletown**, p. 259.

ปัจจุบันนักประวัติศาสตร์และนักสังคมวิทยาไม่คิดว่ารถยนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่ทำให้จำนวนผู้ไปโบสถ์ลดน้อยลง การเปลี่ยนแปลงของสังคมและการใช้ชีวิตที่ซับซ้อนของชาวอเมริกันในทศวรรษ ๑๙๒๐ สามารถให้คำอธิบายที่ดีกว่า ในทางตรงกันข้ามรถยนต์ได้ช่วยชาวชนบทให้สามารถใช้เวลาน้อยลงในการเดินทางไปโบสถ์ในวันอาทิตย์แทนที่จะต้องใช้เวลาเดินไป-กลับกว่าครึ่งวัน แต่ก็ไม่มีใครสามารถปฏิเสธถึงอิทธิพลของรถยนต์ที่ทำให้ชาวอเมริกันใช้เวลาไปทำอย่างอื่นแทนที่จะไปโบสถ์กัน โปรดดู Berger, **The Devil Wagon in God's Country**, Chapter V “Religion”, pp. 127-145.

^{๓๓} อ้างใน James J. Flink, **The Car Culture** (Cambridge : The MIT Press, 1975), pp. 168-169.

ทุกคนที่ไม่ใช่แต่เฉพาะนักธุรกิจเท่านั้นที่ตกอยู่ในสภาพ “สิ้นเนื้อประดาตัว” แต่ในยามที่ประเทศชาติต้องประสบกับภาวะยากลำบาก ทั้งกล่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลายปี รดยนต์ก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชาวอเมริกัน จอห์น สไตน์เบ็ค (John Steinbeck) นักประพันธ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดคนหนึ่งของอเมริกา และเจ้าของรางวัลโนเบลสาขาวรรณคดีใน ค.ศ. ๑๙๖๒ ได้สะท้อนประสบการณ์และสภาพจำลองชีวิตของชาวอเมริกันในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในงานนวนิยายอมตะเรื่อง **The Grapes of Wrath** (ค.ศ. ๑๙๓๙)^{๓๔} ที่แสดงให้เห็นถึงชีวิตของพวกโอกี้ (Okies) หรือชาวไร่ชาวนาจำนวนนับพัน ๆ คนจากมลรัฐโอคลาโฮมาที่ใช้รดยนต์และรถบรรทุกเป็นกองคาราวานอพยพเพื่อแสวงหางานและที่ทำกินใหม่ในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย พาหนะเหล่านี้ได้เป็นทั้งเพื่อนที่ซื่อสัตย์และบ้านที่ควรให้ความอบอุ่นแก่ครอบครัวในยามทุกข์ยาก รดยนต์และรถบรรทุกกลายเป็นสถานที่สำหรับกินอยู่หลับนอนรวมทั้งเป็นที่ให้กำเนิดแก่สมาชิกใหม่ของครอบครัว ตลอดจนเป็นพาหนะที่พาพวกเขาให้ต่อสู้ต่อไปในวันข้างหน้า

เพื่อพบกับสายธารแห่งชีวิตสายใหม่ที่จะไหลต่อไปอย่างไม่มีวันเหือดแห้ง

ดังนั้นรดยนต์จึงไม่เป็นเพียงแค่วัตถุธรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ที่มีประโยชน์แค่ใช้สอยเท่านั้นแต่มันได้หลอมหล่ออย่างเหนียวแน่นเข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและวัฒนธรรมอเมริกัน ในคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ นี้ การขยายตัวของอุตสาหกรรมรดยนต์และการใช้รดยนต์ของชาวอเมริกันในทศวรรษ ๑๙๒๐ ได้ช่วยตีวงล้อให้ประวัติศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศหมุนเคลื่อนไปในระดับที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังทำให้ประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ได้ใกล้ชิดกันมากขึ้นและทำลายความรู้สึกถิ่นนิยมของชาวอเมริกันให้หมดสิ้นไปในเวลาต่อมา แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือรดยนต์ได้สร้างสหรัฐอเมริกาให้เป็น “ประเทศติวงล้อ” (The Nation on Wheel) ที่รดยนต์ไม่เพียงแต่อำนวยความสะดวกสบายและความเปลี่ยนแปลงอย่างเอนกประการมาสู่ชีวิตประจำวันของประชาชนเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างให้อเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่กว้างใหญ่ให้มีเอกภาพทางวัฒนธรรมนอกเหนือไปจากความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางด้านกายภาพอีกด้วย◎

^{๓๔} โปรดดู อนันต์ชัย เถาะพันธุ์, “The Grapes of Wrath กับความสำเร็จของจอห์น สไตน์เบ็ค” โลกหนังสือ ๖ (พฤษภาคม ๒๕๒๖) : ๓๒-๔๒.

บรรณานุกรม

- Berger, Michael L. **The Devil Wagon in God's Country: The Automobile and Social Change in Rural America, 1893-1929.** Connecticut : Archon Books, 1979.
- Boardman, Fon W.. **American and the Jazz Age: A History of the American Automobile.** Boston : Houghton Mifflin Company,
- Epstein, Ralph C.. **The Automobile Industry: Its Economics and Commercial Development.** Chicago : A.W. Shaw Company, 1928.
- Flink, James J.. **The Car Culture.** Cambridge : The MIT Press, 1975.
- Goodman, Paul and Catell, Frank O.. **American in the Twentieth: The Beginning of Contemporary America.** N.Y. : Holt, Rinehart and Wilson Inc., 1972.
- Green, Constance McLaughlin. **The Rise of Urban America.** N.Y. : Harper & Row, Publishers, 1965.
- King, Wilford Isbel. **The National Income and Its Purchasing Power.** N.Y. : National Bureau of Economic Research, 1930.
- . **The Wealth and Income of the People of the United States.** N.Y. : Johnson Reprint Corp., 1969.
- Lynd, Robert S. and Lynd, Helen Murrell. **Middletown: A Study in Contemporary American Culture.** N.Y. : Harcourt Brace and Company, 1929.
- Prothro, James. **Dollars Decade: Business Ideas in the 1920's.** Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1949.
- Rae, John B.. **American Automobile Manufacturers: The First Forty Years.** N.Y. : Chilton Company, 1959.
- . **American Automobile Manufacturers.** Chicago : The University Press, 1965.
- Seltzer, Lawrence H.. **A Financial History of the American Automobile.** Boston : Houghton Mifflin Company, 1928.
- Shannon, David A.. **Twentieth Century American: The United States since the 1890's.** Chicago : Rand MacNally & Company, 1963.
- Sloan, Jr., Alfred P.. **My Years with General Motors,** ed. John McDonald and Catherine Stevens. N.Y. : Doubleday & Company, Inc., 1964.
- Soule, George. **Prosperity Decade: From War to Depression 1917-1929.** N.Y. : Rinehart & Company, Inc., 1947.
- Sullivan, Mark. **Our Times,** vol 1. N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1926.
- New York Times.** March 22, 1925.
- อนันต์ชัย เลาหะพันธุ์. *The Grapes of Wrath* กับความสำเร็จของจอห์นสไตน์เบ็ค, " โลกหนังสือ
๖ : พฤษภาคม ๒๕๒๖.

อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ฉบับย้อนหลัง-ปัจจุบัน

ราคาพิเศษ

ปีที่ ๘ : ๑ (๒๕๒๘)	๒๐ บาท
ปีที่ ๘ : ๒ (๒๕๒๙) ฉบับ “๑๐๐ ปี นวนิยายไทย”	๒๐ บาท
ปีที่ ๙ : ๑ (๒๕๒๙) ฉบับ “ประวัติศาสตร์”	๒๐ บาท
ปีที่ ๙ : ๒ (๒๕๓๐) ฉบับ “ภาษาและวรรณกรรม”	๒๐ บาท
ปีที่ ๑๐ : ๑ (๒๕๓๐)	๒๐ บาท
ปีที่ ๑๐ : ๒ (๒๕๓๑) ฉบับ “๒๐ ปี คณะอักษรศาสตร์”	๒๐ บาท
ปีที่ ๑๑ : ๑ (๒๕๓๑)	๒๐ บาท
ปีที่ ๑๑ : ๒ (๒๕๓๑) ฉบับ “ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เอเชียตะวันออกเฉียงใต้”	๒๐ บาท
ปีที่ ๑๒ : ๑ (๒๕๓๒) ฉบับ “๒๐๐ ปี ปฏิวัติฝรั่งเศส”	๒๐ บาท

สั่งซื้อ และสมัครสมาชิก (ปีละ ๔๐ บาท) ที่

นางสาว พันทิพา ศรีพนผล

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

นครปฐม ๗๓๐๐๐ (ป.ณ. สยามจันทร์)

สนุกกับงานวิชาการ อ่าน

วารสาร อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ออกจำหน่ายปีการศึกษาละ ๒ ฉบับ

ในเดือน กันยายน และ มีนาคม

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขอเชิญประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง

“การอ่านทำนองร่ายกรองของสี่ภาค”

ระหว่างวันจันทร์ที่ ๑๔ - วันพุธที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๓๓

ณ ห้อง ๓๑๐๔ อาคารศูนย์รวม ๓ มหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ กรุงเทพฯ

หัวข้อการอภิปราย

ลักษณะ ประเภท คุณค่าและวิธีการอ่านร่ายกรองของ

ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้

การสาธิตและประชุมปฏิบัติการ

การอ่านร่ายกรองของภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้

สนใจสอบถามรายละเอียดได้ที่

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม ๗๓๐๐๐

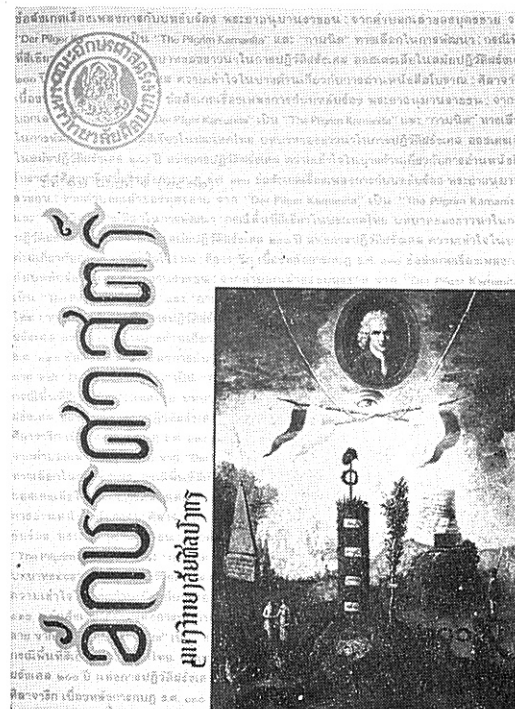
โทรศัพท์ (๐๓๔) ๒๕๕-๐๕๓



พิมพ์ที่ สักดิโสภารการพิมพ์ กรุงเทพฯ

โทร. 2220902, 2254699

อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (๒๕๓๒)

ความเข้าใจในบางด้านเกี่ยวกับการอ่านหนังสือโบราณ : ศิลาจารึก

เบื้องหลังการกบฏ ร.ศ. ๑๓๐

พระยานุমানราชชน : จากคำบอกเล่าของบุตรชาย

จาก "Der Pilger Kamanita" เป็น "The Pilgrim Kamanita" และ "กามนิต"

ข้อสังเกตเรื่องเพลงการกัณฑ์บทขบร้อง

ทางเลือกในการพัฒนา : กรณีพื้นที่สีเขียวในประเทศไทย

บทบาทของชาวนาในการปฏิวัติฝรั่งเศส

ออสเตรเลียในสมัยปฏิวัติฝรั่งเศส

๒๐๐ ปี แห่งการปฏิวัติฝรั่งเศส