

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยในยุคโลกาภิวัตน์

Changing Thai Culture and Identity in the Era of Globalization

นายพรชัย ปิ่นแก้ว¹

Mr.Ponchai Pinkaew

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยภายใต้บริบทของ
โลกาภิวัตน์ โดยมุ่งสำรวจแนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษาเชิงประจักษ์ เพื่อทำความเข้าใจพลวัตทางวัฒนธรรมที่
เกิดขึ้นในสังคมไทยร่วมสมัย บทความชี้ให้เห็นว่าโลกาภิวัตน์ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของทุนวัฒนธรรม เทคโนโลยี
และแนวคิดจากต่างประเทศเข้าสู่สังคมไทยอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผ่านกลไกของสื่อดิจิทัลและอุตสาหกรรม
บันเทิง ส่งผลให้วัฒนธรรมไทยต้องเผชิญกับทั้งโอกาสและความท้าทาย ในด้านหนึ่งโลกาภิวัตน์เปิดโอกาสให้เกิด
การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์อัตลักษณ์แบบใหม่ และการแสดงออกของกลุ่มเฉพาะในสังคม เช่น
เยาวชน ชาติพันธุ์ และกลุ่มความหลากหลายทางเพศ แต่อีกด้านหนึ่งก็ทำให้วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมหลาย
ประการถูกกลดทอนบทบาท หรือหลอมรวมจนสูญเสียรากเหง้าทางสังคมและจิตวิญญาณ การวิเคราะห์ภายใต้กรอบ
แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ที่เลื่อนไหล การผสมผสานทางวัฒนธรรม และอำนาจละมุนชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ไทยในยุคใหม่
ไม่ใช่สิ่งตายตัว หากเป็นกระบวนการที่ผู้คนสามารถต่อรอง เลือกรื้อ และแสดงออกในบริบทที่หลากหลาย
บทความเสนอว่า การจัดการทางวัฒนธรรมไทยในยุคโลกาภิวัตน์ควรเน้นแนวทางแบบพลวัตที่ให้คุณค่ากับความ
หลากหลายทางอัตลักษณ์ ส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ พัฒนานโยบายเชิงวัฒนธรรมที่สร้างสมดุลระหว่างการอ้างกับ
การปรับตัว ตลอดจนสร้างพื้นที่สำหรับการแสดงออกเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีส่วนร่วม เพื่อให้วัฒนธรรม
ไทยสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีชีวิตและยั่งยืนในสังคมโลกาภิวัตน์

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลง, วัฒนธรรม, อัตลักษณ์, ไทย, โลกาภิวัตน์

¹มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ วิทยาลัยน่าน; Uttaradit Rajabhat University, Nan College, Thailand

Corresponding author, e-mail: ponchaipinkaew@gmail.com, Tel. 087-28454719

Abstract

This article aims to analyze the transformation of Thai culture and identity within the context of globalization, through the application of conceptual frameworks, critical theories, and empirical case studies. It highlights how globalization—particularly via digital media and the entertainment industry—has facilitated the rapid influx of cultural capital, technology, and ideologies into Thai society. These influences have brought about both opportunities and challenges. On the one hand, globalization enables cross-cultural exchange, creative identity formation, and the emergence of expressive spaces for specific groups such as youth, ethnic minorities, and the LGBTQ+ community. On the other hand, it has led to the diminishing role of traditional Thai customs and the erosion of cultural roots through homogenization. Through the lens of fluid identity, cultural hybridity, and soft power, this study reveals that Thai identity in the modern era is not static, but rather a dynamic process involving negotiation, selection, and performance across diverse contexts. The paper argues that managing Thai culture under globalization requires a dynamic approach that values identity pluralism, fosters media literacy, and encourages culturally balanced policy development. It also recommends the promotion of inclusive cultural platforms that support participation and creative expression. These measures can ensure that Thai culture remains a living, adaptive, and sustainable force in an increasingly interconnected world.

Keywords: Changing, Culture, Identity, Thai, Globalization

1. บทนำ

ในยุคที่โลกาภิวัตน์กลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติของสังคมมนุษย์ วัฒนธรรมไทยซึ่งเคยมีความมั่นคงในกรอบประเพณีและอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้เผชิญกับการไหลบ่าของวัฒนธรรมข้ามพรมแดนอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน (Appadurai, 1996) ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตของคนไทยถูกท้าทายและแปรเปลี่ยนทั้งจากเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริโภควัฒนธรรมจากตะวันตกและตะวันออก ตลอดจนการสื่อสารไร้พรมแดนผ่านสื่อสังคม สถานะเช่นนี้ทำให้การพิจารณาถึง “อัตลักษณ์ไทย” กลายเป็นประเด็นที่ทั้งซับซ้อนและเร่งด่วนในการวิเคราะห์ถึงสถานะปัจจุบันและทิศทางในอนาคตของความเป็นไทย

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ไทยในบริบทโลกาภิวัตน์จึงมิได้เป็นเพียงการสำรวจความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเท่านั้น หากยังสะท้อนถึงพลวัตของสังคมไทยที่พยายามปรับตัวเพื่อธำรงความเป็นตัวตนท่ามกลางแรง

กระเพื่อมจากภายนอก(Hall, 1996) วาทกรรมเกี่ยวกับความเป็นไทยที่เคยถูกนิยามในกรอบรัฐชาติ ความจงรักภักดี หรือแบบแผนวัฒนธรรมประเพณี ถูกตั้งคำถามใหม่โดยเฉพาะจากคนรุ่นใหม่ในสังคมดิจิทัล(Thongchai Winichakul ,1994) ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ก่อให้เกิดทั้งโอกาสในการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ร่วมสมัย และความเสี่ยงต่อการหลอมรวมจนสูญเสียลักษณะเฉพาะตัวของวัฒนธรรมไทย ผลกระทบในแง่ลบของกระบวนการโลกาภิวัตน์ซึ่งถือเป็นพัฒนาการอีกกระบวนการหนึ่งของระบบทุนนิยมก็นำมาซึ่งการครอบงำทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศโลกตะวันตกผ่านการไหลบ่าของทุนข้ามชาติที่ได้เข้ามาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากกลุ่มประเทศที่ด้อยพัฒนาในรูปแบบที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นแนวคิดบริโภคนิยม วัตถุนิยม หรือการทำให้วัฒนธรรม ความเชื่อ หรือประเพณีกลายเป็นสินค้า(ณัฐพงศ์ รักงาม,2516)

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์ โดยเน้นการพิจารณาทั้งด้านแนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษาในสังคมร่วมสมัย อันจะช่วยให้เข้าใจพลวัตของวัฒนธรรมไทยที่มีได้หยุดนิ่ง แต่เคลื่อนไหวอยู่ระหว่างการธำรงรักษาและการปรับเปลี่ยน (Featherstone, 1995; Pieterse, 2004) บทความจะนำเสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์และโลกาภิวัตน์ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ตัวอย่างเชิงประจักษ์ ตลอดจนข้อเสนอเพื่อการจัดการทางวัฒนธรรมที่ตอบรับกับบริบทใหม่อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

2.แนวคิดและวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ได้ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “อัตลักษณ์ที่ลื่นไหล” (Fluid identity) ซึ่งเสนอว่าอัตลักษณ์มิใช่สิ่งตายตัว หากเป็นผลของกระบวนการทางสังคมที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง (Hall, 1996) ในทัศนะของสจิวต์ ฮอลล์(Stuart Hall) อัตลักษณ์เป็น “จุดเชื่อมโยงระหว่างการพูดถึงตัวตนกับโครงสร้างทางสังคมและประวัติศาสตร์” (Hall, 1990) ขณะที่วัฒนธรรมถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของการต่อรอง การสร้างความหมาย และการผลิตซ้ำ ซึ่งเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอภายใต้บริบทของอำนาจและอิทธิพลข้ามชาติ (Bhabha, 1994)

แนวคิดเรื่อง “โลกาภิวัตน์” เองก็มีพัฒนาการจากการเน้นมิติทางเศรษฐกิจ ไปสู่การพิจารณาด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ โดยอรุณ อับปาดูไร(Arjun Appadurai ,1996) เสนอกรอบวิเคราะห์ผ่านห้าแนวมิติ ได้แก่ ชาติพันธุ์วิทยา(Ethnoscapes) สื่อวิทยา(Mediascapes) เทคโนโลยีวิทยา(Technoscapes) การเงินวิทยา(Financescapes) และอุดมการณ์วิทยา (Ideoscapes) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโลกาภิวัตน์มิใช่เพียงการเคลื่อนที่ของสินค้าและบริการ แต่ยังรวมถึงการแพร่กระจายของภาพแทน ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่มีผลกระทบต่อการสร้างความเป็นตัวตนของบุคคลในแต่ละบริบท สถานการณ์เช่นนี้ส่งผลให้วัฒนธรรมกลายเป็นพื้นที่ของ “ความผสมผสาน” (Hybridity) ซึ่งโฮมี ภาภา(Homi Bhabha ,1994) มองว่าเป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่อยู่ระหว่างวัฒนธรรมเดิมกับวัฒนธรรมใหม่เท่านั้น หากยังเป็นจุดที่เกิดการต่อรองอำนาจและการนิยามความหมายใหม่อย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของไทยงานศึกษาหลายชิ้นชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านของอัตลักษณ์ไทยที่ไม่ได้เป็นเพียงผลจากการครอบงำทางวัฒนธรรมของตะวันตกเท่านั้น หากยังสะท้อนถึงพลวัตภายในของสังคมไทยเองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และพื้นที่ (Kasian, 2004; Reynolds, 2002) นักวิชาการไทยเช่น เกษียร เตชะพีระ ได้อภิปรายถึงความเปลี่ยนแปลงของวาทกรรม “ความเป็นไทย” ว่ามิใช่สิ่งบริสุทธิ์ดั้งเดิม แต่เป็นผลของกระบวนการสร้างและผลิตซ้ำโดยรัฐและกลไกทางอุดมการณ์ (Kasian, 2004) การเข้าใจอัตลักษณ์ไทยในยุคโลกาภิวัตน์จึงต้องตั้งอยู่บนฐานคิดแบบวิพากษ์ และพร้อมที่จะยอมรับความหลากหลาย แปรเปลี่ยน และพลวัตที่ดำรงอยู่ในชีวิตจริงของประชาชน

3. บริบทของโลกาภิวัตน์ที่มีผลต่อสังคมไทย

โลกาภิวัตน์ในศตวรรษที่ 21 มิได้เป็นเพียงการขยายตัวของตลาดเสรีและเทคโนโลยีการสื่อสาร แต่ยังหมายถึงการหลอมรวมของอิทธิพลทางวัฒนธรรม ความคิด และค่านิยมจากหลากหลายพื้นที่เข้าด้วยกันอย่างรวดเร็วและเข้มข้น (Giddens, 1999) สำหรับประเทศไทย การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา บวกกับการเติบโตของโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต ได้เร่งให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ที่แทรกซึมเข้าสู่ทุกระดับของสังคม ตั้งแต่ระดับมหภาค เช่น นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ ไปจนถึงระดับจุลภาค เช่น พฤติกรรมการบริโภค การสื่อสาร และการรับรู้โลกของประชาชนทั่วไป (Castells, 2000)

หนึ่งในกลไกสำคัญของโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้งคือ “สื่อดิจิทัล” ซึ่งทำให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมข้ามชาติเป็นไปอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (YouTube) และ ตี๊กต็อก (TikTok) ได้กลายเป็นพื้นที่กลางในการบริโภค สร้าง และแบ่งปันวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ๆ (Miller et al., 2016) คนไทยจำนวนมากโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ มีโอกาสเข้าถึงเนื้อหาจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ การเลียนแบบ และการปรับประยุกต์ในวิถีชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ภาษา อาหาร หรือแนวคิดเกี่ยวกับตัวตนและความสำเร็จ (Chadha & Kavoori, 2000)

อิทธิพลจากวัฒนธรรมข้ามชาติที่โดดเด่นในสังคมไทยปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่แค่ตะวันตก หากยังรวมถึงวัฒนธรรมจากเอเชียตะวันออก เช่น เกาหลีใต้และญี่ปุ่น ที่สามารถสร้างอิทธิพลอย่างลึกซึ้งผ่านกระบวนการมานาภาพ (Soft power) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบันเทิงและแฟชั่น (Joo, 2011; Otmazgin, 2014) ปรากฏการณ์เพลงป๊อปเกาหลี (Korean pop -K-pop) และ วัฒนธรรมญี่ปุ่น (J-culture) ได้รับความนิยมในหมู่เยาวชนไทยอย่างแพร่หลาย และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมและการนิยามตนเองใหม่ในรูปแบบที่ข้ามกรอบประเพณีเดิม ตัวอย่างเช่น การแต่งกายตามศิลปิน การเรียนรู้ภาษาเกาหลี การบริโภคสื่อบันเทิงแบบพฤติกรรมการดูซีรีส์หรือสื่อบันเทิงอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นเวลานานจนเสพติด (Binge-watching) และการรวมกลุ่มแฟนคลับออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสัญญาณของการเปิดพื้นที่วัฒนธรรมใหม่ในสังคมไทย

4. ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมไทย

การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมไทยในยุคโลกาภิวัตน์มีลักษณะเฉพาะที่ซับซ้อน ทั้งในด้านการคงอยู่ การปรับตัว และการเสื่อมถอยขององค์ประกอบดั้งเดิม โดยเฉพาะวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและพิธีกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น การกราบไหว้ผู้ใหญ่ การทำบุญตักบาตร หรือการถือศีลในวันสำคัญ เริ่มมีบทบาทลดลงในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบและให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมสมัยนิยมมากขึ้น (Mulder, 2000) การลดทอนบทบาทของพิธีกรรมเหล่านี้มิได้เกิดจากการต่อต้านโดยตรง หากเป็นผลของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและโครงสร้างครอบครัวที่แยกตัวจากชุมชนแบบดั้งเดิม รวมถึงการรับอิทธิพลจากค่านิยมแบบปัจเจกนิยมตะวันตก (Inglehart & Baker, 2000) โลกาภิวัตน์ด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับค่านิยมพื้นฐาน ด้านการประหยัดและอดออม ด้านการมีระเบียบวินัยและการเคารพกฎหมายและด้านความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ในระดับปานกลางและในทิศทางเดียวกัน ส่วนด้านการปฏิบัติตามคุณธรรมของศาสนา มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง โลกาภิวัตน์ด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับค่านิยมพื้นฐาน ด้านการพึ่งพาตนเอง ด้านการมีระเบียบวินัยและด้านการเคารพกฎหมาย การปฏิบัติตามคุณธรรมของศาสนาและความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ในระดับปานกลางและทิศทางเดียวกัน ส่วนด้านวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับค่านิยมพื้นฐาน ด้านความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ในระดับปานกลาง (สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2016)

ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมไทยก็ได้เกิดกระบวนการผสมผสาน (Hybridization) กับวัฒนธรรมต่างชาติอย่างชัดเจนในหลายมิติ ทั้งด้านอาหาร ดนตรี ศิลปะ และภาษา ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนความสามารถในการปรับตัวของวัฒนธรรมไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างความหมายใหม่ที่ผู้คนสามารถเลือกและผสมผสานสิ่งต่างๆ ได้ตามบริบทของตน (Canclini, 1995) ตัวอย่างเช่น อาหารฟิวชันที่นำวัตถุดิบไทยมาผสมกับเทคนิคการปรุงแบบตะวันตก หรือการฟังเพลงลูกทุ่งที่ผสมผสานจังหวะและการแต่งกายแบบเกาหลี สิ่งเหล่านี้แสดงถึงการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมจากความเป็น “ไทยแท้” ไปสู่รูปแบบใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ซ้อนทับ และความเป็นพลวัตของวัฒนธรรมร่วมสมัย (Tomlinson, 1999)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมไทยยังปรากฏชัดในระดับสัญลักษณ์ เช่น ภาษา การแต่งกาย และพฤติกรรมสาธารณะ ภาษาไทยปัจจุบันมีการรับคำจากภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลีเข้ามาใช้อย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนเมือง เช่น คำว่า “เฟรนด์ลี่”, “อินฟลูเอนเซอร์” หรือ “อปป้า” ซึ่งสะท้อนถึงการปรับเปลี่ยนระบบสื่อสารให้เชื่อมโยงกับโลกสากลมากขึ้น (Siriyuvasak, 2008) นอกจากนี้การแต่งกายที่ผสมผสานระหว่างแฟชั่นตะวันตกกับรสนิยมท้องถิ่น และการแสดงออกในพื้นที่สาธารณะที่เน้นการแสดงตน (Self-presentation) ในรูปแบบที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมออนไลน์ ล้วนเป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนผ่านจากวัฒนธรรมประเพณีสู่วัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างมีนัยสำคัญ (Miller, 2011)

6. อัตลักษณ์ไทยในบริบทใหม่

อัตลักษณ์ไทยในบริบทของโลกาภิวัตน์มิได้สลายไป หากแต่ได้แปรเปลี่ยนไปสู่รูปแบบใหม่ที่มีลักษณะหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้น การนิยามความเป็นไทยในยุคปัจจุบันจึงไม่อาจอิงกับกรอบค่านิยมที่รัฐเคยสร้างขึ้นในอดีตได้อย่างสมบูรณ์ เช่น คำขวัญ “ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์” ที่เคยเป็นแกนกลางของอัตลักษณ์ไทยกำลังถูกตั้งคำถามจากคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมากับระบบการสื่อสารไร้พรมแดน (Winichakul, 2008) อัตลักษณ์จึงกลายเป็นพื้นที่ของการต่อรองระหว่างความทรงจำร่วมทางประวัติศาสตร์กับประสบการณ์ปัจเจกในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่นิยามตัวเองผ่านการเลือกบริโภควัฒนธรรมและการแสดงออกในพื้นที่ดิจิทัล (Turkle, 2011)

ความหลากหลายของอัตลักษณ์ไทยในยุคโลกาภิวัตน์ปรากฏชัดในหลายมิติ ทั้งในเชิงภูมิภาค ชนชาติพันธุ์ อายุ และเพศสภาพ โดยเฉพาะการขยายพื้นที่การแสดงออกของอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ในภาคเหนือหรือภาคอีสาน ที่เริ่มกลับมาสำรวจและแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนผ่านงานศิลปะ ภาษา และพิธีกรรม (Thongchai, 2011) อีกทั้งกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ซึ่งเคยถูกกดทับทางสังคม ก็สามารถแสดงอัตลักษณ์อย่างเปิดเผยมากขึ้นผ่านโลกออนไลน์และวัฒนธรรมป๊อป สถานะนี้แสดงถึงการเปิดพื้นที่ต่อรองอัตลักษณ์ที่เคยถูกจำกัดไว้ภายใต้กรอบแบบเหมารวมของ “ความเป็นไทย” ให้มีความซับซ้อนและเป็นพลวัตมากยิ่งขึ้น (Connell & Messerschmidt, 2005)

ในโลกดิจิทัลอัตลักษณ์ไทยมิได้จำกัดอยู่เพียงในบริบทของชาติ แต่ยังถูกประกอบสร้างและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบที่หลากหลาย ผู้ใช้งานสื่อสังคมสามารถเลือกสื่อสารอัตลักษณ์ของตนได้ทั้งในฐานะ “คนไทย” และในฐานะ “พลเมืองโลก” ซึ่งสะท้อนการมีอยู่ของอัตลักษณ์ที่ทับซ้อนและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (boyd, 2014) ตัวอย่างเช่น การใช้แฮชแท็กภาษาอังกฤษร่วมกับภาษาไทยในการแสดงจุดยืนทางการเมือง หรือการผลิตคอนเทนต์ที่สะท้อนความเป็นไทยผ่านมุขตลก การทำอาหาร หรือการวิจารณ์วัฒนธรรมตะวันตก อัตลักษณ์ไทยในโลกดิจิทัลจึงมิได้เป็นเพียงผลของการถูกกลืน แต่ยังเป็นกระบวนการของการผลิต ความต้านทาน และการเจรจาเชิงสัญลักษณ์อย่างต่อเนื่อง (Poster, 2001)

โดยสรุปอัตลักษณ์ไทยในบริบทใหม่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์มีทั้งองค์ประกอบที่เป็น “ทุนทางวัฒนธรรมเชิงบวก” และ “แนวโน้มเสี่ยง” ที่ควรได้รับการคัดกรองอย่างรอบคอบ อัตลักษณ์ที่ควรส่งเสริม ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการปรับตัว การเปิดรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม การแสดงออกที่ยอมรับพหุอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์และเพศสภาพ ตลอดจนรูปแบบวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ผสานความคิดสร้างสรรค์กับคุณค่าท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านอำนาจละมุน เสริมความเป็นพลเมืองโลก และสร้างสังคมประชาธิปไตยที่เปิดกว้างมากขึ้น ในทางกลับกันอัตลักษณ์ที่ไม่ควรส่งเสริมคือรูปแบบที่ยึดติดกับภาพแทนแบบเหมารวม ลดทอนความหลากหลาย หรือยึดโยงอยู่กับค่านิยมที่ตก้าความไม่เท่าเทียม ทั้งยังรวมถึงอัตลักษณ์เชิงบริโภคนิยมที่รับจากวัฒนธรรมต่างชาติอย่างไม่มีวิพากษ์ ซึ่งอาจนำไปสู่การกลืนทับรากฐานทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและทำให้ความหมายของความเป็นไทยกลายเป็นเพียงสัญลักษณ์เชิงการตลาด การจำแนกทั้งสองมิติอย่างชัดเจนจึงมีความจำเป็นต่อการ

ทำความเข้าใจผลกระทบในหัวข้อถัดไป รวมถึงการกำหนดแนวทางจัดการวัฒนธรรมไทยให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและสร้างสรรค์ในระยะยาว

7.ผลกระทบและความท้าทาย

ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยไม่ได้มีเพียงด้านลบ หากยังเปิดโอกาสให้เกิดการปรับตัวเชิงสร้างสรรค์และการสร้างพลังทางวัฒนธรรมใหม่ๆ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมข้ามชาติทำให้คนไทยสามารถเข้าถึงความรู้ แนวคิด และวิถีชีวิตที่หลากหลาย อันเอื้อต่อการพัฒนาแนวคิดแบบเปิดกว้างและสำนึกพลเมืองโลก (Beck, 2000) นอกจากนี้ การผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่สะท้อนความเป็นไทยในรูปแบบใหม่ เช่น ละครไทยที่โด่งดังในต่างประเทศ หรือศิลปินไทยที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล ล้วนแสดงถึงศักยภาพของวัฒนธรรมไทยในการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในมิติใหม่ (Iwabuchi, 2002) จนก่อให้เกิดการต่อต้านโลกาภิวัตน์เกิดขึ้น ซึ่งคุณลักษณะของการต่อต้านที่เป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมนี้มีลักษณะที่แตกต่างจากอดีต โดยมีคุณลักษณะเด่น คือการเกิดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางทั่วโลกและรวดเร็วกว่าที่เคยเป็นมาเนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่สามารถสร้างเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวาง รวดเร็วประกอบกับคุณลักษณะบางประการของโลกาภิวัตน์เอง ทั้งนี้ข้อดีที่เด่นชัดของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือ การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนได้โดยง่าย การจัดความยุ่งยากและขัดความสิ้นเปลืองทรัพยากร แต่อย่างไรก็ตามการเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายของประชาชนอาจทำให้เกิดการขาดความรู้สึกร่วมถึงปัญหานั้นๆ อย่างแท้จริง(พรรณพิลาศ กุลติลก,2017)

อย่างไรก็ตามโลกาภิวัตน์ก็ได้ปราศจากผลกระทบเชิงลบต่อวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะความเสี่ยงของการหลอมรวมจนสูญเสียลักษณะเฉพาะของความเป็นไทยในบางมิติ การบริโภควัฒนธรรมตะวันตกอย่างไม่วิพากษ์ เช่น การยึดติดกับบริโภคนิยม วัตถุนิยม หรือมาตรฐานความงามแบบตะวันตกอาจนำไปสู่การบั่นทอนค่านิยมดั้งเดิมและทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่ผิวเผินหรือไม่มีรากฐาน (Barber, 1995) ยิ่งไปกว่านั้นการผลิตวัฒนธรรมเพื่อการตลาดที่มุ่งตอบสนองตลาดโลกอาจลดทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณและบริบทเฉพาะถิ่นของวัฒนธรรมไทยจนกลายเป็นเพียงสินค้าเชิงสัญลักษณ์ที่ถูก “บรรจุหีบห่อ” เพื่อการบริโภค (Ritzer, 2011) วัฒนธรรมโลกและเทคโนโลยีที่พัฒนาแบบก้าวกระโดดซึ่งเยาวชนไทยเปิดรับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอย่างเต็มที่ส่งผลให้ทัศนคติและค่านิยมของเยาวชนเปลี่ยนแปลงเป็นผลให้มรดกไทยถูกปรับเปลี่ยนไปตามกระแสนิยมเกิดพฤติกรรมไร้มารยาทแบบสุดโต่งระบอบไปทั่ว(สกลพร ขจรศิลป์,2022)

ความท้าทายสำคัญจึงอยู่ที่การรักษาคุณภาพระหว่างเปิดรับวัฒนธรรมโลกกับการธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างมีสติและวิจารณญาณ รัฐไทยและภาคสังคมควรมีบทบาทเชิงรุกในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและวัฒนธรรม พร้อมทั้งสนับสนุนการผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับบริบทไทย และสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก (UNESCO, 2009) นอกจากนี้การปลูกฝังความเข้าใจเรื่อง “อัตลักษณ์ที่ยืดหยุ่น”

(Negotiated identity) ซึ่งให้คุณค่ากับความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลง จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางวัฒนธรรมในระยะยาว (Sen, 2006) เพราะวัฒนธรรมที่สามารถปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่น คือวัฒนธรรมที่มีชีวิตและยั่งยืน

ในอีกด้านหนึ่งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ยังนำมาซึ่ง “ผลเชิงบวก” ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมไทยในระยะยาว ซึ่งมักถูกกล่าวถึงน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบด้านลบ ความเปิดกว้างต่อวัฒนธรรมต่างชาติช่วยขยายขอบเขตความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย ทำให้เกิดการผสมผสานองค์ความรู้ แนวคิด และรูปแบบศิลปะใหม่ๆ ที่ต่อยอดไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเสริมศักยภาพด้านอำนาจละมุนอย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันการที่ประชาชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสต่อรองอัตลักษณ์อย่างเสรีมากขึ้น ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และเพศสภาพ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างสังคมพลเมืองที่เปิดกว้างและมีวิจารณ์ญาณ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังเอื้อต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัล การเรียนรู้ข้ามพรมแดน และการมีส่วนร่วมทางสังคมในรูปแบบใหม่ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม เมื่อมองเช่นนี้ความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไม่เพียงเป็นความท้าทาย หากยังเป็นโอกาสสำคัญที่สามารถนำไปสู่การจัดการและการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยอย่างมีทิศทางในหัวข้อต่อไป โดยเฉพาะการสร้างสมดุลระหว่างความยืดหยุ่นทางอัตลักษณ์กับการธำรงคุณค่าที่เป็นรากฐานของสังคมไทยร่วมสมัย

8.แนวทางการจัดการและส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

การจัดการวัฒนธรรมไทยในบริบทโลกาภิวัตน์จำเป็นต้องอาศัยนโยบายที่มีวิสัยทัศน์แบบบูรณาการ โดยภาครัฐควรมีบทบาทหลักในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ไม่เพียงเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่ต้องส่งเสริมการพัฒนาและปรับประยุกต์วัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทสมัยใหม่ (Smith, 2006) ยุทธศาสตร์เหล่านี้ควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ไทยได้อย่างมีศักยภาพในระดับสากล ตัวอย่างของนโยบายดังกล่าวสามารถเห็นได้จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มุ่งเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับนวัตกรรมทางเศรษฐกิจ (Howkins, 2001)

นอกจากภาครัฐแล้ว สถาบันการศึกษาและภาคประชาสังคมก็มีบทบาทสำคัญในการธำรงและพัฒนาอัตลักษณ์ไทยในท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ สถาบันการศึกษาควรปรับหลักสูตรเพื่อให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมในเชิงวิพากษ์ ส่งเสริมการเข้าใจวัฒนธรรมในฐานะกระบวนการมีชีวิต และปลูกฝังทักษะการคิดเชิงระบบเกี่ยวกับอัตลักษณ์และพลวัตทางสังคม (Banks, 2006) ส่วนภาคประชาสังคมสามารถเป็นเวทีกลางในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม การแสดงออก และการต่อรองอัตลักษณ์ในลักษณะสร้างสรรค์และหลากหลาย โดยเฉพาะในระดับท้องถิ่นที่สามารถเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมกับพลังของคนรุ่นใหม่ได้อย่างยั่งยืน (Nederveen Pieterse, 2009)

สรุป

จากการวิเคราะห์ตลอดบทความนี้จะเห็นได้ว่า โลกาภิวัตน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยอย่างลึกซึ้ง ทั้งในแง่ของการเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การผลิตอัตลักษณ์ใหม่ที่หลากหลาย และการขยายพื้นที่แสดงออกของกลุ่มเฉพาะ ในขณะเดียวกันก็สร้างความท้าทายต่อการดำรงคุณค่าและรากฐานของวัฒนธรรมไทยดั้งเดิม การเข้าใจอัตลักษณ์ไทยในยุคปัจจุบันจึงต้องมองอย่างซับซ้อนและไม่ยึดติดกับนิยามคงที่ หากต้องเปิดรับแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในฐานะกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ในอนาคตการศึกษาและการจัดการวัฒนธรรมไทยควรตั้งอยู่บนแนวทางแบบพลวัต (Dynamic approach) ที่ให้คุณค่ากับความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับ การส่งเสริม อำนาจละมุน (Soft power) แบบไทยๆ ควรมุ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วในชุมชน ผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ เพื่อสร้างความน่าสนใจในเวทีโลก โดยไม่ละทิ้งรากเหง้าเชิงคุณค่าและจิตวิญญาณ ในบริบทเช่นนี้ วัฒนธรรมไทยจะไม่เพียงดำรงอยู่ในฐานะของมรดกที่ต้องปกป้องเท่านั้น หากยังเป็นทรัพยากรที่มีชีวิต และสามารถต่อเติม ต่อเติม และต่อยอดได้อย่างยั่งยืนในสังคมโลกาภิวัตน์

เอกสารอ้างอิง

- ขจรศิลป์ ส. (2022). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมมารยาทไทยของเยาวชน. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(4), 196–205. <https://doi.org/10.14456/issc.2022.38>
- ขุนทองจันทร์ ส. (2016). ความสัมพันธ์ระหว่างโลกาภิวัตน์กับค่านิยมพื้นฐานในสังคมไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 7(1), 160–185. สืบค้น จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/84934
- พรณพิลาศ กุลดิลก. (2560). การขับเคลื่อนสังคมผ่านสื่อใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 25(49), 59–77.
- รักงาม ณ. (2016). แนวคิดอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 5(2). สืบค้น จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/view/253070>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Banks, J. A. (2006). *Cultural diversity and education: Foundations, curriculum, and teaching* (5th ed.). Pearson.
- Barber, B. R. (1995). *Jihad vs. McWorld*. Times Books.
- Beck, U. (2000). *What is globalization?*. Polity Press.

- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.
- boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Canclini, N. G. (1995). *Hybrid cultures: Strategies for entering and leaving modernity*. University of Minnesota Press.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell.
- Chadha, K., & Kavoori, A. (2000). Media imperialism revisited: Some findings from the Asian case. *Media, Culture & Society*, 22(4), 415–432.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859.
- Featherstone, M. (1995). *Undoing culture: Globalization, postmodernism and identity*. SAGE Publications.
- Giddens, A. (1999). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Profile Books.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237). Lawrence & Wishart.
- Hall, S. (1996). *Questions of cultural identity*. SAGE Publications.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65(1), 19–51.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Duke University Press.
- Joo, J. (2011). Transnationalization of Korean popular culture and the rise of “pop nationalism” in Korea. *The Journal of Popular Culture*, 44(3), 489–504.
- Kasian, T. (2004). *Thai-style democracy: The monarchy and the people*. In *Southeast Asian Affairs* (pp. 223–238). ISEAS–Yusof Ishak Institute.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Polity Press.
- Miller, D., Madianou, M., & Rainie, L. (2016). *How the world changed social media*. UCL Press.
- Mulder, N. (2000). *Inside Thai society: Religion, everyday life, change*. Silkworm Books.
- Nederveen Pieterse, J. (2009). *Globalization and culture: Global mélange* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.

- Otmazgin, N. (2014). *Regionalizing culture: The political economy of Japanese popular culture in Asia*. University of Hawai'i Press.
- Poster, M. (2001). *What's the matter with the Internet?*. University of Minnesota Press.
- Reynolds, C. J. (2002). *National identity and its defenders: Thailand, 1939–1989*. Silkworm Books.
- Ritzer, G. (2011). *The McDonaldization of society* (6th ed.). SAGE Publications.
- Sen, A. (2006). *Identity and violence: The illusion of destiny*. W. W. Norton & Company.
- Siriyuvasak, U. (2008). Consuming modernity: The media, popular culture and the urban middle class in Thailand. In Y. Souchou (Ed.), *Remaking Asia Pacific studies* (pp. 135–150). Routledge.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Thongchai, W. (1994). *Siam mapped: A history of the geo-body of a nation*. University of Hawai'i Press.
- Thongchai, W. (2011). The “Thai-style democracy” and the politics of apoliticality. *Inter-Asia Cultural Studies*, 12(1), 14–24.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- UNESCO. (2009). *UNESCO World Report: Investing in cultural diversity and intercultural dialogue*. UNESCO Publishing.
- Winichakul, T. (2008). The quest for “Siwilai”: A geographical discourse of civilizational thinking in the late 19th and early 20th century Siam. *The Journal of Asian Studies*, 59(3), 528–549.