

# Facebook: พื้นที่สาธารณะออนไลน์ของ แรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย<sup>1</sup>

## Facebook: Online Public Space of Shan Migrants in Thailand

สมคิด แสงจันทร์

Mr. Somkid Saengchan

### บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้มีจุดประสงค์เพื่อทำความเข้าใจ “facebook” ในฐานะพื้นที่สาธารณะออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า พื้นที่ออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่ยังห่างไกลจากการเข้ามาควบคุมของอำนาจรัฐไทย พื้นที่นี้จึงกลายเป็นพื้นที่เปิดกว้างให้ชาวไทใหญ่หลากหลายกลุ่มเข้ามารวมใช้เชื่อมโยงกันจนเป็นชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่ เกิดกิจกรรมทางสังคมและความสัมพันธ์ทางสังคมที่หลากหลาย พวกเขาได้เข้ามารวมกันนิยามความเป็นไทใหญ่ที่ต่างจากนิยามของรัฐไทยและกลุ่มชนชั้นนำของไทใหญ่ อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นพื้นที่ห่างไกลจากการควบคุมของอำนาจรัฐไทย แต่สื่อสังคมออนไลน์ชนิดนี้ก็มีได้หลุดออกจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ที่คนต่างกลุ่มเข้ามาใช้พื้นที่ของสื่อชนิดนี้ในการควบคุมเนื้อหาและช่วงชิงการนิยามความเป็นไทใหญ่

**คำสำคัญ:** facebook, พื้นที่สาธารณะออนไลน์, แรงงานไทใหญ่

## Abstract

The aim of this paper is to understand “facebook” in term of the online public space of the Shan migrant workers in Thailand. The study finds that the Shan migrant worker’s online public space is not on the spotlight of Thai state power. Therefore, this space has become an open space for communicating among Shan society. Shan workers in Thailand are connected through facebook which in turn has become a sizeable online community. Several social activities and relationships are created via these online public space. Moreover, the ways in which they define themselves for what it means to be Shan on facebook are different from what Thai state and Shan elites have defined them.

Even though Shan migrant worker’s online public space is not space where Thai state exercises its full control and power, the study illustrates that new forms of power relations have emerged on facebook. Several groups of users have attempted to define and police what it meant to be Shan living in Thailand. Facebook has become contested space of Shan representations.

**Keywords:** facebook, online public space, Shan migrant

## บทนำ

การอพยพเข้ามาทำงานในประเทศไทยของแรงงานจากประเทศพม่าจำนวนมากอย่างต่อเนื่องกว่า 3 ทศวรรษ ข้อมูลของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าวประจำเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 พบว่าแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยนั้นมีประมาณ 1 ล้าน 5 แสนคน (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, 2559) ในจำนวนนั้นเป็นแรงงานอพยพจากประเทศพม่ากว่า 1 ล้านคน สาเหตุหลักของการอพยพเข้ามาทำงานนั้นมาจากปัจจัยหลักสองประการ ประการแรกคือปัจจัย

ผลักดันจากประเทศต้นทาง ได้แก่ สภาพการเมืองที่มีความขัดแย้ง นำไปสู่สถานการณ์การสู้รบระหว่างรัฐบาลทหารพม่ากับกองกำลังกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจในประเทศพม่าภายใต้การปกครองของรัฐบาลเผด็จการทหารที่ปกครองประเทศมาอย่างยาวนานหลายทศวรรษย่ำแย่ ประการที่สอง คือ ปัจจัยดึงดูดจากประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีภาวะเศรษฐกิจที่ดีกว่า อีกทั้งยังมีความต้องการนำเข้าแรงงานราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน และมีพรมแดนติดกับพม่ายาวถึง 2,401 กิโลเมตร ทำให้มีช่องทางในการอพยพเข้ามาได้หลายช่องทาง

การอพยพเข้ามาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องของแรงงานจากประเทศพม่าทำให้เกิดชุมชนแรงงานอพยพขึ้นมากมายในประเทศไทย แรงงานบางส่วนเข้ามาตั้งชุมชนบริเวณตะเข็บชายแดน และค่อย ๆ ขยายตัวเข้ามาเป็นแรงงานในเมืองใหญ่ ๆ มากขึ้น สิ่งก็ตามมาก็คือการเกิดขึ้นของชุมชนแรงงานในเขตเมือง เช่น ชุมชนในแคมป์ก่อสร้าง ชุมชนบริเวณที่มีแรงงานอพยพอาศัยอยู่หนาแน่น สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นของแรงงานข้ามชาตินี้ ทำให้เกิดการใช้ “พื้นที่สาธารณะ” หลากหลายรูปแบบร่วมกับคนในท้องถิ่น เช่น ตลาด เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการสร้างพื้นที่สาธารณะขึ้นมาซ้อนทับบนพื้นที่ของคนท้องถิ่น เพื่อทำกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมของตนเอง

ในบรรดาแรงงานอพยพจากประเทศพม่า นั้น ชาวไทใหญ่ กลุ่มชาติพันธุ์ส่วนใหญ่ที่มาจากรัฐฉาน ถือเป็นแรงงานกลุ่มใหญ่ที่อพยพเข้ามาอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างชุมชนและเครือข่ายทางสังคมได้อย่างกว้างขวาง เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรมในประเทศไทยตลอดทั้งปี เช่น ประเพณีปอยส่างลองหรือบวชลูกแก้ว งานวันออกพรรษา งานขึ้นปีใหม่ไทใหญ่ เป็นต้น อัมพร จิรัฐติกร (2558) ได้ศึกษาพื้นที่สาธารณะของแรงงานไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะการใช้พื้นที่ของแรงงานชาวไทใหญ่นั้น เป็นลักษณะของ “พื้นที่สาธารณะข้ามชาติ” เพราะแรงงานข้ามชาติเหล่านี้ มักจะสร้างพื้นที่สาธารณะของตนเองขึ้นมาซ้อนทับกับพื้นที่สาธารณะของเจ้าของบ้าน สิ่งที่เกิดตามมาก็คือการเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ที่ท้าทายกฎระเบียบของรัฐชาติ เป็นพื้นที่สาธารณะที่จินตนาการชุมชนไม่ผูกติดอยู่กับความเป็นชาติ แต่ตัดข้ามชาติและตัดเชื่อมท้องถิ่นทางไกลเข้าไว้

อัมพร จิรัฐติกร ได้จำแนกพื้นที่สาธารณะของแรงงานไทใหญ่ในเชียงใหม่ ออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) พื้นที่สาธารณะทางศาสนาและประเพณี เป็นพื้นที่สำคัญที่ชาวไทใหญ่ใช้เพื่อแสดงออกถึงตัวตน ผ่านพิธีกรรมทางศาสนาและประเพณี 2) พื้นที่สื่อสาธารณะ ได้แก่สื่อวิทยุรายการเสียงภาษาไทย ทั้งของรัฐ และของมูลนิธิ MAP (Migrant Assistance Program) 3) พื้นที่สาธารณะในชีวิตประจำวัน เป็นพื้นที่ที่ไม่แยกจากชุมชนท้องถิ่นที่พวกเขาอาศัย เช่น พื้นที่ตลาดนัดไทใหญ่ ชุมชนไทใหญ่ หลังวัดป่าเป้า และย่านคาราโอเกะของชาวไทใหญ่หลังตลาดคำเที่ยง เป็นต้น

หลายกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะของแรงงานไทใหญ่ ถูกส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยหน่วยงานท้องถิ่นของไทย เช่น ประเพณีปอยส่างลอง หรือบวชลูกแก้ว บางกิจกรรมสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับชุมชนได้ เช่น งานวันออกพรรษา งานปีใหม่ไทใหญ่ ทำให้ในแง่หนึ่ง รัฐไทยจึงอ่อนอ่อนผ่อนผันให้แรงงานไทใหญ่สามารถจัดกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะของไทยได้ แต่ชาวไทใหญ่เองก็ไม่สามารถใช้พื้นที่สาธารณะเหล่านั้นได้อย่างอิสระโดยปราศจากการควบคุมของรัฐไทย ในทางกลับกัน การจัดงานในแต่ละครั้งนั้นต้องผ่านการตรวจสอบและอนุญาตจากรัฐไทยก่อน อีกทั้งระหว่างการจัดงานเจ้าหน้าที่ของไทยยังเข้ามาควบคุมตรวจตราความเรียบร้อยเสมอ หลายครั้งผู้จัดงานชาวไทใหญ่จึงต้องอรองและช่วงชิงความหมายของการจัดงานในพื้นที่สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับสถาบันหลักของไทย ด้วยการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ไทย หลีกเลี่ยงการจัดงานที่จะกระทบถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยและพม่า เพื่อพวกเขาจะได้จัดกิจกรรมได้สะดวกยิ่งขึ้น

ในแง่หนึ่ง พื้นที่สาธารณะทางกายภาพของแรงงานไทใหญ่ จึงถูกควบคุมถึงสองชั้น ทั้งจากรัฐไทยและจากกลุ่มผู้จัดงานชาวไทใหญ่บางกลุ่มที่มีอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐและเป็นผู้มีอำนาจในการออกแบบกิจกรรมที่จะจัดในพื้นที่สาธารณะนั้น ๆ แต่ในอีกแง่หนึ่ง แม้พื้นที่สาธารณะทางกายภาพ จะมีส่วนช่วยให้ชาวไทใหญ่มีพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตนเอง พบปะพูดคุย ส่งต่ออุดมการณ์ทางการเมืองและสำนึกชาติพันธุ์ไปสู่แรงงานไทใหญ่ที่เข้ามาร่วมงาน แต่ความเป็นไทใหญ่ในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพก็ถูกควบคุมโดยอุดมการณ์ของรัฐไทยและรับใช้อุดมการณ์ชาตินิยมของไทใหญ่ไปพร้อม ๆ กัน พื้นที่สาธารณะ

เช่นนี้แทบจะไม่ได้เปิดโอกาสให้ความเป็นไทใหญ่แบบอื่น ๆ เข้ามาแสดงตัว หรือเปิดพื้นที่ให้คนไทใหญ่กลุ่มอื่น ๆ เข้ามาร่วมสร้างความเป็นไทใหญ่ได้เลย อีกทั้งในแง่ของชีวิตการเป็นแรงงาน พื้นที่สาธารณะทางกายภาพนั้นอาจจะยังไม่เพียงพอ เพราะปัญหาของการเป็นแรงงาน มักไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าร่วมในพื้นที่ได้ ตัวตนของชาวไทใหญ่แบบใหม่ ๆ ก็ไม่อาจแสดงตัวได้เต็มที่ในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพเหล่านี้

อย่างไรก็ตาม ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า พื้นที่การทำกิจกรรมทางสังคมของแรงงานไทใหญ่ขยายตัวจากพื้นที่สาธารณะทางกายภาพเข้าสู่พื้นที่ออนไลน์มากขึ้น เช่น เมื่อปี พ.ศ. 2557 มีปรากฏการณ์สาวเสิร์ฟร้านลาบชาวไทใหญ่<sup>2</sup> ถ่ายแบบลงในสื่อสังคมออนไลน์ facebook จนโด่งดังเป็นกระแสในสังคมไทยอยู่พักใหญ่ จนสาวเสิร์ฟร้านลาบชาวไทใหญ่ได้มีโอกาสเข้ามาทำงานในวงการบินแห่งของไทยอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็น net idol ของสาวไทใหญ่จำนวนมากที่หันมาเอาดีด้านการถ่ายแบบ ปรากฏการณ์ลักษณะนี้รวมถึงความเป็นไทใหญ่ในแบบที่นางแบบไทใหญ่คนนี้นำเสนอ ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพ ที่ถูกควบคุมด้วยอำนาจรัฐไทยและองค์กรไทใหญ่ผู้จัดงานได้เลย เนื่องจากไม่ได้เปิดพื้นที่ให้กลุ่มอื่น ๆ เข้ามาร่วม เป็นเพียงพื้นที่ของการจัดแสดงที่ถูกจัดฉากไว้แล้วเท่านั้น แต่พื้นที่สาธารณะออนไลน์กลับสามารถทำในสิ่งที่ชาวไทใหญ่ไม่สามารถทำได้ในพื้นที่ทางกายภาพที่ถูกควบคุมด้วยอำนาจรัฐไทย พื้นที่สาธารณะออนไลน์จึงเปิดโอกาสให้ความเป็นไทใหญ่หลาย ๆ แบบได้แสดงตัวออกมา เชื่อมโยงชาวไทใหญ่ทั้งในประเทศไทยและรัฐฉาน ประเทศพม่า รวมถึงประเทศอื่น ๆ เช่น อินเดีย ญี่ปุ่น เป็นต้น ให้รู้จักกันดี

บทความชิ้นนี้ต้องการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย โดยเฉพาะใน facebook ซึ่งเป็นพื้นที่ออนไลน์กระแสหลักที่ได้รับความนิยม เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการทำกิจกรรม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวได้สร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของแรงงานไทใหญ่อย่างไรบ้าง ตลอดจนจนถึงศึกษาถึงนิยามความเป็นสาธารณะของพื้นที่ออนไลน์นั้น

## สื่อออนไลน์กับพื้นที่สาธารณะ

เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) นักคิดคนสำคัญชาวเยอรมัน เสนอแนวคิดเรื่อง “พื้นที่สาธารณะ” (public sphere) ขึ้นในปี ค.ศ. 1962 เขาให้นิยามพื้นที่สาธารณะว่าเป็นพื้นที่ของชีวิตสังคมที่เปิดกว้างให้แก่ทุกคน เพื่อเข้ามาร่วมกันสร้าง “ความคิดเห็นสาธารณะ” ที่เชื่อมโยงสังคมกับรัฐ เป็นพื้นที่ที่ผู้คนในสังคมมาร่วมกันทำหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์ และควบคุมการทำงานของอำนาจรัฐ โดยปราศจากอำนาจใด ๆ เข้าครอบงำ วิธีคิดแบบอุดมคติเช่นนี้ทำให้พื้นที่สาธารณะของฮาเบอร์มาส ถูกวิพากษ์ว่าเป็นเพียง “พื้นที่สาธารณะของกระฎุมพี” (the bourgeois public sphere) เท่านั้น (Habermas, 1992 อ้างใน อัมพร จิรัฐติกร, 2558: 7) ฮาเบอร์มาสละเลยความหลากหลายของพื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการเมืองหรือการต่อต้านอำนาจรัฐเท่านั้น อาจจะเป็นเรื่องการค้า เรื่องเพศ เรื่องวัฒนธรรมก็ได้ ต่อมาภายหลัง ฮาเบอร์มาส ได้ออกมาเห็นด้วยกับข้อวิพากษ์ดังกล่าว และยอมรับว่า พื้นที่สาธารณะไม่ได้มีเพียงพื้นที่เดียว ยังมีพื้นที่สาธารณะอื่น ๆ ดำรงอยู่ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมของตนเอง หรือชนชั้นของตนเอง (subcultural or class-specific public sphere) และมีระบบการแลกเปลี่ยนสื่อสารของตนเอง มีวัฒนธรรมทางการเมืองและอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนยากจนในชนบท ชาวนา ชาวไร่ เป็นต้น (Habermas, 1992: 425, อ้างใน วราภรณ์ วนาพิทักษ์, 2554)

ในกรณีของ “สื่อ” ฮาเบอร์มาส มองว่าสื่อเป็นส่วนหนึ่งของความเป็น “สาธารณะ” (public) เช่นกัน เพราะเปิดโอกาสให้สาธารณชนเข้ามาถกเถียงโดยเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ แต่สื่อที่เป็นสาธารณะสำหรับเขาในยุคนั้น มีเพียงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยูและทีวี เท่านั้น ภายหลังฮาเบอร์มาสออกมากล่าวว่า สื่อเหล่านี้ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับการวิพากษ์วิจารณ์และสร้าง “ความคิดเห็นสาธารณะ” อีกต่อไปแล้ว เนื่องจากเขามองว่าสื่อเหล่านี้ต่างทำงานให้กับทุนนิยม และกลายเป็นเครื่องมือของภาครัฐในการควบคุมประชาชน ดังนั้นพื้นที่สื่อสาธารณะของฮาเบอร์มาสจึงไม่เกิดขึ้นอีกเลยหลังจากนั้น (Habermas, 1964, อ้างใน วราภรณ์ วนาพิทักษ์, 2554)

สำหรับสื่อสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์นั้น ไม่ได้รับการกล่าวถึงหรือยืนยันจากฮาเบอร์มาสว่าเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นสาธารณะหรือไม่ แต่ฮาเบอร์มาส (2006) ค่อนข้างเชื่อว่าสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตไม่สามารถเป็นพื้นที่ของการถกเถียงอย่างมีเหตุมีผลได้ เพราะข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตกระจัดกระจาย ไร้ทิศทาง ไร้ระบบ ไร้เสถียรภาพ จึงไม่รู้ว่าจุดศูนย์กลางทางความคิดอยู่ที่ไหน นอกจากนี้เขายังมองว่าอินเทอร์เน็ตอาจมีผลกระทบในการบ่อนทำลายวิธีคิดแบบปัญญาชนได้ (Habermas, 1992: 457, อ้างใน วราภรณ์ วนาพิทักษ์, 2554)

ในบทความนี้ผู้วิจัยเห็นต่างจากฮาเบอร์มาส ประการแรกผู้วิจัยไม่ได้มองสื่อออนไลน์ในฐานะที่เป็นเพียง “สื่อ” แต่มองมันในฐานะเป็น “พื้นที่” ซึ่งมีปฏิบัติการที่มากกว่าการส่งสารและรับสาร สามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างกิจกรรมทางสังคมได้อย่างหลากหลาย ไม่ใช่การสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารแบบหลายทาง ใครก็สามารถเข้ามาถกเถียงประเด็นสาธารณะนั้นได้ ลดระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารลง ประการที่สอง ผู้วิจัยมองว่าการนิยามความเป็น “สาธารณะ” ไม่สามารถจะนิยามโดยปราศจาก “อำนาจ” ได้อย่างเบ็ดเสร็จเหมือนอย่างที่ฮาเบอร์มาสเสนอ แต่ความเป็น “สาธารณะ” ในมิติที่ผู้วิจัยมองคือพื้นที่ที่เปิดกว้างให้อำนาจต่าง ๆ ได้ต่อรองกัน หมายความว่าในพื้นที่สาธารณะนั้นอาจมีเรื่องของความสัมพันธ์ทางอำนาจได้ แต่เป็นอำนาจที่ต่อรองกันได้ ไม่มีอำนาจผูกขาดเบ็ดเสร็จ ประการที่สาม พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ที่ไม่ถูกจำกัดด้วยเส้นพรมแดนของชาติ ข้อมูลข่าวสารสามารถเดินทางข้ามชาติได้อย่างรวดเร็ว ชาวไทใหญ่ในประเทศไทยสามารถรู้ข่าวที่เกิดขึ้นในรัฐฉานเมื่อไม่กี่นาทีก่อนหน้านี้ ในขณะที่ชาวไทใหญ่ในรัฐฉานเองก็สามารถรู้ข่าวคราวของชาวไทใหญ่ในประเทศไทยได้เหมือนกัน ดังนั้น สื่อออนไลน์อย่าง facebook ของแรงงานไทใหญ่ จึงสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะได้ เป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์ที่เปิดกว้างให้ชีวิตสังคมของแรงงานได้ถกเถียงปัญหาสาธารณะที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับการต่อต้านต่อรองอำนาจรัฐเท่านั้น เป็นพื้นที่ที่อำนาจต่าง ๆ สามารถเข้ามาต่อรองกันได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมองว่าพื้นที่สาธารณะออนไลน์เป็นพื้นที่เชื่อมต่อนำไปสู่กระบวนการรื้อข้ามพื้นที่และลากเส้นเขตแดนใหม่ (deterritorialization and reterritorialization) ของอัตลักษณ์ความเป็นไทใหญ่อยู่ตลอดเวลา

## แรงงานไทใหญ่กับพื้นที่สาธารณะออนไลน์

จากการเก็บข้อมูลแรงงานไทใหญ่ที่อพยพมาเป็นแรงงานในประเทศไทย ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557-2559) ผู้วิจัยพบว่า แรงงานไทใหญ่ในประเทศไทยเริ่มเข้าถึงอินเทอร์เน็ตราวปี พ.ศ. 2545 แต่ยังคงจำกัดเฉพาะในกลุ่มแรงงานรุ่นใหม่ที่จะอ่านเขียนภาษาไทยได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ปฏิบัติการในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่นั้นเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของคลื่นการอพยพเข้ามาในประเทศไทย นโยบายของรัฐบาลไทย การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศพม่า พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร และประเภทของสื่อออนไลน์ในแต่ละช่วง ก่อนเข้าถึงยุคของพื้นที่สาธารณะออนไลน์อย่าง facebook ซึ่งถือว่าเป็นยุคที่สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของการเป็นแรงงาน

ผู้วิจัยนำเสนอพลวัตของการเป็นแรงงานในประเทศไทยและพลวัตของการใช้พื้นที่ออนไลน์ในกลุ่มแรงงานไทใหญ่ไปพร้อม ๆ กัน แม้พลวัตของทั้งสองอย่างนั้นมีความคาบเกี่ยวและไม่ได้เป็นเนื้อเดียวกัน แต่เพื่อให้ประเด็นกระชับมากขึ้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอพลวัตของพื้นที่ออนไลน์เป็นหลักเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของแรงงานในมิติของพื้นที่ออนไลน์ที่แตกต่างจากพื้นที่ทางกายภาพในแต่ละช่วง

### พ.ศ. 2545-2552 การเริ่มต้นใช้สื่อออนไลน์ และปัญหาเรื่องสำนึกชาติพันธุ์ที่ต้องหลบซ่อนของแรงงานไทใหญ่

ช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 ต่อเนื่องถึงต้นทศวรรษที่ 2540 เป็นช่วงที่คลื่นแรงงานไทใหญ่เริ่มหลั่งไหลเข้าสู่พื้นที่เมืองใหญ่ ๆ ของไทย เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ นอกจากนี้ในทศวรรษนี้ยังเป็นยุคที่ทายาทของแรงงาน หรือทายาทรุ่นที่สองของแรงงานไทใหญ่เข้ามาสู่ระบบของการเป็นแรงงานมากขึ้น บางคนเกิดและเติบโตในพื้นที่ชายแดนของประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย



เมื่อจบชั้นประถมศึกษาปีที่หก สามารถอ่านเขียนภาษาไทยได้ในระดับหนึ่ง พวกเขาก็มักจะตัดสินใจออกมาทำงานในเมืองใหญ่ผ่านนายหน้าจัดหางาน และเริ่มมีแรงงานที่ทยอยอพยพเข้ามาใหม่ ส่วนมากเป็นแรงงานหนุ่มสาวที่เกิดและเติบโตมาในรัฐฉาน ที่มักจะอพยพเข้ามาในประเทศไทยเพื่อทำงานทำ โดยจะอาศัยอยู่ตามชุมชนไทใหญ่บริเวณชายแดนก่อนเพื่อเรียนภาษาไทย และรอโอกาสที่จะเข้ามาทำงานในตัวเมืองต่อไป

แรงงานที่เข้ามาทำงานในเมืองก็มักจะอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย ไม่ได้อยู่กันเป็นชุมชนใหญ่เหมือนชุมชนไทใหญ่บริเวณชายแดน ทำให้แรงงานบางคนต้องอยู่ตัวคนเดียวโดยไม่มีคนรู้จักอยู่ในกรุงเทพฯ มาก่อนเลย สภาพการณ์เช่นนี้ทำให้แรงงานส่วนหนึ่งรู้สึกแปลกแยก ชีวิตทางสังคมเสี่ยงต่อการถูกเอารัดเอาเปรียบ เนื่องจากไม่มีเพื่อน หรือเครือข่ายทางสังคมให้การช่วยเหลือ การเข้ามาของสื่อออนไลน์ในช่วงนี้จึงช่วยให้แรงงานไทใหญ่บางกลุ่มที่กระจัดกระจายอยู่ในเมืองใหญ่ ๆ สามารถติดต่อกับชาวไทใหญ่คนอื่น ๆ ที่เข้ามาทำงานเหมือนพวกเขาได้ รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของไทใหญ่ สื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในช่วงนี้ก็คือ hi5<sup>3</sup> เว็บไซต์ Shanmusic.com<sup>4</sup> และเว็บไซต์ต่าง ๆ ผู้วิจัยขอเสนอการใช้พื้นที่ออนไลน์ในช่วงนี้ผ่านเรื่องเล่าของแรงงาน 3 คน

### เรื่องเล่าของพี่แสงคำ

พี่แสงคำ (นามสมมติ) เป็นชาวไทใหญ่ที่เกิดและเติบโตในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2542 ในขณะที่เธออายุได้ 14 ปีเธอตัดสินใจออกจากหมู่บ้านเพื่อมาทำงานจากการชักชวนของนายหน้าซึ่งไปชักชวนเธอและเพื่อนของเธอมาจากอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเข้ามาทำงานในตัวเมืองเชียงใหม่ แต่มีเพียงเพื่อนของเธอเท่านั้นที่ได้งานในตัวเมืองเชียงใหม่ นายหน้าจึงเสนอให้เธอเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ โดยเสนอให้เธอขึ้นรถทัวร์มาลงที่ประตูน้ำ และบอกว่าจะมีคนมารับไปทำงาน เด็กหญิงแสงคำตอบตกลงเพราะอยากมีงานทำ เมื่อลงจากรถเด็กหญิงแสงคำรอตั้งแต่เช้าจนถึงสี่โมงเย็นแต่ไม่มีคนมารับเลย เธอจึงตัดสินใจ

เดินทางงานเองตามห้างร้านต่าง ๆ ทั่วทั้งซอยในบริเวณนั้น แต่ไม่มีใครรับเธอเข้าทำงาน เพราะเธอไม่มีวุฒิมัธยมศึกษาและไม่มีบัตรประจำตัวใด ๆ จนสุดท้ายเธอมาเจอร้านขายก๋วยเตี๋ยวแห่งหนึ่ง จึงเข้าไปสมัครงาน เธอเล่าว่า

“เขาถามพี่ว่า อยากได้เงินเดือนเท่าไร ด้วยความไร้เดียงสา พี่จึงตอบไปว่า อยากได้ 2,000 บาท เพราะมากที่สุดที่พี่เคยได้นั้นแค่ 1,500 บาท พี่คิดว่าขอแพงกว่าเดิมสัก 500 ก็พอ แต่นายจ้างให้พี่เดือนละ 3,000 บาท พี่ดีใจมากเลย แถมยังมีที่พักและอาหารให้กินอีกด้วย” (สัมภาษณ์พี่แสงคำ, 19 พฤศจิกายน 2557)

พี่แสงคำบอกว่าช่วงแรกของการมาอยู่ในกรุงเทพฯ นั้นสนุกมาก เธอไปเดินเที่ยวห้างทุกวัน แต่ก็รู้สึกเหงาเหมือนกัน เพราะไม่มีเพื่อนไม่รู้จักใคร ต่อมาปี พ.ศ. 2545 น้องสาวของเธอที่เวียงแหงเรียนจบ ป.6 แล้วจึงมาทำงานด้วยกัน แต่น้องสาวติดเล่นเกมที่ร้านกลับบ้านดึกทุกคืน วันหนึ่งพี่แสงคำไปตามเธอถึงที่ร้าน แต่ชั่วโมงเล่นเกมของน้องยังไม่หมด น้องของเธอจึงเปิดคอมพิวเตอร์อีกเครื่องให้เล่น โดยบอกว่าอยากรู้อะไรก็ให้พิมพ์ไปเลย

“ตอนนั้นเองที่พี่เริ่มอยากรู้ว่าคนได้<sup>5</sup> คนอื่นเขาทำอะไรกัน พอดีไปเจอหน้าเว็บหนึ่ง ที่พูดถึงสภาเพื่อการกอบกู้รัฐฉาน พี่สงสัยว่า มันมีจริงไหมคนที่ทำงานแบบนี้ พี่ก็เลยลองโทรไปตามเบอร์ที่เขาให้ไว้ ซึ่งก็ทำให้พี่ได้รู้จักกับพี่หนุ่ม (ปัจจุบันเป็นคนก่อตั้งชมรมตุ้มตันไตเพื่อทำงานอาสาช่วยเหลือชาวไทยใหญ่ทั้งในและนอกเมือง-ผู้วิจัย) ต่อมาพี่เริ่มเล่น hi5 เล่นเว็บบอร์ด Shanmusic.com จึงได้ติดต่อกับคนไทใหญ่ในกรุงเทพฯ มากขึ้น แต่เราคุยกันแค่นั้นในช่องทางสนทนาไม่เคยได้เห็นหน้าตากัน ไม่เคยได้เจอกันจริง ๆ พวกเราจึงตัดสินใจนัดเจอกัน พวกกันไปกินข้าว โดยเฉพาะหมูกระทะ เดือนแรกที่รู้จักเพื่อน ๆ นี้ ไปกินหมูกระทะกันตลอดเลย บางทีไปคราวละ 40 คน เต็มร้านไปหมด ตั้งแต่นั้นมาพี่ก็เริ่มทำกิจกรรมกับเพื่อน ๆ ในกรุงเทพฯ” (สัมภาษณ์พี่แสงคำ, 19 พฤศจิกายน 2557)

## เรื่องเล่าของหนุ่มกลางเคอ

หนุ่มกลางเคอ (นามสมมติ) เป็นชายหนุ่มเมืองกลางเคอในรัฐฉาน เขาเข้ามาประเทศไทยประมาณปี พ.ศ. 2545 โดยการบวชเป็นสามเณรแล้วเดินทางตามพระธุดงค์เข้ามาในประเทศไทย โดยไม่บอกให้พ่อแม่รู้ เขาใช้เวลาเดินทางหลายคืน อยู่ในป่า ผ่านจังหวัดแม่ฮ่องสอนและสุดท้ายก็ไปโผล่ที่จังหวัดตาก จึงอาศัยเรียนหนังสืออยู่กับพระที่จังหวัดตาก จนอายุ 17 ปี ก็ตัดสินใจสึกออกมาแล้วไปทำงานในกรุงเทพฯ เป็นพนักงานทำกรอบรูป ในช่วงเริ่มต้นของการใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพฯ นั้น หนุ่มกลางเคอไม่รู้จักใครเลย แต่เมื่อเขาได้มีโอกาสเล่นเว็บบอร์ด Shanmusic.com และ hi5 จากร้านอินเทอร์เน็ต เขาจึงเริ่มรู้จักคนไทยใหญ่ในกรุงเทพฯ มากขึ้น รวมถึงพี่แสงคำด้วย เขาเล่าว่าหลังจากที่เริ่มมีเพื่อนมากขึ้น ก็เริ่มรู้ว่าในกรุงเทพฯ มีชุมชนชาวไทยใหญ่อยู่ที่วัดใหม่สาธุประดิษฐ์<sup>6</sup> ที่นั้นมีสมาคมภาษาและวัฒนธรรมไทใหญ่เปิดการเรียนการสอนภาษาไทยใหญ่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และคอมพิวเตอร์ นอกจากนั้นยังมีการสอนศิลปวัฒนธรรมไทใหญ่ เช่น การรำ การฟ้อน เป็นต้น เขากับเพื่อน ๆ จึงตัดสินใจไปเป็นนักเรียนที่วัด และทำกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ร่วมกับวัดใหม่สาธุประดิษฐ์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

## เรื่องเล่าของกลุ่ม “สื่อแสงหนุ่ม”

กลุ่มสื่อแสงหนุ่ม (Youth Power Media) เป็นกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่รวมกลุ่มกันประมาณ 15-16 คน เริ่มต้นทำงานเคลื่อนไหวทางสังคมในปี พ.ศ. 2545 หนุ่มหมู่แจ้ (นามสมมติ) สมาชิกรุ่นบุกเบิกเล่าให้ฟังถึงสาเหตุของการตั้งกลุ่มขึ้นมาว่า

“สมัยนั้นพวกเราเป็นเด็กนักเรียนของ SSSNY<sup>7</sup> หลังจากจบมาแล้วก็แยกย้ายกันไปทำงานช่วงหนึ่งก่อนที่จะมาปรึกษากันว่า อยากรจะตั้งกลุ่มทำอะไรสักอย่างที่เป็นประโยชน์กับคนไทยใหญ่ เรามองว่า “พื้นที่สื่อ” สำหรับคนหนุ่มของไทยใหญ่นั้นยังมีน้อยมาก ส่วนมากเป็นข่าวการเมืองและสงคราม ไม่มีที่ว่างสำหรับคนหนุ่มไทยใหญ่

ในการแสดงความคิดเห็นประเด็นต่าง ๆ พวกเราจึงรวมตัวทำงานเกี่ยวกับสื่อ เริ่มจากการทำนิตยสาร “สื่อแสงหนุ่ม” และเว็บไซต์ [www.youthpowermedia.org](http://www.youthpowermedia.org) ขึ้นมา เพื่อเป็นช่องทางให้เรานำเสนอข่าวเกี่ยวกับหนุ่มใหญ่ เกี่ยวกับชีวิตการเป็นแรงงาน” (สัมภาษณ์หนุ่มหมู่แจ้, 5 ธันวาคม 2558)

จากตัวอย่างเรื่องเล่าของทั้งสามคน จะเห็นว่าแรงงานใหญ่ที่เริ่มทยอยออกจากหมู่บ้านตามชายแดนหรืออพยพเข้ามาใหม่ในช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 นั้นส่วนมากใช้ชีวิตอยู่กันอย่างกระจัดกระจายแปลกแยกจากวิถีชีวิตคนเมืองอย่างชัดเจน สื่อออนไลน์ อย่าง hi5 และเว็บบอร์ด Shanmusic กลายเป็นพื้นที่สื่อกลางที่เชื่อมโยงแรงงานหลาย ๆ คนให้รู้จักกัน โดยเฉพาะเว็บบอร์ด Shanmusic ซึ่งได้รับความนิยมอย่างยิ่งในช่วงนั้น เพราะนอกจากได้รู้จักคนใหญ่ด้วยกันแล้วยังสามารถพูดคุยกันได้ในช่วงสนทนาของหน้าเว็บไซต์ พร้อม ๆ กับการเปิดเพลงใหญ่ให้ฟังตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนั้นเว็บบอร์ดแห่งนี้ยังได้รวบรวมแหล่งข้อมูลความรู้เกี่ยวกับใหญ่ไว้ให้อ่านอีกมากมาย ทั้งประวัติศาสตร์ใหญ่ประวัติของผู้นำคนสำคัญ เป็นต้น จนสามารถพัฒนาจากสมาชิกเว็บบอร์ดที่ไม่เคยเห็นหน้ากันจริง ๆ สามารถนำไปสู่การรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนในชีวิตจริงได้สำเร็จ ดังเช่นกรณีของพี่คำแสงและหนุ่มกลางเคอ ที่ต่างคนต่างมาจากต่างถิ่นฐานนอกจากนั้นอินเทอร์เน็ตยังกลายเป็นแหล่งเรียนรู้และเครื่องมือในการทำกิจกรรมทางสังคมของบรรดาแรงงานรุ่นใหม่ที่ยากทำกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น กลุ่มสื่อแสงหนุ่มที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม พื้นที่ออนไลน์ในช่วงนี้ยังไม่แพร่หลาย มีเพียงชาวใหญ่จำนวนน้อยเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงได้ เนื่องจากแรงงานจำนวนมากอ่านเขียนภาษาไทยไม่ได้ เพราะช่วงนั้นภาษาในอินเทอร์เน็ตยังเป็นภาษาไทย นอกจากนี้ภาระงานของบางคนก็ทำให้ไม่มีโอกาสที่จะได้เล่นคอมพิวเตอร์ นอกจากนั้นเครื่องมือสื่อสารยังมีราคาแพง สื่ออินเทอร์เน็ตในช่วงทศวรรษที่ 2540 จึงถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มแรงงานที่อ่านภาษาไทยได้ มีโอกาสเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เท่านั้น การใช้อินเทอร์เน็ตในยุคนี้อาจยังไม่แพร่หลายมากนัก ชุมชนออนไลน์ของชาวใหญ่

จึงยังไม่กว้างขวาง จำกัดอยู่แต่ในเมืองใหญ่ ๆ ของไทย เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เป็นต้น แต่ก็เป็นที่จุดเริ่มต้นที่แรงงานไทใหญ่เริ่มรู้จักพื้นที่ออนไลน์และใช้ประโยชน์จากมัน

## สำนึกชาติพันธุ์ที่ต้องหลบซ่อน

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้พบว่า แรงงานไทใหญ่ที่อพยพเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ในช่วงทศวรรษที่ 2540 นั้น ต้องเผชิญกับสถานะที่ไม่กล้าเปิดเผยตัวว่าเป็นชาวไทใหญ่ เนื่องจากเป็นแรงงานผิดกฎหมาย มีสถานภาพเป็นเพียงผู้อพยพเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย จึงกลัวว่าจะถูกจับกุม และกลัวว่ากองกำลังไทใหญ่จะมาจับคนไปเป็นทหาร ดังที่หนุ่มกลางเคอเล่าให้ฟังว่า

“เมื่อก่อนเขาไม่นิยมใส่กันหรือกะซูดไต ผมจำได้ตอนผมไปงานปีใหม่ไทใหญ่ครั้งแรกที่วัดใหม่ฯ ที่กรุงเทพฯ คนใส่ซูดไทใหญ่ส่วนมากจะอยู่บนเวทีเท่านั้น ด้านล่างคนไทใหญ่ทั่วไปจะใส่ซูดธรรมดา ทั้ง ๆ ที่คนมาร่วมงานเยอะมากแต่เห็นชาวไทใหญ่ที่กล้าใส่ซูดได้น้อยมาก เขากลัวถูกจับ” (สัมภาษณ์หนุ่มกลางเคอ, 9 กรกฎาคม 2559)

ทางด้านกลุ่ม “สื่อแสงหนุ่ม” เองก็เจอกับสภาพความหวาดระแวงของแรงงานไทใหญ่ที่มีต่อคนไทใหญ่ด้วยกันเอง เมื่อปี พ.ศ. 2546 พวกเขาขยับจากการทำสื่อ มาเป็นการทำกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม เช่นการเปิดสอนคอมพิวเตอร์ และภาษาอังกฤษ ให้กับแรงงาน และเด็กที่อยู่ตามเต็นท์แรงงานก่อสร้าง โดยอาศัยวัดป่าเป้า และวัดกุ้เต้า สองวัดสำคัญใจกลางเมืองเชียงใหม่ ที่ถือว่าเป็นศูนย์รวมของแรงงานไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่เรียนหนุ่มหมู่แจ้เล่าให้ฟังว่า

“เวลาเราไปสอนหนังสือ คนอื่นมักจะคิดว่าเราเป็น “คึก” (เป็นทหาร) คนเลยไม่กล้ามาเรียนกับเรา เราต้องลงไปหาพวกเขาถึงในเดินท์แรงงาน แต่ก็เจอปัญหาอีก เวลาเราเข้าไป คนอื่นก็ยังคงคิดว่าเราเป็นคึก สมัยหนึ่งตอนที่เราจะไปแจก ผ้าห่ม จึงขอเก็บรายชื่อเด็ก ๆ ตอนจะไปเก็บ พ่อแม่เด็กก็บอกว่า อย่าให้เก็บชื่อนะกลัวจะเป็น “จากรางคึก” (ตารางจดชื่อไว้เป็นทหาร) เดี่ยวเขามาจับไปเราก็เลยได้รายชื่อนิดเดียว แต่พอตอนที่เราไปแจกคนก็แห่กันมาเอาผ้าห่มร้อยกว่า แสดงให้เห็นว่าคนยังกลัวเรื่องศึกสงครามอยู่ไม่ยอมเข้าไปยุ่ง พุดง่าย ๆ ก็คือ ชาวบ้านส่วนมากกลัวเรื่องการเมือง การศึกสงคราม ดังนั้นพอเราตั้ง “จุ่ม” (กลุ่ม) คนเขาก็เลยคิดว่าเราเป็นคึก” (สัมภาษณ์หนุ่มหมุ่มแจ้, 5 ธันวาคม 2558)

หนุ่มหมุ่มแจ้ ยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า จากการลงไปทำกิจกรรมในแคมป์ก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีกลุ่มคนที่อ้างว่าเป็นทหารแล้วไปหลอกหลวงชาวบ้าน เช่น มาขอเก็บเงินเพื่อจะช่วยเหลือชาวบ้านที่ทำงานอยู่ในแคมป์ก่อสร้างต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ พอได้เงินเสร็จแล้วก็หายไป บางส่วนก็เข้ามาชักชวนผู้หญิงออกไปทำงานบริการ ชาวบ้านบางส่วนจึงไม่สบายใจ นอกจากนั้นก็ยังมีกรหลอกว่าจะทำบัตรให้ แล้วก็เรียกเก็บเงิน บางคนเสียเป็นพัน บางคนเสียเป็นหมื่นจากนั้นก็หายไป

สาเหตุของการที่แรงงานไทใหญ่กลัวหรือหวาดระแวง “คึก” หรือทหารไทใหญ่ เกิดมาจากผลกระทบที่เกิดจากภารกิจกู้ชาติที่กินเวลานานหลายทศวรรษแต่ก็ไม่มีอะไรดีขึ้น ชาวไทใหญ่ยังถูกเอารัดเอาเปรียบจากรัฐบาลพม่าเหมือนเดิม และมีท่าทีที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงนโยบายบังคับคนให้มาเป็นทหารตั้งแต่เด็กโดยเฉพาะในยุครุ่งเรืองของขุนส่า (พ.ศ. 2536-2539) ทำให้พ่อแม่ต่างพยายามส่งลูกชายเข้ามาทำงานในเมืองไทยตั้งแต่เป็นเด็กวัยรุ่น หรือส่งไปบวช เพื่อหลบเลี่ยงการเป็นทหาร หลังจากขุนส่าประกาศวางอาวุธในปี พ.ศ. 2539 ชาวบ้านยังได้รับผลกระทบและขาดความเชื่อมั่นในกองทัพมากขึ้น โดยชาวบ้านในรัฐฉานภาคกลาง

และภาคใต้กว่า 1,400 หมู่บ้าน ทุกรัฐบาลทหารพม่าบังคับย้ายถิ่นฐานและถูกละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างหนัก ประเมินการว่ามีชาวไทใหญ่ต้องถูกโยกย้ายจากหมู่บ้านกว่า 300,000 คน และที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยกว่า 100,000 คน (SWAN, 2546) จากการสัมภาษณ์หนุ่มสาวไทใหญ่หลายคนที่อพยพมาในช่วงนี้พบว่าชาวไทใหญ่ส่วนหนึ่งจึงหมดศรัทธาในกองกำลังกู้ชาติของตน ไม่สนใจการกู้ชาติต่างคนต่างออกมาทำงานเพื่อหาเงิน แม้อีกกองกำลังของเจ้ายอดศึกที่ไม่ยอมวางอาวุธและประกาศตัวจะสานต่อภารกิจกู้ชาติต่อไป แต่ต้องใช้เวลาหลายปีกว่าจะมาตั้งฐานทัพบนดอยไตแลง และฟื้นฟูภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของกองทัพในสายตาชาวบ้าน ทำให้ช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 เป็นทศวรรษที่ชาวไทใหญ่ตกอยู่ในช่วงไร้ที่พึ่ง การอพยพเข้ามาทำงานในประเทศจึงเป็นหนทางที่จะทำให้พวกเขามีชีวิตอยู่รอดได้

ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 นโยบายแรงงานของรัฐบาลไทยยังมองผ่านแว่นของความมั่นคงของประเทศ มีการจำกัดพื้นที่ที่อนุญาตให้แรงงานทำงานได้ในบางจังหวัดเท่านั้น และจำกัดประเภทของงานที่แรงงานส่วนมากได้รับอนุญาตให้ทำงานประเภทเสี่ยงอันตราย ยกลำบาก เช่น งานในภาคก่อสร้าง ประมง และธุรกิจอาหารทะเล นอกจากนี้ในวาทกรรมของหน่วยงานรัฐมักจะถูกกล่าวถึงแรงงานข้ามชาติว่าเป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศ ทั้งในแง่การนำเชื้อโรคเข้าประเทศ เป็นภาระต่อสังคม และเป็นเหตุของการก่ออาชญากรรมในประเทศ รวมถึงการเข้ามาแย่งงานคนไทย (อัมพร จิรัฐติกร, 2558: 41-42)

การใช้แว่นความมั่นคงของประเทศในการมองแรงงานอพยพของรัฐบาลไทยในด้านหนึ่งย่อมส่งผลต่อวิถีชีวิตของพวกเขาในประเทศไทย การถูกมองว่าเป็นภาระหรือเป็นผู้ลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ทำให้แรงงานต่างพยายามปิดบัง หรือหลบซ่อนเพื่อหลบเลี่ยงเจ้าหน้าที่ของไทย กิจกรรมทางสังคมของแรงงานในช่วงนี้จึงไม่สามารถจัดในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทยได้อย่างเปิดเผย พื้นที่ออนไลน์จึงเป็นพื้นที่ทางเลือกหนึ่งที่เข้ามาทดแทนข้อจำกัดของการใช้พื้นที่สาธารณะ

## พ.ศ. 2552-2555 การขยายตัวของพื้นที่สาธารณะออนไลน์ และบริบทใหม่ของการเป็นแรงงาน

ประเทศไทยได้นำนโยบายการจัดการบริหารแรงงานต่างด้าวมาใช้อย่างเป็นระบบในปี พ.ศ. 2547 โดยมีเป้าหมายสำคัญคือต้องการให้มีการใช้แรงงานต่างด้าว โดยถูกกฎหมาย โดยทำข้อตกลงสัญญาความเข้าใจระหว่างประเทศ (MOU-Memorandum of Understanding) กับสามประเทศ คือ พม่า ลาว และกัมพูชา เป็นยุทธศาสตร์เพื่อปรับสถานะของแรงงานจากผู้เข้าเมืองผิดกฎหมาย ให้เป็นแรงงานถูกกฎหมาย เป็นการนำคนที่อยู่ในที่มีดอกมาสู่แสงสว่าง เพื่อให้รัฐจัดการได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตามการผลักดันให้ MOU เป็นผลในทางปฏิบัตินั้น ต้องรอถึงปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลไทยจึงได้เริ่มนโยบายการพิสูจน์สัญชาติ โดยกำหนดให้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติ ที่ทำงานอยู่ในประเทศไทยทุกคนต้องเข้าสู่กระบวนการพิสูจน์สัญชาติเพื่อเปลี่ยนสถานภาพจากผู้หลบหนีเข้าเมือง เป็นสถานภาพแรงงานที่ถูกกฎหมาย ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายเทียบเท่ากับแรงงานไทย (อัมพร จิรัฐติก, 2558: 44) ทำให้เป็นอีกช่วงหนึ่งที่มีแรงงานไทใหญ่อพยพเข้ามาทำงานในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

การเปลี่ยนแปลงนโยบายแรงงานดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อชีวิตความเป็นอยู่ของแรงงานข้ามชาติชาวไทใหญ่ ทำให้พวกเขาไม่ต้องอยู่อย่างหลบ ๆ ซ่อน ๆ การทำกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพของพวกเขาสามารถทำได้อย่างเปิดเผยมากขึ้น ช่วงนี้จึงถือว่าเป็นปีทองของการฟื้นฟูสำนึกทางด้านชาติพันธุ์ไทใหญ่ในประเทศไทย ไม่ใช่แค่กิจกรรมในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพเท่านั้น ภาพลักษณ์ของแรงงานไทใหญ่ยังได้รับความสนใจและถูกนำเสนอจากสื่อของไทยมากยิ่งขึ้น เช่น รายการสารคดี และสื่อออนไลน์อย่าง YouTube เป็นต้น นอกจากนี้แรงงานไทใหญ่บางกลุ่มยังเข้าไปมีพื้นที่ในสื่อทีวีของไทย หรือมีส่วนร่วมกับสื่อทีวีสาธารณะของไทย เช่น ในปี พ.ศ. 2552 กลุ่ม Shan Youth Power<sup>๑</sup> ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ช่วยมาทำวิดีโอข่าวเกี่ยวกับไทใหญ่ลงในเว็บไซต์ YouTube ในปีต่อมาจึงมีโอกาสร่วมงานกับช่อง Thai PBS ในการเป็น “นักข่าวพลเมือง” นำเสนอข่าวเกี่ยวกับชาวไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังตารางที่ผู้วิจัยนำมาแสดงด้านล่าง



**ตารางที่ 1** ข่าวและสารคดีที่กลุ่ม Shan Youth Power ผลิตให้ช่อง Thai PBS (เท่าที่สามารถรวบรวมได้)

ปี พ.ศ.	รายการ	เนื้อหา
2553	นักข่าวพลเมือง	รายงานข่าวการจัดคอนเสิร์ต “พี่น้องชาวไทยใหญ่รวมใจช่วยน้ำท่วม”
2553	นักข่าวพลเมือง	ความหวังของแรงงานเด็กไทใหญ่กับสถานการณ์ การเลือกตั้งในพม่า
2554	นักข่าวพลเมือง	แรงงานไทใหญ่กับการเลือกตั้ง
2554	นักข่าวพลเมือง	รายงานข่าวการจัดคอนเสิร์ต “พี่น้องชาวไทยใหญ่รวมใจช่วยน้ำท่วมครั้งที่ 2”
2554	นักข่าวพลเมือง	การเรียนรู้ภาษาไทยของแรงงานไทใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่
2554	เด็กมีเรื่อง	สารคดีบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับกลุ่ม Shan Youth Power
2555	นักข่าวพลเมือง	รายงานข่าวการจัดงานปีใหม่ไทใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่
2557	บ้านเราก็บ้านฉัน	สารคดี “การเดินทางของถั่วเน่า” บอกเล่าเรื่องราวของอาหารยอดนิยมของไทใหญ่

อย่างไรก็ตามดังที่กล่าวไว้แล้วว่า แม้รัฐไทยจะโอนอ่อนผ่อนผันให้แรงงานไทใหญ่สามารถจัดกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะของไทยได้ แต่ชาวไทยใหญ่เองก็ไม่สามารถใช้พื้นที่สาธารณะเหล่านั้นได้อย่างอิสระโดยปราศจากการควบคุมของรัฐไทย จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชาวไทยใหญ่ในช่วง 2-3 ปีมานี้ ผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพของไทใหญ่มักถูกควบคุมโดยรัฐไทยเพื่อตอบสนองต่อนโยบายในการจัดการและควบคุมแรงงาน รวมถึงนโยบายด้านความมั่นคง เช่น การตั้งด่านตรวจอย่างกวดขันในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมการขึ้นมาพูดบนเวทีของเจ้าหน้าที่เพื่อให้ระลึกถึงบุญคุณของแผ่นดินไทย และ

การพูดคุยช่วยรื้อในงานว่า หากก่อเหตุทะเลาะวิวาทกันจะส่งกลับประเทศพม่า เป็นต้น ในขณะที่กิจกรรมส่วนหนึ่งภายในงานก็ทำงานรับใช้อุดมการณ์ชาตินิยมของไทยใหญ่ไปด้วย เช่น การแสดงบนเวทีที่ต้องเน้นความเป็นไทยใหญ่แบบทางการ เช่น ต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าไทยใหญ่ รวมถึงการกำหนดลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่ต้องการ พื้นที่สาธารณะเช่นนี้แทบจะไม่ได้เปิดโอกาสให้ความเป็นไทยใหญ่แบบอื่น ๆ เข้ามาแสดงตัว หรือเปิดพื้นที่ให้คนไทยใหญ่กลุ่มอื่น ๆ เข้ามาร่วมสร้างความเป็นไทยใหญ่ได้เลย

แม้แต่กิจกรรมในพื้นที่สื่อสาธารณะของไทย เช่น ในรายการสารคดี ภาพลักษณ์ของพวกเขาที่ถูกควบคุมหรือกำหนดด้วย ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอพวกเขาในมุมมองของคนไทย แม้จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อสาธารณะบ้าง ซึ่งช่วยให้พวกเขาสามารถสื่อสารถึงปัญหาของพวกเขาออกไปได้ในวงกว้าง แต่ก็ไม่สามารถที่จะทำได้ทุกประเด็น สารคดีต่าง ๆ ที่ถูกผลิตโดยแรงงานไทยใหญ่นั้นมีเป้าหมายเพื่อสนทนากับคนไทย เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนไทยมากกว่าแรงงานไทยใหญ่เองจึงยังขาดพื้นที่สาธารณะที่จะสื่อสารกับคนไทยใหญ่ในวงกว้าง โดยเฉพาะระหว่างชาวไทยใหญ่ในเมืองไทยกับชาวไทยใหญ่ในรัฐฉานและที่อื่น ๆ ทั่วทุกมุมโลก พื้นที่สาธารณะทางกายภาพและพื้นที่สื่อสาธารณะของไทย จึงเป็นพื้นที่สาธารณะที่แรงงานไทยใหญ่สามารถเข้าไปใช้ได้อย่างจำกัด

## Facebook<sup>๑</sup>: พื้นที่สาธารณะออนไลน์แห่งใหม่ของแรงงานไทยใหญ่

ปัจจัยที่ทำให้ facebook กลายเป็นพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่ของแรงงานไทยใหญ่นั้นมีอย่างน้อย 3 ปัจจัยด้วยกันก็คือ หนึ่ง เครื่องมือสื่อสารมีราคาถูกลงเป็นทั้งโทรศัพท์และในขณะเดียวกันก็ใช้เล่นสื่อสังคมออนไลน์ได้ การแข่งขันด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้อัตราการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตถูกลงมากนั้นทำให้กลุ่มแรงงานสามารถเข้าถึงอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัยเหล่านี้ได้ สอง พัฒนาการด้านภาษาของไทยใหญ่ ปัญหาอย่างหนึ่งในการใช้สื่อออนไลน์ของชาวไทยใหญ่ก็คือภาษา เพราะในช่วงแรกภาษาไทยยังไม่สามารถใช้สื่อได้ในสื่อออนไลน์

แต่หลังจากปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมาเริ่มมีการพัฒนา font ภาษาไทใหญ่เพื่อให้อ่านได้ในสื่อออนไลน์ จนสำเร็จและถูกใช้อย่างแพร่หลายในช่วงปี 2556 และ สามแรงงานไทใหญ่รุ่นใหม่ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พื้นที่สื่อออนไลน์ของไทใหญ่ขยายตัว มีการสร้างหน้า (home page) ต่าง ๆ มากมายขึ้นมาบน facebook เพื่อนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ของไทใหญ่ ทั้งการเมือง วัฒนธรรม และการทำงาน นอกจากนี้ แรงงานรุ่นใหม่จำนวนมากยังเป็นแรงงานที่มีความรู้ด้านภาษา ทั้งภาษาพม่า ที่ได้เรียนจากโรงเรียนในพม่า รวมทั้งภาษาไทใหญ่และภาษาไทยที่ได้มาศึกษาเพิ่มเติมในประเทศไทย

จากการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์แรงงานไทใหญ่พบว่า แรงงานไทใหญ่เริ่มเล่น facebook ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2551 (พร้อม ๆ กับกระแสการเข้ามาของ facebook ในประเทศไทย) สาเหตุมาจากเครื่องมือสื่อสารมีราคาถูกลงที่พวกเขาจะซื้อหาได้ง่าย บางเครื่องราคา 2-3 พันบาทก็สามารถเล่นสื่อออนไลน์อย่าง facebook ได้ การเล่น facebook ของแรงงานไทใหญ่ในช่วงเริ่มต้นนั้นยังเป็นในลักษณะต่างคนต่างเล่น เครือข่ายยังมีไม่มาก ช่วงที่แรงงานไทใหญ่นิยมใช้ facebook กันมากขึ้นคือช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา ผู้วิจัยขอวิเคราะห์ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับสังคมไทใหญ่ในยุคของ facebook ออกเป็น 4 ประเด็นคือ 1) เครือข่ายชุมชนออนไลน์ 2) Tai pop culture 3) “บ้าน” ออนไลน์ 4) facebook live: ตัวตนที่ถ่ายทอดสด เพื่อแสดงให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะออนไลน์อย่าง facebook นั้นสร้างความเปลี่ยนแปลงและมีอิทธิพลต่อแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทยอย่างไรบ้าง

## เครือข่ายชุมชนออนไลน์

การเกิดขึ้นของ facebook ทำให้ชุมชนของแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่ชุมชนเชิงกายภาพที่ถูกควบคุมด้วยอำนาจของรัฐบาล เช่น หมู่บ้าน หรือชุมชนในแคมป์ก่อสร้างเท่านั้น แต่ facebook ยังเป็นพื้นที่ที่พวกเขาสามารถสร้างชุมชนเสมือนจริงขึ้นมาได้ผ่านการตั้งกลุ่ม (group) และตั้งแฟนเพจ

(fan page) ซึ่งเป็นลักษณะการรวมกลุ่มของคนที่มีใจเรื่องเดียวกันให้ติดตามข่าวสารของกลุ่มหรือแฟนเพจนั้น ๆ ซึ่งใครก็สามารถเข้าร่วมได้ มีการตั้งกระทู้เพื่อพูดคุยสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ผ่านช่อง comment หากถูกใจรูปภาพหรือหัวข้อในหน้านั้นก็สามารถแบ่งปัน (share) ไปให้เพื่อนคนอื่น ๆ ดูได้ ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเข้าถึงแรงงานไทใหญ่เร็วยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นชุมชนที่มีพลวัตอยู่ตลอดเวลา โดยมีกลุ่มคนหลากหลายที่เข้ามาร่วมสร้างชุมชนเสมือนนี้ขึ้นมา ทั้งกลุ่มองค์กรทางสังคมของไทใหญ่ หรือแม้แต่ชาวบ้านธรรมดาก็สามารถสร้างหน้า page ของตนเองขึ้นมาได้และนำเสนอสิ่งต่าง ๆ ในมุมมองของตนเองได้ เช่นกรณีของ หนุ่มกลางเคอ ที่ตั้งแฟนเพจชื่อ Tai Community Online เมื่อปี พ.ศ. 2553 เพื่อนำเสนอเรื่องราวของชาวไทใหญ่ เขาบอกว่า ช่วงแรกของการตั้งเพจนั้นมีผู้ติดตามเพียง 2 พันกว่าคนเท่านั้น จากการเฝ้าติดตามเพจนี้มาตลอด 2 ปี ผู้วิจัยเห็นจำนวนผู้ที่เข้ามาติดตามเพจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากที่ในปี พ.ศ. 2557 มีผู้ติดตามอยู่ทั้งสิ้น 19,047 คน (นับวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2557) ก้าวกระโดดมาเป็น 66,982 คนในปี พ.ศ. 2559 นี้ (นับเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2559) โดยหนุ่มกลางเคอบอกว่าร้อยละ 60 เป็นคนไทใหญ่และคนไทยในประเทศไทย อีกร้อยละ 30 เป็นคนไทใหญ่ในรัฐฉาน และอีกร้อยละ 10 เป็นชาวไทใหญ่ในต่างประเทศ เขาเล่าให้ฟังถึงประโยชน์ของการตั้งแฟนเพจขึ้นมาว่า

“สำหรับผมคิดว่าการเล่น facebook ของพวกเราทำให้เรารู้จักกันมากขึ้นว่าใครเป็นใคร เป็นไตที่ไหน ไตในเมืองไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย บางคนอยู่ซาอุฯ ก็มี คนไตทางเวียดนามก็มีเยอะ มันทำให้เราสามารถสื่อสารกันได้”(สัมภาษณ์ หนุ่มกลางเคอ, 9 กรกฎาคม 2559)

ทางด้านพี่แสงคำที่หันมาทำงานเพื่อสังคมไทใหญ่ก็กล่าวว่า

“ด้วยความที่เราเป็นคนไต ก่อนหน้านี้ทำแต่งงานไม่เคยออกงานสังคมอะไรเลย งานบุญงานแต่งไม่เคยไป แม้แต่ปัญหาคนอื่น ๆ ก็ไม่เคยรู้ แต่สำหรับพี่แล้วใช้สื่ออย่างเฟซบุ๊กช่วยเหลือสังคมมาหลายเรื่อง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้มากขึ้น ทั้งข่าวการเมือง

ข่าวการสู้รบ แม้กระทั่งคนที่อยู่เมืองไตเองก็ลงภาพกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมให้เห็นอยู่ตลอด สำหรับแรงงานที่อยู่ในเมืองไทยแล้วยังติดตามความเคลื่อนไหวชีวิตแรงงานด้วยกันเองได้ เข้าหากันง่ายขึ้นเมื่อมีปัญหาที่ต้องการความช่วยเหลือ ก็ช่วยเหลือกันได้ง่ายขึ้น พี่พากันเองได้ ไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากรัฐ” (สัมภาษณ์ พี่แสงคำ, 29 กรกฎาคม 2559)

ตารางที่ 2 public group และแฟนเพจของไทยใหญ่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน

ปีที่ก่อตั้ง	ชื่อ	ลักษณะ	ผู้ติดตาม	ประเทศที่ก่อตั้ง
2551	Shan and Other Burma Ethnic Human Rights	group	25,083	Thailand
2553	Youth Power Media	fan page	2,707	Thailand
	Shan Youth Power	fan page	541	Thailand
2554	Shan Women’s Action Network (SWAN)	fan page	2,116	Thailand
	Tai Community Online	fan page	66,982	Thailand
	รักเชียงใหม่	fan page	52,996	Thailand
	Shan Herald Agency for News (S.H.A.N)	fan page	10,935	Thailand
	Shan New Year 2011 (Singapore)	fan page	1,769	Singapore
	Shan New Year 2011 in Bangkok	events	152	Thailand
2555	Pnaglong (Shan)	fan page	14,913	Thailand
	Panglong (Burmese)	fan page	45,809	Thailand
	Panglong Video	fan page	30,325	Thailand
	สมาคมรักสาวไทใหญ่ สาวไทย Tai Girls	fan page	41,738	Thailand

ปีที่ก่อตั้ง	ชื่อ	ลักษณะ	ผู้ติดตาม	ประเทศที่ก่อตั้ง
2556	Shan Fashion	fan page	33,881	Yangon/ Myanmar
	Shan Models	fan page	68,579	Taunggyi/ Myanmar
	Love Shan Music	fan page	38,024	Thailand
	Shan State Government Office	fan page	20,510	Taunggyi/ Myanmar
	Shan Radio Online	fan page	18,226	Thailand
	Tai (Shan) TV News	group	5,772	Thailand
	Shan Unicode	group	18,884	Thailand
	Shan State Youth group	group	18,767	Shan State
	Tai Khamti Youth	fan page	1,834	Assam India
2557	Tai Community & Buddhism	fan page	3,847	India
	Tai Freedom-Shan Version	fan page	20,230	Thailand
	Tai Youth Network	fan page	4,097	Thailand
	Shan Culture	group	15,221	Thailand
	Tai TV Online	fan page	49,560	Thailand
	Toom ToanTai	fan page	4,313	Thailand
	Tai Youth Network Japan	fan page	2,456	Japan
2558	Shan News 2015	group	36,009	Shan State
	Shan Youth Network	fan page	7,993	Shan State
	Tai Like share 2015	fan page	6,319	Thailand
2559	Tai Sangha University Students' Association	fan page	595	Thailand

หมายเหตุ : ข้อมูลส่วนหนึ่งเท่าที่ผู้วิจัยสามารถค้นหาได้ จากการสำรวจวันที่ 28 กรกฎาคม 2559

ชุมชนออนไลน์ใน facebook ของแรงงานไทใหญ่เป็นพื้นที่สาธารณะที่กว้างกว่าชุมชนออนไลน์แบบเดิม ๆ ที่ชาวไทใหญ่ใช้เล่นมา ไม่ว่าจะเป็น hi5 หรือเว็บบอร์ดอย่าง Shanmusic เนื่องจากสื่อออนไลน์อย่าง facebook นั้นสามารถเล่นได้ในเครื่องมือสื่อสารอย่างโทรศัพท์มือถือ โดยการใช้ application ของ facebook สิ่งสำคัญที่ทำให้ชุมชนออนไลน์ของไทใหญ่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วก็คือการพัฒนารูปแบบตัวอักษรภาษาไทยใหญ่ ให้สามารถพิมพ์โต้ตอบกันได้ ใน facebook ช่วยเปิดโอกาสให้ภาษาไทใหญ่เข้าไปมีที่ทางใน facebook จากเดิมสื่อออนไลน์และเครื่องมือการสื่อสารยังจำกัดเฉพาะภาษาไทยและภาษาอังกฤษเท่านั้น ทำให้แรงงานไทใหญ่อีกจำนวนมากที่ไม่รู้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษไม่สามารถเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนออนไลน์ได้ อีกทั้งการที่พวกเขาต้องทำงานทำให้ไม่มีเวลาเรียนภาษาไทยเพิ่มเติม การพัฒนา application บน facebook ให้สามารถพิมพ์ตอบโต้เป็นภาษาไทใหญ่ได้จึงเปิดพื้นที่ให้แรงงานกลุ่มนี้เข้ามามีส่วนร่วมได้ และเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้แรงงานไทใหญ่หันมาเรียนภาษาไทยใหญ่เพิ่มมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าภาษาไทใหญ่ช่วยทำให้ชุมชนไทใหญ่ในพื้นที่ออนไลน์มีความเป็นเอกภาพเพิ่มมากขึ้น

## Tai Pop Culture

วุฒิชัย ฤทธิชัย (อ้างในพัฒนา กิตติอาษา, 2546: 49) ได้เสนอว่า เครื่องมือที่สำคัญที่สุดของการสร้างตัวตนในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม หรือ Pop culture นั้นประกอบด้วยกลวิธี 7 อย่าง ได้แก่ 1) การใช้คำขวัญ หรือ คำสั้น ๆ ที่จำง่ายซึ่งจะช่วยดึงดูดให้ผู้คนสนใจ 2) การตราหน้า การทำให้คนตัดสินใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยไม่ใช้เหตุผลประกอบ 3) การเหมารวม การทำให้คนเกิดความรู้สึกดีหรือประทับใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยปราศจากกรณีวิเคราะห์ ตรวจสอบ 4) การถ่ายโอนสัญลักษณ์ เป็นการนำสัญลักษณ์ของสิ่งที่น่าเชื่อถือ เป็นที่เคารพมาเพื่อถ่ายโอนลงสู่อีกสิ่งหนึ่ง 5) การแห่ตาม การกระตุ้นความรู้สึกอยากมีพวกพ้อง ความเห็นด้วย 6) ความดึงดูดทางเพศ (sex appeal) การกระตุ้นความรู้สึกทางเพศให้คนหันมาสนใจ 7) เสียงดนตรี การนำเพลงประกอบ ทำให้รู้สึกคล้อยตาม และจดจำได้ง่าย หากพิจารณาตามหลักเกณฑ์นี้ Tai pop culture นั้นเกิดขึ้นได้ยาก

ในพื้นที่ทางกายภาพทั่วไป เพราะถูกกำกับควบคุมโดยรัฐไทย และองค์กรไทใหญ่ ผู้จัดงาน จำเป็นต้องอาศัยสื่อที่จะนำสารเหล่านี้ไปสู่คนจำนวนมาก ซึ่ง facebook ถือว่าเป็นสื่อที่ง่ายต่อการเกิดกระแสวัฒนธรรมนิยมมากที่สุด เพราะการสร้างกระแสจะเข้าถึงคนได้ง่าย ในจำนวนที่มากกว่าสื่ออื่น ๆ

กระแส Tai pop culture ในพื้นที่ออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่นั้น เริ่มมาจากการโพสต์รูปภาพบ้านเมืองที่สวยงามของรัฐฉาน มิวสิควิดีโอเพลงไทใหญ่ที่มีภาพสาวไทใหญ่ประกอบ และรูปภาพหนุ่มสาวไทใหญ่ในชุดไทใหญ่ เป็นต้น โดยมีข้อความเป็นคำขวัญสั้น ๆ ในการบรรยายรูป เช่น “เมืองไตของเขาอย่างหลิ” (เมืองไตของเราสวยงาม), “ความไตหลิถ่อม” (เพลงไตน่าฟัง) “สาวไตอย่างหลิ” (สาวไตสวยงาม) เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เน้นการสร้างความรู้สึกร่วมมากกว่า การให้ข้อมูลหรือเหตุผล จึงทำให้เกิดกระแสได้ง่าย เพียงแบ่งปันต่อ ๆ กันไป ในพื้นที่ออนไลน์ก็ขยายความรู้สึกร่วมนั้นไปในชุมชนออนไลน์ของไทใหญ่ อื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก เพจต่าง ๆ ของไทใหญ่ในช่วงแรกจึงนิยมลงรูปภาพ เพลง และผู้หญิงไทใหญ่หน้าตาสวยงาม เพื่อดึงดูดให้คนมาสนใจ เช่น เพจ สมาคมรักสาวไทใหญ่ สาวไตย Tai Girls, Love Shan Music, Shan Models ซึ่งทำให้อดคนใดคนเผลอหลงเหลือนี้สูงกว่าเพจอื่น ๆ ของไทใหญ่อย่างเห็นได้ชัด

การที่ facebook ของแรงงานไทใหญ่ยังเป็นพื้นที่สาธารณะที่ไม่ได้ถูกควบคุมตรวจสอบจากภาครัฐ และไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้การจัดการขององค์กรไทใหญ่ต่าง ๆ ทำให้เกิดการนำเสนอความเป็นไทใหญ่ เนื้อหาสาระ และกิจกรรมใหม่ขึ้นมา เช่น เมื่อปี พ.ศ. 2557 หน้าเพจ Tai Community Online ได้จัดให้มีการส่งคลิปประกวดร้องเพลง โดยต้องเป็นเพลงของครูจายมู อดีตนักร้องชื่อดังของไทใหญ่ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในครั้งนั้นมีคนไทใหญ่จำนวนมากส่งคลิปเพลงเข้าไปประกวด

กระแส Tai pop culture ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มแรงงานไทใหญ่มากที่สุด ก็คือการใส่ชุดไต ซึ่งมาจากการรณรงค์ขององค์กรไทใหญ่ที่ประชาสัมพันธ์ให้ชาวไทใหญ่ใส่ชุดไทใหญ่มาร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น และกระแสที่มาจากสื่อไทย กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2555 รายการ ก(ล)างเมือง ทางช่อง Thai PBS ได้ถ่ายสารคดี



ชื่อตอน “โลกโหม่หมายป้างโหลง” โดยสารคดีบอกเล่าเกี่ยวกับชีวิตของแรงงานไทใหญ่รุ่นใหม่ในกรุงเทพฯ ที่วัดใหม่สารูปประดิษฐ์ และกิจกรรมอนุรักษ์ภาษาและวัฒนธรรมของพวกเขา ภาพของหนุ่มสาวไทใหญ่ที่ใส่ชุดไทใหญ่ออกรายการทีวี ถูกแชร์และส่งต่อกันในพื้นที่ออนไลน์ หนุ่มกลางเคอ ซึ่งเป็นหนึ่งคนที่รายการไปติดตามชีวิตเล่าให้ฟังถึงผลการตอบรับจากการออกทีวีครั้งนั้นว่า

“พอน้อง ๆ หลายคนได้ออกสื่อ ก็มีคนรู้จักมีคนติดตามพวกเขา เยอะขึ้นจนหลายคนกลายเป็น net idol ของคนไทใหญ่ ใน facebook บางคนมีผู้ติดตามใน facebook เกือบสองหมื่น โดยเฉพาะน้อง ๆ ที่ร่วมออกรายการในคราวนั้น” (สัมภาษณ์หนุ่มกลางเคอ, 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2559)

อีกเหตุการณ์หนึ่งที่ทำให้กระแสการใส่ชุดไทใหญ่กลายมาเป็น Tai pop culture ในหมู่แรงงานรุ่นใหม่ก็คือ ในปี พ.ศ. 2557 เกิดกระแสสาวเสิร์ฟร้านลาบชาวไทใหญ่ ที่โด่งดังเป็นนางแบบ ได้ถ่ายโฆษณา และแสดงภาพยนตร์ในประเทศไทย<sup>10</sup> ชุมชนออนไลน์ของไทใหญ่แทบทุกเพจต่างพร้อมใจกันลงรูปนางแบบสาวไทใหญ่ พร้อมกับข้อความชื่นชมเป็นจำนวนมากเช่นว่า “สาวไทใหญ่สวยไม่แพ้สาวชาติใดในโลก” จนเกิดกระแสนางแบบไทใหญ่ขึ้นในกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง facebook จนเริ่มมีกระแสการผลักดันให้เธอกลายเป็นตัวแทนของคนไทใหญ่ เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทใหญ่ ทำให้เธอกลายมาเป็นขวัญใจของคนไทใหญ่เพียงชั่วข้ามคืน เว็บไซต์ต่าง ๆ ของไทใหญ่ ต่างลงข่าวเธอในเชิงชื่นชม กระแสนางแบบไทใหญ่ส่งผลให้เกิดกระแสการใส่ชุดไทใหญ่มากขึ้นในหมู่แรงงานไทใหญ่

สิ่งหนึ่งที่ช่วยยืนยันถึงการเกิดขึ้นของกระแสการใส่ชุดไตก็คือการเกิดขึ้นของธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า และของที่ระลึกเกี่ยวกับไทใหญ่ จากการที่ผู้วิจัยได้ไปร่วมงานประเพณีปอยส่างลอง งานปีใหม่ไทใหญ่ งานวันชาติไทใหญ่ที่ดอยไตแลง ซึ่งเป็นศูนย์บัญชาการของกองกำลัง SSA-S (Shan State Army-South) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 นั้น พบว่าสินค้าที่ขายดีในงานคือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชาวไทใหญ่ เช่น ชุดไทใหญ่ เสื้อยืดที่พิมพ์ข้อความเป็นภาษาไทใหญ่

หรือรูปแบบที่รัฐฉาน ร้านถ่ายรูปชุดไทใหญ่ ธุรกิจการขายสินค้าเกี่ยวกับอัตลักษณ์ "ไทใหญ่" ได้รับความสนใจจนทำให้แรงงานไทใหญ่บางคนถึงกับลาออกจากงานรับจ้าง เพื่อมาประกอบอาชีพขายสินค้าเหล่านี้ นอกจากนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2557 ผู้วิจัยยังได้มีโอกาสไปร่วมงานปีใหม่ไทใหญ่ที่กรุงเทพฯ และบังเอิญพบเพื่อนชาวไทใหญ่ คนหนึ่งซึ่งทำงานขายของที่ระลึกอยู่ที่เชียงใหม่ ด้วยความสงสัยว่าเหตุใดจึงมาขายของถึงที่กรุงเทพฯ ก็ได้คำตอบว่า

*"ที่เชียงใหม่มีคนขายเยอะแล้ว และขายไม่ค่อยได้เพราะที่เชียงใหม่มีร้านเสื้อผ้าไทใหญ่เยอะอยู่แล้ว คนไม่ค่อยมาซื้อที่งาน แต่ที่กรุงเทพฯ คนไทใหญ่เยอะมาก แต่ไม่ค่อยได้รวมกลุ่มกัน ไม่มีชุมชนไทใหญ่เยอะ ทำให้สิ่งของเครื่องใช้เกี่ยวกับไทใหญ่น้อย ไม่มีร้านค้าทำให้คนไทใหญ่ในกรุงเทพฯ ถือโอกาสที่มีงานแบบนี้มาซื้อของกันมากที่ขายของที่นี้ได้เงินวันละเกือบสามหมื่น แต่ที่เชียงใหม่ขายไม่ค่อยได้เลย" (สัมภาษณ์พ่อค้าขายเสื้อผ้าชุดไทใหญ่, 20 พฤศจิกายน 2557)*

ธุรกิจเหล่านี้ เกิดขึ้นมาคู่กับกระแสของ Tai pop culture สร้างรายได้ให้กับคนไทใหญ่จำนวนมาก จนถึงขั้นมีเกิดการเปิดร้านค้าออนไลน์ขายของเหล่านี้บน facebook โดยให้ลูกค้าสั่งจอง เมื่อได้จำนวนที่ต้องการแล้วก็ผลิตและส่งไปให้ตามไปรษณีย์ ราคาขายสินค้าใน facebook นั้นถูกกว่าตามท้องตลาดสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปซื้อเอง ธุรกิจนี้จึงตอบสนองชีวิตของแรงงานที่ไม่อยากทำงานเป็นลูกจ้าง แต่ไม่สามารเป็นผู้ประกอบการเองได้ เนื่องจากกฎหมายไทยห้ามไว้ ช่องทางการขายของออนไลน์จึงกลายมาเป็นทางเลือกเสริมของแรงงานจำนวนมาก แต่นั่นหมายความว่าคน ๆ นั้นต้องสร้างเครือข่ายออนไลน์ของตัวเองให้มากที่สุดเพื่อให้มีคนรู้จักมากขึ้นอีกด้วย

อันที่จริงกระแสการกลับมานิยมความเป็นไทใหญ่นั้น ได้ก่อตัวมาตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2550-2553 แล้วจากกระแสการฟื้นฟูสำนึกชาติพันธุ์ไทใหญ่ซึ่งเกิดขึ้นโดยองค์กรทางสังคมของไทใหญ่ เช่น สมาคมภาษาและวัฒนธรรมไทใหญ่ หรือ

จากกองกำลังภูชาตีไทใหญ่ โดยสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ในพื้นที่สาธารณะได้อย่างเปิดเผย เพียงแต่ยังถูกจำกัดด้วยพื้นที่ กล่าวคือ การจัดกิจกรรมเกิดขึ้นในพื้นที่ที่ถูกจำกัดขอบเขต เข้าถึงคนได้เฉพาะกลุ่ม กระจายกันไปตามจังหวัดต่าง ๆ ไม่ได้รับรู้กันในวงกว้าง และยังเกิดขึ้นเป็นช่วง ๆ เฉพาะเวลาที่มีการจัดกิจกรรมเท่านั้น กระแส Tai pop culture จึงกระจุกอยู่เฉพาะบางพื้นที่ แต่ความสามารถของ facebook คือทำให้ข้อมูลต่าง ๆ อยู่ในลักษณะของเวลาจริง (real time) คือเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ การรับรู้ขยายตัวออกไปได้กว้างกว่าผ่านการแชร์ข้อมูล นอกจากนั้น facebook ยังเป็นพื้นที่ที่แรงงานไทใหญ่สามารถนำเสนอวัฒนธรรมของตัวเองได้หลากหลายรูปแบบ เช่นการจัดประกวดร้องเพลง การขายของออนไลน์ การลงรูปถ่ายนางแบบ และเพลงไทใหญ่ เป็นต้น

## “บ้าน” ออนไลน์

ในแง่หนึ่งวัฒนธรรมสมัยนิยมของแรงงานไทใหญ่ที่เกิดขึ้นนั้น ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงกับบ้านที่รัฐฉาน ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า อาหาร ภาษา ล้วนเป็นภาพตัวแทนของ “บ้าน” ที่จากมาทั้งนั้น การทำงานในประเทศไทย แม้จะได้เงิน แต่ในแง่ของความรู้สึกนึกคิด ๆ นั้น ชาวไทใหญ่จำนวนมากยังรู้สึกเป็นส่วนเกินของสังคมไทยอยู่เสมอ ดังนั้นลึก ๆ แล้ว แรงงานไทใหญ่จำนวนมากยังฝันถึง “บ้าน” ของตนเองในรัฐฉานที่พวกเขาจากมา แรงงานไทใหญ่ที่ใช้ facebook จะรับรู้ข่าวสารของบ้านในแบบเวลาจริงทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ความรู้สึกผูกพันกับบ้านที่จากมายังไม่เลือนหายไปเพราะถูกเชื่อมโยงด้วยพื้นที่สื่อออนไลน์ ระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ขณะที่ลงพื้นที่เก็บข้อมูลของแรงงานวัยรุ่นไทใหญ่มักจะได้ยินข่าวบ่อย ๆ ว่ามีแรงงานบางคนที่ตัดสินใจกลับไปอยู่บ้านที่รัฐฉาน เช่น พี่หนุ่มน้ำคำ (นามสมมติ) อายุ 30 ปี ซึ่งอพยพมาอยู่ประเทศไทยตั้งแต่อายุ 14 ปี เป็นแรงงานไทใหญ่คนหนึ่ง que ตัดสินใจเดินทางกลับรัฐฉาน ผู้วิจัยได้มีโอกาสคุยกับพี่หนุ่มน้ำคำในช่องทางบน facebook โดยเขาให้เหตุผลของการกลับว่า

“ที่นี่เป็นบ้านเกิดที่ พี่จะหนีเรื่องของตัวเองไม่ได้หรอกครับ พี่อยากมีส่วนร่วมในทุกก้าวของการพัฒนาที่เมืองโต ยอมรับว่าตอนกลับมาที่เมืองโตตอนแรกพี่ก็คิดว่าพี่อยู่ไม่ได้ เพราะที่นี้มันแย่มากทั้งเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง และการใช้ชีวิตประจำวัน มันยากมากเลยที่เดียว เพื่อนก็ไม่มีทั้งเพื่อนทั้งแฟนอยู่เมืองไทยหมดเลย ผมต้องหาซื้อโทรศัพท์มาใช้สักเครื่อง แต่ซิมการ์ดนะแพงมากถ้าคิดเป็นเงินไทยก็น่าจะตกประมาณ 3 พันบาท เวลาจะโทรหาเพื่อน ๆ ที่เชียงใหม่ ผมต้องเติมเงินอย่างน้อย 10,000 จี๊ด (ประมาณ 300 บาท) เวลามีใครถามผมถึงการไปทำงานเมืองไทย ผมตอบเขาไปเลยว่า ถ้าเป็นไปได้เราอย่าไปเมืองไทยกันเลย เพราะมันจะไม่มีไทใหญ่หลงเหลือแล้วในรัฐฉานทำงานบ้านนี่ดีแล้ว เริ่มทำอะไรที่มันเป็นเรื่องของเราธุรกิจของเราเอง ถ้าเราตั้งใจทำสักวันหนึ่งมันจะเจริญเองครับ” (สัมภาษณ์หนุ่มน้ำคำ ผ่านช่องสนทนาบน facebook, 26 กรกฎาคม 2559)

ภายหลังทั้งแฟนและเพื่อนของพี่หนุ่มน้ำคำอีกหลายคนที่เชียงใหม่ทยอยกลับไปอยู่ที่รัฐฉานตามพี่หนุ่มน้ำคำ ปรากฏการณ์การกลับบ้านของคนที่ยอพยพมาอยู่เมืองไทยเกิน 10 ปีแบบเขานั้น ไม่มีให้เห็นบ่อยนัก แม้จะมีก็ไม่ได้อยู่ในความรับรู้ของคนไทใหญ่ในวงกว้าง เพราะไม่มีช่องทางในการรับรู้ข่าวสารของกันและกัน แต่ในยุคของ facebook ปรากฏการณ์การกลับบ้านของพวกเขาเป็นสิ่งที่ทำให้คนไทใหญ่ในประเทศไทยให้ความสนใจและติดตามการใช้ชีวิตของพวกเขา ดังนั้นในแง่หนึ่ง แม้จะยังไม่อาจสรุปได้ว่าการใช้สื่อออนไลน์จะทำให้แรงงานไทใหญ่ตัดสินใจเดินทางกลับรัฐฉาน เพราะยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น สภาพเศรษฐกิจและการเมืองของรัฐฉาน เข้ามาประกอบอีก เพราะบางพื้นที่ก็ยังมี การสู้รบกันอยู่นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ในรัฐฉานของแรงงานข้ามชาติด้วย เพราะแรงงานบางคนอพยพกันมาทั้งครอบครัว การตัดสินใจกลับหรือไม่กลับบ้านที่รัฐฉาน จึงไม่อาจสรุปได้ด้วยปัจจัยเดียว แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า การที่แรงงานไทใหญ่ในประเทศไทยยังสามารถติดต่อรับรู้ข่าวสารจากรัฐฉานได้อย่างสะดวกมากขึ้น และทันต่อเหตุการณ์มากขึ้นนั้น ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้

สำนึกความผูกพันกับมาตุภูมิยังไม่เลือนหาย การได้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของรัฐฉานก็สร้างโอกาสที่แรงงานจะกลับบ้านได้ทุกเมื่อหากทราบว่าพื้นที่ที่ตนจากมานั้นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในแง่หนึ่ง การที่เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ ยังสร้างการรับรู้ร่วมกันระหว่างคนที่กลับบ้านกับคนที่ยังไม่กลับ เพราะเมื่อมีแรงงานคนหนึ่งกลับบ้าน เพื่อน ๆ ใน facebook ของเขาในประเทศไทยนับพันคน ก็เสมือนได้เดินทางกลับพร้อมกับพวกเขาไปด้วย จากการติดตามการใช้ชีวิตผ่านการเคลื่อนไหวที่ถูกนำเสนอในพื้นที่ออนไลน์ เช่น ฟီหม่มน้ำคำ และเพื่อน ๆ มักจะโพสต์รูปภาพกิจกรรมที่พวกเขาทำ สถานที่ท่องเที่ยวในรัฐฉานที่พวกเขาไปเพื่อสื่อสารกับเพื่อนไทใหญ่ในประเทศไทยอยู่เสมอ ๆ ตัวของคนที่บ้านเองก็ทำหน้าที่เป็นสื่ออย่างหนึ่งที่เชื่อมโยงคนไทใหญ่ในประเทศไทยและรัฐฉานให้รู้จักกัน เป็นตัวกลางที่คอยให้ข้อมูลแก่เพื่อน ๆ ใน facebook ทั้งจากไทยและรัฐฉาน



ภาพที่ 1 ฟี่หม่มน้ำคำและเพื่อนในรัฐฉาน

ปัจจัยผลักดันจากประเทศไทย ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งผลทำให้แรงงานไทใหญ่บางคนตัดสินใจกลับบ้านที่รัฐฉาน กล่าวคือ นโยบายการจัดการแรงงานต่างด้าวของไทยในปัจจุบัน ล่าสุดคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. ได้ออกประกาศ ฉบับที่ 60/2557 เพื่อแก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าว รวมทั้งนโยบายที่ให้เร่งสำรวจและพิสูจน์สัญชาติของแรงงานข้ามชาติ โดยการออกบัตรประจำตัวให้กับแรงงานข้ามชาติใหม่ หรือที่นิยมเรียกว่า “บัตรทหาร”<sup>11</sup> ในกลุ่มแรงงาน เป็นที่มาของยุทธการบุกจับตรวจค้นแรงงานต่างด้าวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความหวาดกลัวของแรงงานที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยเฉพาะแรงงานชาวกัมพูชาที่อพยพกลับประเทศเป็นจำนวนมาก สร้างความเสียหายให้กับภาคธุรกิจไทยหลายแห่ง ชาวไทใหญ่เองก็ได้รับผลกระทบจากนโยบายนี้ โดยเฉพาะแรงงานไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพข่าวของการลงพื้นที่จับกุมแรงงานไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ถูกส่งต่อในชุมชนออนไลน์ของไทใหญ่ นอกจากนั้นช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม พ.ศ. 2559 ในสังคมไทยยังมีกระแสข่าวต่อต้านแรงงานข้ามชาติที่เข้ามาแย่งงานคนไทย<sup>12</sup> จนนำไปสู่การตรวจจับแรงงานอย่างเข้มแข็งของเจ้าหน้าที่ไทย หรือแม้แต่การตั้งแพนเพจ “แอนตี้ต่างด้าวแย่งอาชีพคนไทย”<sup>13</sup> ขึ้นมา เป็นต้น ปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้กันก็คือ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศพม่าที่เริ่มคลี่คลายลง สถานการณ์การสู้รบในหลาย ๆ พื้นที่ยุติลง สภาพเศรษฐกิจของพม่าดีขึ้นหลังจากการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2558 ที่พรรค NLD (National League for Democracy) ของนางอองซาน ซู จี ชนะการเลือกตั้ง ทำให้มีแหล่งทุนจากต่างประเทศเข้าไปลงทุนในพม่ามากขึ้น สถานการณ์และเศรษฐกิจในพม่ามีแนวโน้มที่ดีขึ้น เงื่อนไขเหล่านี้เป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ทำให้เกิดกระแสการชักชวนให้แรงงานกลับบ้าน

กระแสการกลับบ้านของชาวไทใหญ่นั้นเคยถูกตั้งคำถามไว้ในบทความเรื่อง Home of the Housekeeper: Will Shan Migrants Return after a Decade of Migration? ของ Amporn Jirattikorn (2016) ที่มองการจะตัดสินใจกลับหรือไม่กลับประเทศพม่าของแรงงานไทใหญ่ว่ามาจากสภาพความเป็นพลเมืองและทุน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แรงงานจะตัดสินใจอยู่ต่อหรือกลับ นอกจากนั้นแล้วงานชิ้นนี้ยังตั้งคำถามต่อว่า แรงงานไทใหญ่ที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่อายุ 15 ขวบ และแต่งงานมีครอบครัวมีลูกแล้วจะกลับบ้านหรือไม่ หรือว่าปัจจัยเหล่านี้

มีผลต่อการชะลอการกลับบ้านของพวกเขาด้วย และในบทความชิ้นนี้ผู้วิจัยตั้งคำถามเพิ่มเติมขึ้นมาอีกหนึ่งปัจจัยว่า พื้นที่สื่อออนไลน์ที่เชื่อมโยงแรงงานไทใหญ่กับมาตุภูมิของตนเองอยู่ตลอดเวลา เช่น facebook ที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะในการแลกเปลี่ยนข้อมูลของ “บ้าน” ทั้งสองหลัง ก็อาจมีส่วนในการตัดสินใจกลับหรือไม่กลับบ้านของแรงงานไทใหญ่ด้วยเช่นกัน ซึ่งพื้นที่สาธารณะนี้เองที่เป็นเสมือน “บ้านจำลอง” อีกหลังหนึ่งที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงบ้านทั้งสองแห่งของแรงงานไทใหญ่เข้าด้วยกัน

## Facebook Live: ตัวตนที่ถ่ายทอดสด

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา facebook ได้เปิดตัวโปรแกรมใหม่ล่าสุด คือ facebook live ที่สามารถทำให้ผู้ใช้ facebook ถ่ายทอดสดกิจกรรมที่ตัวเองทำได้ เหมือนการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ ซึ่งได้รับความสนใจในหมู่แรงงานไทใหญ่เช่นกัน สร้างปรากฏการณ์ที่สำคัญกับแวดวงการสื่อสารของไทใหญ่ โดยสำนักข่าวของไทใหญ่ในเมืองไทยหลาย ๆ กลุ่มนิยมทำรายการถ่ายทอดสดทาง facebook มากขึ้น ที่สำคัญในรัฐฉานเองก็สามารถใช้โปรแกรมนี้ได้ ทำให้สามารถรายงานข่าวหรือความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในรัฐฉานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เช่น กรณีล่าสุดกับการจัดงาน Ethnic Youth Conference<sup>14</sup> ที่บริเวณอนุสาวรีย์ปางโหลงในรัฐฉาน และงานฉาปนกิจศพของพระเถระชาวไทใหญ่ในเมืองปางโหลง สำนักข่าวอิสระ Tai TV Online ซึ่งมีสำนักงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ถ่ายทอดสดบรรยากาศของงานประชุม และมีการส่งต่อการถ่ายทอดสดครั้งนี้ใน facebook โดยอาศัยวัยรุ่นไทใหญ่ที่เคยทำงานอยู่ในเชียงใหม่แล้วกลับไปอยู่ที่รัฐฉานช่วยเป็นผู้สื่อข่าวให้ ทำให้คนไทใหญ่ในประเทศไทยเองก็สามารถดูการถ่ายทอดสดเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรัฐฉานได้ ช่องทางนี้ของ facebook ยิ่งทำให้เส้นพรมแดนของชาติที่แทบจะเลือนหายและไม่มีความหมายใด ๆ เลย เพราะพื้นที่สาธารณะออนไลน์ได้สลายเส้นแบ่งเขตแดน และข้อจำกัดเรื่องพื้นที่และเวลาไป



ภาพที่ 2 การถ่ายทอดสดจากเมืองปางโหลง ในรัฐฉานผ่าน facebook live

## ความสัมพันธ์เชิงอำนาจใน facebook ของแรงงานไทใหญ่

แม้พื้นที่ facebook ของแรงงานไทใหญ่จะปลอดจากการควบคุมของรัฐบาลไทย และพม่า หรือองค์กรไทใหญ่องค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่ากิจกรรมในพื้นที่สาธารณะออนไลน์นั้นเป็นอิสระเสรีปราศจากอำนาจใด ๆ เข้าควบคุม ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า นิยามความเป็นพื้นที่สาธารณะ ในมุมมองของผู้วิจัย ไม่ได้ปราศจากอำนาจใด ๆ หรือถูกควบคุมอย่างเบ็ดเสร็จ แต่เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างให้อำนาจต่าง ๆ เข้ามาต่อรองกันได้ ดังนั้นในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ แรงงานไทใหญ่เองก็ยังคงต้องเผชิญกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจอื่น ๆ ที่มาจากการใช้พื้นที่สาธารณะออนไลน์ร่วมกับคนอื่น หรือในกลุ่มคนไทใหญ่ด้วยกันเอง

ประการแรก ในเรื่องของความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับสังคมออนไลน์ของไทย เนื่องจากกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะของชาวไทใหญ่ถือเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจจากสื่อไทยมากขึ้น พื้นที่สื่อไทยจึงกลายมาเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีผลกระทบต่อการเป็นแรงงานของพวกเขา เพราะเมื่อสื่อนำเสนอข่าวในด้านลบของแรงงานไทใหญ่ ก็มักจะเกิดผลกระทบตามมาเสมอ เช่นกรณีที่สื่อไทยนำเสนอข่าวแก๊งชามูไร ไทใหญ่ออกอาละวาดในจังหวัดเชียงใหม่ไล่ฟันคนไทยที่สัญจรไปมา ทำให้เกิดกระแสการต่อต้านชาวไทใหญ่ ถึงขั้นมีการตั้ง page “ยุทธการปราบไทใหญ่” ขึ้นเพื่อเรียกร้องให้ชาวเชียงใหม่ใช้มาตรการเด็ดขาดกับชาวไทใหญ่ ชักชวนให้คนเชียงใหม่ออกมาแก้แค้นชาวไทใหญ่<sup>15</sup> กรณีนี้ทำให้เกิดกระแสต่อต้านจากสังคมไทย



นำมาสู่มาตรการการตรวจค้น การควบคุมแรงงานที่เข้มงวดของเจ้าหน้าที่ไทย จากการสัมภาษณ์คนหนุ่มโตที่ทำงานในองค์กรทางสังคมของไทยใหญ่ Shan Youth Power บอกเล่าให้ฟังถึงผลกระทบจากการรายงานข่าวดังกล่าวว่า

“ชาวที่ออกไปสร้างผลกระทบต่อชาวไทใหญ่ในประเทศไทยจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ตรวจค้นอย่างหนัก สร้างความหวาดกลัวให้กับแรงงานคนอื่น ๆ มีวันหนึ่งพวกผมไปสอนหนังสือให้เด็ก ๆ ในแคมป์ก่อสร้าง ในระหว่างที่สอนอยู่ ก็มีเสียงรบกวนของเจ้าหน้าที่วิ่งเข้ามา ในตอนนั้นพวกผมตกใจกลัวมาก ทำอะไรไม่ถูก จึงพาเด็กนักเรียนของเราวิ่งหนีไปหลบอยู่ในป่าใกล้แคมป์ก่อสร้าง ลำพังพวกเราที่เป็นครูอาสาไม่ได้กลัวอยู่แล้ว เพราะเราไม่มีเอกสารหลักฐาน แต่ตอนนั้นพวกเราไม่แน่ใจว่านักเรียนในแคมป์แรงงานของเราใครมีหรือไม่มีบ้าง พวกเราจึงกลัวว่าพวกเด็ก ๆ จะเดือดร้อนก็เลยพากันวิ่งหนีเข้าป่าไป พวกเราอยู่ในป่ากว่า 3-4 ชั่วโมงจนแน่ใจว่าเจ้าหน้าที่กลับแล้วจึงออกมา” (สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม Shan Youth Power, 5 ธันวาคม 2557)

จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น องค์กรทางสังคมของแรงงานไทใหญ่หลาย ๆ กลุ่ม จึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวของสื่อไทย มีการพยายามสร้างพื้นที่สื่อของตนเองขึ้นมา หรือทำงานร่วมกับสื่อของไทยในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานไทใหญ่ เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ปรากฏในพื้นที่สื่อไทย ดังเช่นการนำเสนอข่าวของการจัดคอนเสิร์ต “พี่น้องชาวไทใหญ่ร่วมใจช่วยน้ำท่วม”<sup>16</sup> ในปี พ.ศ. 2553 และ พ.ศ. 2554 ของกลุ่ม Shan Youth Power ซึ่งทำหน้าที่เป็นนักข่าวพลเมืองให้กับช่อง Thai PBS เป็นต้น อีกตัวอย่างหนึ่งคือการจัดกิจกรรมถ่ายแบบภายใต้แนวคิดที่ว่า “สาวไทใหญ่ หัวใจไทยแท้”<sup>17</sup> โดยกลุ่มคนสร้างภาพเชียงใหม่มีการดึงสาวสวยชาวไทใหญ่ในเชียงใหม่ 12 คน มาร่วมใส่ชุดไทใหญ่ ภาพกิจกรรมชุดนี้ได้มีการแชร์ต่อ ๆ กัน และมีการนำเสนอข่าวออกทางโทรทัศน์ของไทยเกือบทุกช่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแง่มุมที่เป็นมิตรของแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย

ประการที่สอง ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในกลุ่มของแรงงานไทใหญ่ด้วยกันเอง จากกระแสความนิยมใช้ facebook ที่มากขึ้น และการเกิดกระแส Tai pop culture ที่มองว่าการแสดงออกหรือการสื่อสารใน facebook มีผลต่อค่านิยม หรือ ภาพลักษณ์ของความเป็นไทใหญ่ต้องถูกควบคุม ดังนั้นใน facebook จึงเกิด blogger ขึ้นเพื่อคอยสอดส่องข้อความข่าวสาร หรือการกระทำอันใดก็ตามที่กระทบ ต่อภาพลักษณ์ของไทใหญ่ การกระทำนั้นก็จะถูก blogger เหล่านี้ตำหนิ หรือ โปสต์เตือน ซึ่ง blogger เหล่านี้มีทั้งคนทั่วไปที่ใช้ facebook ผู้ดูแล แฟนเพจ ตัวอย่างเช่น กรณีของกระแสนางแบบไทใหญ่จากร้านลาบต้นยางที่โด่งดังมาจาก กรณีที่สื่อไทยนำเสนอข่าวของเธอ ตอนที่เริ่มมีชื่อเสียงใหม่ ๆ นั้น สื่อโทรทัศน์ไทย ที่เชิญเธอไปออกรายการพยายามนำเสนอว่านางแบบคนดังกล่าวเป็นชาวพม่า และ พยายามให้เธอพูดภาษาพม่าออกโทรทัศน์ เพราะต้องการนำเสนอความเป็น เอเชีย ในขณะตัวเธอเองเวลาออกรายการโทรทัศน์มักจะสวมใส่ชุดโตเพื่อนำเสนอความเป็นไทใหญ่ จึงทำให้เกิดกระแสโจมตีเธอว่าเหมารวมชาวไทใหญ่ ว่าเป็นพม่า และโจมตีว่าแทนที่จะนำเสนอความเป็นไทใหญ่โดยการบอกว่าตัวเอง เป็นชาวไทใหญ่ หรือพูดภาษาไทย แต่กลับไม่ทำ ไปเลือกพูดภาษาพม่าโดยการ กล่าวสวัสดิ์เป็นภาษาพม่าออกโทรทัศน์ ประเด็นดังกล่าวกลายเป็นกระแสร้อนแรง ในชุมชนออนไลน์ของไทใหญ่ มีการลงข้อความด่าทอด้วยถ้อยคำรุนแรง จนเธอ ต้องออกมาชี้แจงภายหลังว่า เธอได้บอกกับทุกรายการที่เชิญเธอไปถึงความเป็น ไทใหญ่ของเธอแล้ว แต่ทางรายการโทรทัศน์ต้องการนำเสนอความเป็นพม่าจึงทำให้ เกิดการเข้าใจผิด นอกจากนี้ยังมีกรณีเล็ก ๆ น้อย ๆ เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์ของ ชาวไทใหญ่อยู่เสมอ ๆ เช่น การโจมตีถึงความไม่เหมาะสมของการแต่งชุดไทใหญ่ ที่ดัดแปลงให้มีความเซ็กซี่จนเกินไป เป็นต้น หากมองอีกมุมหนึ่ง พื้นที่สื่อสาธารณะ ออนไลน์ก็กลายมาเป็นพื้นที่ที่เปิดทางให้กลุ่มคนที่แตกต่างหลากหลาย ได้เข้ามา ช่างขึงนิยามความหมาย ไม่ให้การควบคุมในลักษณะของการบังคับขู่เชิญของใคร คนใดคนหนึ่ง แต่เป็นลักษณะของการสำรวจตรวจสอบ หรือควบคุมภาพตัวตน ของความเป็นไทใหญ่ที่ถูกผลิตออกมามากกว่า ซึ่งบางครั้งก็ไม่ได้มีผลในทางปฏิบัติ เพราะบางคนอาจจะทำตามหรือไม่ทำตามก็ได้

ประการที่สาม ความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับกองกำลังกู้ชาติไทใหญ่ กองกำลังกู้ชาติไทใหญ่ เป็นอีกกลุ่มที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในชุมชนออนไลน์ของแรงงานไทใหญ่ในประเทศไทย บ่อยครั้งจะพบว่ากลุ่มกองกำลังจะป้อนข้อมูลให้กับผู้ดูแลเพจต่าง ๆ และคอยกำกับดูแลเนื้อหาข้อมูลที่ผู้ดูแลเพจนำมาลง หากพบข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อกองทัพ หรือความกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างไทย-พม่า ก็จะออกมาควบคุมในลักษณะของการตักเตือน ขอให้ลบรูปหรือข้อความทิ้ง หรือในบางกรณีอาจถึงขั้นมีการออกหมายเรียกให้ไปปรับทัศนคติ เช่นกรณี ที่นักข่าวของสำนักข่าวไทใหญ่แห่งหนึ่ง ได้ออกมาให้ข่าวว่า มีทหารใส่ชุดคล้ายกับทหารของ SSPP (Shan State Progressive Party) ออกมารังแกชาวบ้านในพื้นที่รัฐฉานภาคเหนือ ทำให้หน่วยงานของ SSPP ต้องออกจดหมายเรียกไปเตือน เนื่องจากกระแสดังกล่าวอาจทำให้ภาพลักษณ์กองกำลังเสียหาย อย่างไรก็ตาม หากมองในภาพรวมพื้นที่สาธารณะออนไลน์ยังถือว่าเป็นพื้นที่ห่างไกลจากการควบคุมของกองกำลังกู้ชาติไทใหญ่ทั้งสองกลุ่ม จึงไม่ได้เข้ามามีอำนาจมากนักในพื้นที่สาธารณะออนไลน์

## พื้นที่สาธารณะออนไลน์กับการรื้อ-สร้างอัตลักษณ์ไทใหญ่

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ของชุมชนไทใหญ่อีกครั้ง ทำให้ผู้วิจัยมองว่า พื้นที่สาธารณะออนไลน์ดังกล่าว กลายเป็นพื้นที่ในการเชื่อมต่อเพื่อรื้อสร้างอัตลักษณ์ของแรงงานไทใหญ่ในลักษณะที่เป็น “การกำลังเป็น” (becoming) ตามแนวคิดของ กิลส์ เดอเลิซ (Gilles Deleuze) และ เฟลิซ กัตตารี (Felix Guattari) เนื่องจากพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เป็นการเชื่อมต่อ (assemblage/rhizome) ที่นำไปสู่กระบวนการรื้อข้ามพื้นที่และลากเส้นเขตแดนใหม่ (deterritorialization and reterritorialization) (Deleuze and Guattari, 1987)

สำหรับเดอเลิซและกัตตารี การเชื่อมตอดังกล่าวมีคุณสมบัติพื้นฐานอยู่ 4 ประการ คือ การเชื่อมต่อ (connections) ความแตกต่าง (heterogeneity)

ความหลากหลาย (multiplicity) และการแตกหัก (rupture) เดอเลิซและกัตตารี จึงอุปมาไรโซม (rhizome) ว่าหมายถึง พืชที่อาศัยและเคลื่อนที่ในแนวระนาบ โดยที่รากของมันมีมากมายหลากหลาย และเกี่ยวพันกับรากอื่น ๆ ด้วยใต้ดิน จนเราไม่สามารถแยกได้ว่ารากไหนคือรากหลักหรือรากแก้ว แต่เป็นต้นไม้ที่เชื่อมต่อกัน เป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่กระจายตัวออกไปทั่วและสามารถแตกตัวออกไปได้ ทุกจุดของความสัมพันธ์โดยไม่มีศูนย์กลางและขอบเขตที่ชัดเจน การแตกตัวจึงเป็นการวิ่งออกไปทุกทิศทางจากตัวมันเอง (line of flight) รากที่แตกตัวออกไปในแนวระนาบได้แบบไร้ราก ไร้ศูนย์กลาง จึงแตกต่างจากต้นไม้ใหญ่ที่ทิศทางการเคลื่อนที่คือการพุ่งขึ้นไปในแนวตั้งจากรากหลักที่เป็นศูนย์กลาง (Deleuze and Guattari, 1987 อ้างใน เก่งกิจ กิติเรียงลาภ, 2558: 21) เช่นเดียวกันกับ “พื้นที่สาธารณะออนไลน์” ของแรงงานไทใหญ่ที่ไม่สามารถหาจุดศูนย์กลางหรือรากแก้วของความสัมพันธ์ได้ เพราะในพื้นที่สาธารณะดังกล่าวมีความแตกต่างหลากหลาย และพร้อมจะแตกหักได้เสมอ กล่าวคือ แรงงานไทใหญ่ไม่จำเป็นต้องแสดงความเป็นไทใหญ่ในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ พวกเขามีสิทธิที่จะเลือกนำเสนอตัวตนของตัวเองในหลากหลายรูปแบบ เช่น นางแบบสาวไทใหญ่นำเสนอตัวเองผ่านแฟชั่นสมัยใหม่ ผ่านความสวยความงาม หรือรวมทั้งไม่แสดงออกถึงความเป็นไทใหญ่เลยในพื้นที่สาธารณะออนไลน์นี้ พวกเขาสามารถหลุดออกจากกรอบของความเป็นไทใหญ่แบบที่รัฐไทยกำหนดให้พวกเขาเป็นเพียงแค่ “แรงงาน” และ “ต่างด้าว” ที่ต้องทำงานหรือใช้ชีวิตตามกรอบของรัฐชาติไทย นอกจากนั้นในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ พวกเขายังสามารถสร้างหรือนิยามความเป็นไทใหญ่ที่ต่างจากความ เป็นไทใหญ่ในแบบฉบับที่ชนชั้นนำไทใหญ่นิยาม ที่ยังยึดติดอยู่กับรากเหง้าผ่านการแต่งกาย การพูด หรือพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น ความเป็นไทใหญ่ในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ได้ถูกนิยามใหม่ เช่น การแต่งตัวทันสมัย ร้องเพลงสากล หรือแม้แต่ฟังเพลงภาษาพม่า ติดตามดารานักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ ฟังเพลงที่ตนเองชื่นชอบ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นดารามีชื่อเสียงหรือจำเป็นต้องเป็นเพลงไทใหญ่ อัตลักษณ์ของแรงงานไทใหญ่ที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ จึงแตกต่าง หลากหลาย และแตกหัก ไร้ซึ่งรากแก้วทางอัตลักษณ์ แต่พร้อมจะ รื้อข้ามพื้นที่และลากเส้นเขตแดนใหม่อยู่ตลอดเวลา อยู่ในกระบวนการกลายเป็น (becoming) อยู่ตลอดเวลา

## สรุป

ที่ผ่านมาพื้นที่สาธารณะทางกายภาพสำหรับแรงงานไทใหญ่ อยู่ภายใต้กรอบพรมแดนรัฐชาติของทั้งไทยและพม่า อีกทั้งพวกเขาไม่ได้เป็นเจ้าของพื้นที่นั้น ๆ จึงทำให้พวกเขาไม่ได้มีอิสระในการใช้โดยปราศจากการควบคุมใด ๆ ของรัฐเจ้าของดิน ในทางตรงกันข้ามรัฐไทยได้เข้ามาจัดการพื้นที่เหล่านั้นเพื่อประโยชน์ในการควบคุมแรงงานไทใหญ่ หลายครั้งที่การใช้พื้นที่สาธารณะยังถูกมองว่าอาจเป็นภัยต่อความมั่นคง หรือทำลายอำนาจอธิปไตย กิจกรรมบางอย่างจึงไม่สามารถจัดได้อย่างเปิดเผยในพื้นที่สาธารณะทางกายภาพ เช่น การจัดงานวันชาติไทใหญ่ การจัดงานวันกองทัพไทใหญ่ เป็นต้น

การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์อย่าง facebook ถือว่าเป็นการเปิดพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ขึ้นมา ทำให้เกิดชุมชนออนไลน์ที่อยู่ห่างไกลจากการควบคุมของรัฐไทยและรัฐพม่า ทำให้พวกเขารู้สึกมีอิสระมากขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของพื้นที่และชุมชนที่พวกเขามีส่วนสร้างขึ้น สามารถทำกิจกรรมที่พวกเขาอยากทำได้โดยไม่ต้องผ่านการตรวจสอบจากรัฐไทย ในแง่หนึ่งพื้นที่สาธารณะออนไลน์จึงเป็นเสมือน “ชุมชนในจินตนาการ” แบบใหม่ของชาวไทใหญ่ เพราะเป็นชุมชนเดียวในปัจจุบันที่สามารถเปิดพื้นที่ให้ชาวไทใหญ่ทั่วทุกมุมโลกได้มีพื้นที่ร่วมกัน

อย่างไรก็ตามแม้จะอิสระค่อนข้างมากในพื้นที่ออนไลน์ แต่พื้นที่สาธารณะดังกล่าวก็มิได้หลุดออกจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบต่าง ๆ พื้นที่ออนไลน์ของชุมชนแรงงานไทใหญ่ต้องปะทะสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่เข้ามาจกฉวยช่วงชิงการใช้พื้นที่ทั้งจากชุมชนไทใหญ่ด้วยกันเอง จากสังคมไทย และจากกองกำลังก๊กชาติไทใหญ่อยู่ตลอดเวลา ทำให้แม้แต่ในโลกออนไลน์พวกเขาก็ยังต้องเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา สิ่งสำคัญคือ พื้นที่สาธารณะดังกล่าวทำให้เราเห็นว่า อัตลักษณ์ของแรงงานไทใหญ่ที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะออนไลน์นั้นมีความแตกต่าง หลากหลาย ไร้ซึ่งรากแก้วทางอัตลักษณ์ แต่พร้อมจะแตกหักเพื่อหรือข้ามพื้นที่และลากเส้นเขตแดนใหม่อยู่ เป็นอัตลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนการกลายเป็น (becoming) อยู่ตลอดเวลา

ประเด็นสุดท้ายที่งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการนำเสนอก็คือ การศึกษาด้านชาติพันธุ์วรรณนาที่ศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งที่ข้ามแดนและไม่ข้ามแดน ควรให้ความสนใจกับพื้นที่ใหม่ ๆ อย่างพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น และพัฒนาแนวคิดและวิธีการหาข้อมูลที่ทันสมัยใหม่ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

## เชิงอรรถท้ายบท

1. บทความนี้ปรับปรุงมาจากส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงปรารถนาและการสร้างตัวตนของกลุ่มวัยรุ่นรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาชาติพันธุ์สัมพันธ์และการพัฒนา ภาควิชาสังคมศาสตร์กับการพัฒนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนทุนวิจัย (สกว.)
2. ข่าวสดออนไลน์. 2557. น้องแนน' สาวเสิร์ฟร้านลาบ ฮีตจุดไม่อยู่ สื่อพม่า-ไทยใหญ่ตีข่าว 5 ภาษา จ่อออกทีวีดัง-เผยชีวิตรักแฟนหนุ่ม. <https://goo.gl/4rx9gN> (เข้าถึงเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2557)
3. สื่อสังคมออนไลน์ hi5 เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2546 ในสหรัฐอเมริกา และเริ่มเป็นที่นิยมในประเทศไทย ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา
4. เว็บไซต์ Shanmusic.com เป็นเว็บที่เปิดเพลงไทใหญ่ตลอด 24 ชั่วโมง และมีช่องสนทนา (chat box) ไว้สำหรับผู้ที่เข้ามาฟังเพลงพิมพ์คุยกันได้ ไม่มีข้อมูลว่าใครเป็นคนก่อตั้งเว็บนี้ขึ้นมา แต่ข้อมูลหน้าเว็บไซต์ระบุว่าก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2550
5. ชาวไทใหญ่นั้นไม่นิยมเรียกตัวเองว่า “ฉาน” ซึ่งถูกเรียกจากพม่า และอังกฤษนำมาใช้เรียกต่อว่า “Shan” และไม่ชอบให้ถูกเรียกว่า “คนเงี้ยว” เหมือนที่ชาวล้านนาเรียก แต่คนไทใหญ่มักจะเรียกตัวเองว่า “คนไต” และยอมรับได้กับคำที่คนไทยเรียกว่าพวกเขาว่า “ไทใหญ่” เนื่องจากมองว่าเป็นคำที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับคนไทย

6. วัดใหม่สาธุประดิษฐ์ เป็นวัดที่ชาวไทใหญ่ในกรุงเทพฯ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2520 เพื่อเป็นศูนย์รวมใจ แทนที่วัดดอนหรือวัดดอนกุหลาบ ที่สร้างขึ้นโดยชาวไทใหญ่ ที่อพยพเข้ามาในกรุงเทพฯ ตั้งแต่ช่วงต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งถูกไฟไหม้ไปในปี พ.ศ. 2517 วัดแห่งนี้เป็นที่ตั้งขององค์กรทางสังคมของไทใหญ่หลายองค์กร เช่น มูลนิธิพระธรรมแสง สมาคมเครือข่ายสามัคคีกรุงเทพฯ และเครือข่ายเยาวชนไทใหญ่ในกรุงเทพฯ เป็นศูนย์รวมของการจัดกิจกรรมทางศาสนาและประเพณีของชาวไทใหญ่ นอกจากนี้ยังตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้กับแรงงานไทใหญ่ โดยการเปิดสอนภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาไทใหญ่ คอมพิวเตอร์พื้นฐาน เป็นต้น
7. SSSNY หรือ The School for Shan State Nationalities Youth เป็นโรงเรียนลักษณะกินนอน สำหรับฝึกทักษะการทำงานกิจกรรมเพื่อสังคมแก่เยาวชนไทใหญ่ ทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและมาจากรัฐฉาน หลักสูตรโดยทั่วไปจะเน้นสอนไปที่ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์การเมืองของพม่าและการทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม ใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอน หลักสูตรมีระยะเวลา 8 เดือน ผู้ที่จะเข้าเรียน จะต้องผ่านการสอบเข้า และต้องมีประสบการณ์การทำงานเพื่อสังคมอย่างน้อย 1 ปี (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.sssny.org/>)
8. เป็นชื่อกลุ่มที่ตั้งขึ้นใหม่ของกลุ่ม Youth Power Media เนื่องจากมองว่า กิจกรรมที่กลุ่มทำนั้นขยายกว้างไปมากกว่าเรื่องสื่อแล้ว และเพื่อให้เป็นการชัดเจนว่า เป้าหมายการทำงานของกลุ่มคือชาวไทใหญ่ จึงใช้คำว่า Shan นำหน้ากลุ่ม
9. ในประเทศไทยเริ่มต้นการใช้ facebook ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งในขณะนั้นสังคมไทยนิยมเล่นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นอยู่ก่อนแล้ว คือ hi5
10. นางแบบสาวชาวไทใหญ่ดังกล่าวได้เข้าร่วมแสดงในภาพยนตร์เรื่อง “ผีทวงคืน” ร่วมกับนักแสดงจากประเทศลาว กัมพูชา และไทย โดยภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นฝีมือการกำกับของ ศักดิ์ชาย ดีนาน อ่านข่าวต่อได้ที่ <http://www.thairath.co.th/clip/7832>
11. “บัตรทหาร” คือใบอนุญาตทำงานชั่วคราว จากประกาศฉบับที่ 70/2557 โดยให้จัดตั้งศูนย์บริการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ในทุกจังหวัดของไทย เป็นบัตรสีชมพู หมายเลขประจำตัวของผู้ถือบัตรจะขึ้นต้นด้วย 00

12. สยามรัฐออนไลน์. 2559. แรงงานต่างด้าวแย่งงานคนไทย!. <http://www.siamrath.co.th/n/2283> (เข้าถึงเมื่อ 22 ธันวาคม 2559)
13. ในเพจมีการลงรูปร้านค้าหรืออาชีพที่คนต่างด้าวทำ เพื่อให้เกิดการร้องเรียน และตรวจสอบการกระทำดังกล่าว
14. Ethnic Youth Conference เป็นการนัดประชุมกลุ่มเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศพม่า ถูกจัดขึ้นก่อนการจัดประชุมปางโหลงครั้งที่สองที่จัดขึ้นในประเทศพม่าเพียงไม่กี่วัน ดูข่าวประกอบใน <http://transbordernews.in.th/home/?p=13495>
15. ไทยรัฐออนไลน์. 2556. ดร.เชียงใหม่ ไกลกว่าดั่งแก้งไทใหญ่ป่วนเมือง. <http://www.thairath.co.th/content/354428> (เข้าถึงเมื่อ 27 ตุลาคม 2559)
16. คมชัดลึก. 2553. ไทใหญ่เชียงใหม่ร่วมใจบริจาคช่วยน้ำท่วม. <http://www.komchadluek.net/news/regional/79949> (เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2559)
17. ASTV ผู้จัดการออนไลน์. 2557. “สาวไต”ในเชียงใหม่เปิดหน้าถ่ายแบบคัปปิง ยึด “น้องแนนร้านลาบ” เป็นไอดอล. <http://www.manager.co.th/local/viewnews.aspx?NewsID=9570000096822> (เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2559)

## บรรณานุกรม

- แก่งกิจ กิติเรียงลาภ. 2558. “วิธีวิทยาทางการเมือง Antonio Negri: ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและการปฏิบัติของ Multitude.” *วารสารสังคมศาสตร์* 27(1): 15-47.
- พัฒนา กิติอาษา. 2546. *คนพันธุ์ป๊อบ: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- วารมรณ์ วณาพิทักษ์. 2554. ทฤษฎีวิพากษ์ของเจอร์เกน ฮาเบอร์มาส: พื้นที่สาธารณะทางการเมือง และเสรีภาพในการแสดงออกบนอินเทอร์เน็ต. <http://www.oknation.net/blog/nidhnoi/2011/07/06/entry-2> (เข้าถึงเมื่อ 2 กรกฎาคม 2559)



วันดี สันติวุฒิเมธี. 2545. *กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษาหมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. 2559. ข้อมูลสถิติการทำงานของคนต่างด้าว (รายเดือน). [http://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/73/pull/sub\\_category/view/list-label](http://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/73/pull/sub_category/view/list-label) (เข้าถึงเมื่อ 22 กันยายน 2559)

ออมสิน บุญเลิศ. 2551. *การต่อรองและปรับตัวตนของคนพลัดถิ่น: กรณีศึกษาชาวไทยพลัดถิ่นในเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัมพร จิรัฐติกร. 2558. *การเมืองเรื่องพื้นที่สาธารณะของแรงงานอพยพชาวไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Amporn Jirattikorn. 2016. "Home of the Housekeeper: Will Shan Migrants Return after a Decade of Migration?". In Su-Ann Oh (ed.) *Myanmar at the Margin*, pp.306-322. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

SWAN (เครือข่ายปฏิบัติงานเพื่อผู้หญิงชาวไทใหญ่). 2546. ความเชื่อผิด ๆ เกี่ยวกับผู้ลี้ภัยชาวไทใหญ่ (ฉาน). [http://www.shanwomen.org/thai/images/reports/dispelling\\_the\\_myths\\_thai.pdf](http://www.shanwomen.org/thai/images/reports/dispelling_the_myths_thai.pdf) (เข้าถึงเมื่อ 2 กรกฎาคม 2559)

### ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

1. สัมภาษณ์ หนุ่มกลางเคอ 9 กรกฎาคม 2559
2. สัมภาษณ์ พี่แสงคำ 19 กรกฎาคม 2557 และ 29 กรกฎาคม 2559
3. สัมภาษณ์ หนุ่มหู่แจ้ 5 ธันวาคม 2558
4. สัมภาษณ์ หนุ่มน้ำคำ 26 กรกฎาคม 2559
5. สัมภาษณ์ พ่อคำซุดไทใหญ่, 20 พฤศจิกายน 2557
6. สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม Shan Youth Power, 5 ธันวาคม 2557