

“หมา” : ประวัติศาสตร์ว่าด้วยสัตว์เลี้ยง ที่ไม่ใช่แค่การเลี้ยงสัตว์*

พนา กิบธา**

บทคัดย่อ

ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 โลกตะวันตกได้สถาปนาวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงผ่านการสร้างความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสายพันธุ์ของหมา มาตรฐานสายพันธุ์ดังกล่าวนำมาซึ่งการกำหนดคุณค่าของหมาแต่ละสายพันธุ์ รวมถึงยังนำมาซึ่งการกำกับวิธีการปฏิบัติต่อหมาที่ถูกต้องอีกด้วย กระทั่งกลางศตวรรษที่ 20 หมาเริ่มปรากฏตัวในสื่อสาธารณะในฐานะสัตว์ที่มีความฉลาด ซื่อสัตย์ และเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ สังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึงทศวรรษ 2500 ภายใต้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงความรู้เกี่ยวกับหมาในช่วงก่อนหน้าในโลกตะวันตก ความรู้และภาพลักษณ์ของหมาในฐานะสัตว์เลี้ยงเริ่มทะลักเข้าสู่สังคมไทย การเข้ามาของความรู้ดังกล่าวมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของความนิยมเลี้ยงหมา โดยเฉพาะ “หมาฝรั่ง” ความนิยมที่เพิ่มขึ้นยังผลให้เกิดสมาคมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง การประกวดหมา ธุรกิจเกี่ยวกับหมา และวิชาชีพสัตวแพทย์ที่มุ่งรักษาสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ สิ่งเหล่านี้สะท้อนว่าความหมายของหมาในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีคุณค่าเกินกว่าประโยชน์ใช้สอยและมีคุณค่าในเชิงอารมณ์ความรู้สึกต่อผู้เลี้ยง อาจกล่าวได้ว่า ทศวรรษ 2490 ก็คือ ช่วงเวลาของกำเนิดวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงในสังคมไทย และสัตว์เลี้ยงที่ว่าก็คือ “หมา”

คำสำคัญ: หมา, สัตว์เลี้ยง, วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยง

Abstract

Since the late of the 19th century, the Western has established a pet culture through the creation of knowledge about the breed's standards of dogs. The breed standardization brings the value of each breed of dogs and also brings the correct way to treat the dog as well. Until the mid-20th century, dogs began to appear in public media as intelligent, loyal and human's best friend. Under the influence of changing perceptions about dogs in earlier times in the Western, Thai society

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ “เรื่องหมาที่ไม่หมาหมา”: กำเนิดและปฏิบัติการของความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงในสังคมไทยสมัยใหม่ เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก สกว. ภายใต้โครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต สกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2560

** นักศึกษาปริญญาโท สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; mynameispana@gmail.com

has from the 1940s to the early 1950s begun establishing knowledge and image of the dog as a pet. The arrival of such knowledge has resulted in an increasing popularity of dogs, especially the “mah farang”. The growing popularity of the dog-as-pet brought about the founding of the Thai association of pets, the contest of dogs, business with dog and veterinary profession dedicated to keeping pets. These reflect that the meaning of the dog in Thai society changed from the past. Dogs become pets that are emotionally valuable rather than economically useful to the owner. These can be said that the late 1940s was a time of origin of the pet culture in Thai society, and that pet is “dog”

Keywords: dog, pet, pet culture

บทนำ

ในงานคลาสสิกที่ชื่อว่า Why Look at Animal? ของ John Berger¹ ซึ่งเป็นงานเปิดฉากการศึกษาสัตว์ในทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ร่วมสมัยชิ้นสำคัญที่สุดเสนอว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์นั้นวางอยู่บนลักษณะของสภาวะคู่ขนาน (parallelism) คือ ทั้งสัตว์และมนุษย์เป็นทั้งสิ่งที่แปลกหน้าซึ่งกันและกัน แต่ในขณะเดียวกันก็พึ่งพิงกัน ทั้งในแง่ที่มนุษย์ใช้สัตว์เป็นอาหาร ในขณะเดียวกัน สัตว์ก็อาจทำร้ายมนุษย์และกินเนื้อมนุษย์ได้ด้วย สภาวะคู่ขนานดังกล่าวเป็นสภาวะที่ดำรงอยู่มาอย่างยาวนานในโลกก่อนสมัยใหม่ เมื่อโลกเข้าสู่ศตวรรษที่ 19 ที่การปฏิวัติอุตสาหกรรมและการกลายเป็นเมืองถือกำเนิดขึ้น สัตว์หรือสภาวะของป่าและธรรมชาติได้ถูกพรากออกไปจากสังคมมนุษย์ผ่านการแยกเมืองออกจากป่า โดยป่าเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ และเมืองเป็นบ้านของมนุษย์ Berger ชี้ว่า สภาวะของความเป็นเมืองและความคิดแบบปัจเจกบุคคลสุดขีดที่ขยายตัวขึ้นพร้อมๆ กับระบบทุนนิยมได้ทำให้มนุษย์เริ่มโหยหาธรรมชาติมากขึ้น กอปรกับความรูทางวิทยาศาสตร์ธรรมชาติที่ขยายตัวขึ้นมาตั้งแต่งานเขียนเรื่อง The Origin of Species ของ Charles Darwin ส่งผลให้มนุษย์ในโลกตะวันตกพยายามนำสัตว์กลับเข้ามาในเมือง ดังที่เราจะเห็นการเกิดขึ้นของสวนสัตว์ในต้นศตวรรษที่ 19 และการขยายตัวของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยง (pet culture) ที่มนุษย์นำสัตว์เข้ามาอยู่ในบ้านด้วยซึ่งจะเห็นเด่นชัดก็ในปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงกลางศตวรรษที่ 20 การหวนกลับไปหาธรรมชาติผ่านการจำลองโลกธรรมชาติเข้ามาไว้ในเมืองหรือแม้แต่ในบ้านของตัวเองนั้นจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อมนุษย์สามารถควบคุมธรรมชาติหรือความเป็นป่าของสัตว์ไว้ได้ Berger ชี้ว่า การเกิดขึ้นของสวนสัตว์และการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาได้ทำลายสภาวะคู่ขนานระหว่างมนุษย์กับสัตว์ให้พังทลายลงไป อย่างไรก็ตาม การพังทลายของเส้นคู่ขนานดังกล่าวไม่ได้นำไปสู่ความสมานฉันท์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์แต่อย่างใด แต่มันกลับนำไปสู่การสถาปนาอำนาจของมนุษย์เหนือสัตว์ ไม่ว่าจะโดยอาศัยกำลังหรือข้ออ้างของความรักและเมตตาก็ตาม

บทความนี้นำกรอบคิดของ Berger และงานศึกษาประวัติศาสตร์สัตว์เลี้ยงในโลกภาษาอังกฤษจำนวนหนึ่งมาใช้ในการค้นคว้า โดยพยายามจะตอบคำถามว่า ในสังคมไทย หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยงตั้งแต่เมื่อไหร่ คำถามนี้มีได้เป็นคำถามเพื่อค้นหาจุดเริ่มต้นของการเลี้ยงหมาหรือการใช้ประโยชน์จากหมาในแง่ของการดำรงชีพ แต่หมาที่บทความนี้ต้องการเสนอหมายถึงการที่หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยง (pet) ที่มีความหมาย

¹ John Berger. (1980). “Why Look at Animals?” *About Looking*.

และการให้คุณค่าที่เกินไปกว่าประโยชน์ใช้สอย รวมถึงเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีคุณค่าในเชิงอารมณ์ความรู้สึกต่อผู้เลี้ยง การจะตอบคำถามดังกล่าว บทความนี้จึงต้องระบุให้ชัดว่า เป็นการศึกษากำเนิดของ “วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยง” ซึ่งมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมมวลชนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนทั่วไปเป็นหลัก

วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงดังกล่าวจึงหมายถึงภาพลักษณ์ ความรู้ และวิธีการให้คุณค่าต่อหมาในชีวิตประจำวันของสังคมไทย โดยวัฒนธรรมดังกล่าวได้อาศัยบทบาทของสถาบันทางสังคมจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนและเผยแพร่วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงด้วย เช่น สมาคมสัตว์เลี้ยง คณะสัตวแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์ ร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์ ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น สถาบันเหล่านี้มีส่วนอย่างสำคัญในการผลิตซ้ำและตอกย้ำภาพลักษณ์ใหม่ของหมาในฐานะสัตว์เลี้ยงซึ่งแตกต่างไปจากสัตว์ประเภทอื่นๆ สถาบันดังกล่าวเหล่านี้ได้สถาปนาวิถีคิดให้หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่ไม่ได้เป็นแค่การเลี้ยงสัตว์แต่หมากลายเป็นสมาชิกของครอบครัวและอยู่ในพื้นที่ของบ้าน นอกเหนือไปจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้เลี้ยงกับหมาจะสร้างแรงกระทบในเชิงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เลี้ยงอย่างเข้มข้นแล้ว วัฒนธรรมการเลี้ยงหมายังหมายถึงการที่ผู้คนใช้จ่ายไปกับการบำรุงและรักษาหมาของตัวเองอย่างมหาศาลดังที่เราจะเห็นการขยายตัวของธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในปัจจุบัน

บทความนี้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนแรก จะชี้ให้เห็นการสร้างความหมายใหม่ให้กับหมาในโลกตะวันตกที่จะส่งอิทธิพลต่อความนิยมในการเลี้ยงหมาในสังคมไทยช่วงทศวรรษที่ 2490 เป็นต้นมา ส่วนที่สอง จะชี้ให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของความเข้าใจต่อหมาในสังคมไทยช่วงการเข้ามาของความทันสมัยใหม่เกี่ยวกับหมา และส่วนสุดท้ายจะเป็นการตอบคำถามของบทความ

ความเป็น “หมา” ที่ถูกสร้างในโลกตะวันตก

เช่นเดียวกับ John Berger¹ Keith Thomas² นักประวัติศาสตร์ที่ศึกษาสังคมอังกฤษศตวรรษที่ 19 เสนอว่าการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมเลี้ยงสัตว์ในสังคมเมืองสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ยุคสมัยใหม่ได้สร้างสภาวะอหังการให้สื่อให้กับมนุษย์ (human dilemma) ต่อความสัมพันธ์ที่มนุษย์มีกับธรรมชาติ กล่าวคือความห่างเหินจากธรรมชาติซึ่งเป็นผลจากการกลายเป็นเมืองก่อให้เกิดการโหยหาธรรมชาติหรือโหยหาอดีต (nostalgia) การโหยหาธรรมชาติมักปรากฏในรูปของการจำลองสภาวะธรรมชาติ เช่น การจัดสวน การสร้างสวนสัตว์ รวมถึงการเลี้ยงหมา เป็นต้น สภาวะการณที่มนุษย์ถูกแยกออกจากธรรมชาติ โดยเฉพาะหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมยังนำไปสู่การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมการเลี้ยงสัตว์ในฐานะสัตว์เลี้ยงที่ขยายตัวกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชนอย่างรวดเร็ว

การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบครอบครัวในโลกตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่ขนาดของครอบครัวหดเล็กลงและอยู่ในรูปของครอบครัวเดี่ยวนั้นเป็นสิ่งที่มาพร้อมๆ กับการขยายตัวของเมืองอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 การโหยหาธรรมชาติของคนเมืองกลับเป็นสิ่งที่สวนทางกับพื้นที่อยู่อาศัย พื้นที่ที่จำกัดและการแบ่งพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่อย่างชัดเจนในสังคมเมือง ส่งผลให้ครอบครัวขนาดเล็กส่วนมากขาดพื้นที่และตัดขาดจากโลกธรรมชาติ ในขณะที่การเลี้ยงสัตว์เพื่อทดแทน

¹ Ibid

² Keith Thomas. (1984). *Man and the Natural World: Changing Attitudes in England 1500–1800*. pp. 242–300.

ความโหยหาธรรมชาติกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชนในช่วงเวลานี้ แต่ขนาดของพื้นที่ที่อยู่อาศัยกลับหดเล็กลงเรื่อยๆ สัตว์เลี้ยงซึ่งมีสถานะเป็นสมาชิกของครอบครัวต้องเข้ามาร่วมแบ่งปันพื้นที่บ้านขนาดเล็กของมนุษย์มากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้การควบคุมพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงกลายเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น เช่น การทำหมันสัตว์ การกักขังให้อยู่แต่ในกรงหรือในตัวบ้าน การให้อาหารสำเร็จรูป การฝึกฝน รวมถึงการรักษาพยาบาลเพื่อป้องกันโรคที่อาจส่งผลร้ายต่อผู้เลี้ยง เป็นต้น สัตว์เลี้ยงถูกทำให้ไม่สามารถหาเลี้ยงตัวเองได้ แต่ต้องพึ่งพิงต่อเจ้าของอย่างสมบูรณ์ แต่ในอีกด้านหนึ่ง มนุษย์ในโลกสมัยใหม่เองก็กลับพึ่งพิงสัตว์ในแง่ของอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น ผู้เลี้ยงกลายเป็นคนพิเศษที่สุดของหมาที่ตัวเองเลี้ยง สัตว์เลี้ยงจึงเป็นกลไกหนึ่งที่ทำหน้าที่เติมเต็มความขาดและความเปลี่ยวเหงาของมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ด้วย¹

งานศึกษาภาพถ่ายของสัตว์เลี้ยงกับเจ้าของในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ของ Arnold Arluke และ Robert Bokdan ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสัตว์เลี้ยงในสังคมยุโรปที่หมากลายเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวมากขึ้นเรื่อยๆ สัตว์เลี้ยงที่อยู่ในภาพถ่ายครอบครัวนั้นถูกจัดวางตำแหน่งให้เป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัวหรือเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของผู้เลี้ยง สัตว์เลี้ยงกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ปรากฏอยู่ในอัลบั้มภาพของครอบครัว รูปภาพบนฝาผนัง หรือกระทั่งโปสการ์ดที่ถูกถ่ายในช่วงเวลาดังกล่าวอยู่เสมอ นอกจากนี้ภาพถ่ายเหล่านี้ยังเผยให้เห็นว่า หมาซึ่งแต่เดิมถูกมองว่าเป็นสัตว์ที่ใช้ประโยชน์ในการล่าสัตว์หรือเฝ้าบ้าน ได้ถูกเปลี่ยนความหมายไป ภาพถ่ายของหมาเป็นภาพที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่บ้านซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัว รวมถึงผู้เลี้ยงหมาก็ให้หมาที่เลี้ยงไว้มีออกไปท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัวในวันหยุดอีกด้วย และแน่นอนว่าเมื่อเทียบกับสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นๆ ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 หมาเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมที่สุดหากพิจารณาจากหลักฐานคือภาพถ่ายครอบครัว²



ภาพ 1 ภาพถ่ายครอบครัวกับหมา ณ ชายหาด ปี ค.ศ.1907

ที่มา: Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). *Beauty and The Beast: Human-Animal Relations as Revealed in Real Photo Postcards, 1905-1935*. p. 29.

¹ John Berger. (1980). “Why Look at Animals?” *About Looking*. pp. 12-13.

² Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). *Beauty and The Beast: Human-Animal Relations as Revealed in Real Photo Postcards, 1905-1935*. pp. 9-36.



ภาพ 2 ภาพถ่ายสี่พี่น้องกับหมา ปี ค.ศ.1912

ที่มา: Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). Ibid. p.32.



ภาพ 3 ภาพถ่ายครอบครัวกับหมา ปี ค.ศ.1910

ที่มา: Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). Ibid. p.12.

ก่อนที่การเลี้ยงหมาจะกลายมาเป็นวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยง การเลี้ยงหมาในฐานะสัตว์เลี้ยงเริ่มต้นขึ้นโดยชนชั้นสูงอังกฤษในศตวรรษที่ 19 หมาในยุคนั้นเป็นสิ่งปงชี้ถึงสถานะทางสังคมของผู้เลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงทศวรรษ 1890 การสมาคมเพื่ออวดโฉมหมากลายเป็นงานใหญ่โตซึ่งจัดขึ้นที่ Crystal Palace ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ก็คือกิจกรรมบันเทิงที่แพร่หลายอย่างมากในหมูชนชั้นสูง¹

¹ Susan McHugh. (2004). *Dog*. p. 91.

ในช่วงเวลานั้นเอง คนชั้นสูงเหล่านี้ได้ประดิษฐ์ความหมายของหมาที่ตนเองเลี้ยงให้ต่างจากหมาทั่วไป การสถาปนาความรู้ที่ผูกขาดเกี่ยวกับสายพันธุ์ของหมาเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างหมาพันธุ์ทางหรือพันธุ์ผสม (mixed breed) กับหมาพันธุ์แท้ (pure breed) กลายเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสถานะของกลุ่มชนชั้นสูงที่แตกต่างและอยู่เหนือไปกว่าคนทั่วไป การเลี้ยงหมาพันธุ์แท้จึงสะท้อนทั้งความรู้และฐานะทางสังคมของผู้เลี้ยง การเลี้ยงหมาพันธุ์แท้ก็เป็นงานอดิเรกที่หมู่ชนชั้นสูงจะมาสมาคมเพื่อประชันความสมบูรณ์แบบของหมา แน่หนอนว่า การสมาคมเพื่ออวดหมาที่ย่อมต้องอ้างอิงกับชุดความรู้เกี่ยวกับพันธุ์หมาและลักษณะอันสมบูรณ์แบบของหมาแต่ละพันธุ์เป็นหลัก¹

ช่วงต้นของศตวรรษที่ 20 การอวดหมาของชนชั้นสูงในอังกฤษได้ขยายตัวออกไปสู่ชนชั้นใหม่ ๆ ของสังคม การเลี้ยงหมาพันธุ์แท้ไม่ได้จำกัดอยู่ที่ชนชั้นสูงอีกต่อไป วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงได้ถูกขยายออกไปให้เด่นชัดในระดับสังคมมากขึ้นผ่านการเกิดขึ้นของสมาคมพัฒนาพันธุ์สุนัข (kennel club) ซึ่งถือเป็นสมาคมระดับชาติที่มีบทบาทในการกำหนดลักษณะสายพันธุ์ของหมาที่มีรวมตัวกันเป็นเครือข่ายระดับโลก กับสมาคมของชาติอื่นๆ ความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์หมาที่เคยอยู่ในมือของกลุ่มชนชั้นสูงได้ขยายไปสู่ชนชั้นกรรมกรและชนชั้นกลาง การขยายตัวของความรู้ดังกล่าวผ่านเครือข่ายขนาดใหญ่ส่งผลให้คุณค่าของการเลี้ยงหมาพันธุ์ที่แต่เดิมเป็นเรื่องของอภิสิทธิ์ชนกลายเป็นความรู้ทางวิทยาศาสตร์และมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นเรื่อย ๆ ผ่านการรับรองของสถาบันต่างๆ ทั้งในระดับชาติและในระดับโลก การกำหนดมาตรฐานสายพันธุ์ของสมาคมได้ทำให้การตัดสินใจเลี้ยงหมาของผู้เลี้ยงทั่วไปเริ่มอ้างอิงกับคุณสมบัติหรือมาตรฐานของหมาแต่ละสายพันธุ์ ซึ่งไม่ใช่เรื่องของความพึงพอใจของผู้เลี้ยงแต่เพียงปัจจัยเดียว แต่การตัดสินใจดังกล่าวก็คือการให้คุณค่าภายใต้ระบบความรู้ชุดหนึ่งเกี่ยวกับสายพันธุ์หมาเป็นหลัก²

ในปัจจุบันมีสมาคมพัฒนาพันธุ์สุนัขที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากทั่วโลกอย่างน้อย 3 สมาคม ได้แก่ Fédération Cynologique Internationale (FCI) หรือรู้จักกันในชื่อสมาพันธ์สุนัขโลก (World Canine Organization) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1911 โดยความร่วมมือของเครือข่าย 5 ประเทศหลัก ได้แก่ เยอรมนี ออสเตรีย เบลเยียม ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ The Kennel Club (KC) ของประเทศอังกฤษ ก่อตั้งในปี ค.ศ.1873 ซึ่งถือเป็นสมาคมที่เก่าแก่ที่สุดของโลก และ American Kennel Club (AKC) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อตั้งในปี 1884 สมาคมเหล่านี้ทำหน้าที่หลักในการกำหนดมาตรฐานสายพันธุ์ (breed type) และจดทะเบียนพันธุ์ประวัติหมา (pedigree) เพื่อรับรองความเป็นสายเลือดบริสุทธิ์ อย่างไรก็ตาม การกำหนดมาตรฐานของแต่ละสายพันธุ์ยังเป็นประเด็นที่ไม่ลงรอยกัน สมาคมใหญ่ๆ ระดับโลกมีความพยายามที่จะสถาปนากฎเกณฑ์ในการกำหนดต้นแบบหมาพันธุ์แท้ของตนเอง และสมาคมแต่ละแห่งจะสร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาเอง ส่งผลให้มาตรฐานสายพันธุ์ไม่ได้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก เช่น สีของหมาบางพันธุ์ไม่ถูกยอมรับให้เป็นต้นแบบสายพันธุ์ในบางองค์กร เป็นต้น ปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 100 ประเทศที่ก่อตั้งสมาคมต่างๆ ซึ่งมักจะเป็นองค์กรขนาดเล็กที่ขึ้นตรงกับสมาคมทั้ง 3 ดังที่กล่าวไปแล้ว นั่นหมายความว่า ความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์หมาของประเทศต่างๆ ในโลกถูกกำหนดจากสมาคมเพียง 3 แห่งเท่านั้น

¹ Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). *Beauty and The Beast: Human-Animal Relations as Revealed in Real Photo Postcards, 1905-1935*. p. 11.

² Susan McHugh. (2004). *Dog*. p. 60.

นอกจากปัญหาภายในที่เกิดขึ้นจากความไม่ลงรอยกันระหว่างสมาคมต่างๆ ในการกำหนดมาตรฐานสายพันธุ์แล้ว การกำหนดลักษณะมาตรฐานของสายพันธุ์ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์จากนักเคลื่อนไหวด้านสิทธิสัตว์อีกด้วย เนื่องจากการกำหนดความเป็นพันธุ์แท้ของหมามักจะพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพและลักษณะพฤติกรรมเท่านั้น หากจะกล่าวให้ถึงที่สุด ลักษณะสมบูรณ์ของหมาที่ได้รับการยอมรับล้วนมาจากการกำหนดขึ้นจากสิ่งที่มนุษย์ต้องการเห็นในตัวหมา เช่น หมาพันธุ์ Rottweiler ถูกเสนอภาพของความแข็งแรงและน่าเกรงขาม ภาพดังกล่าวจึงไปกำกับลักษณะของสีที่ได้มาตรฐาน คือต้องมีสีพื้นดำแซมด้วยสีน้ำตาลแดง เนื่องจากสีดำและสีน้ำตาลแดงสามารถให้ความรู้สึกถึงความน่าเกรงขาม สีที่ได้มาตรฐานจึงถูกขยายพันธุ์และกำหนดให้เป็นพันธุ์แท้ที่มีลักษณะสมบูรณ์ ซึ่งลักษณะเหล่านี้ก็มีผลต่อการกำหนดราคาและกำหนดคุณค่าของหมาแต่ละตัว¹

หลังการเกิดขึ้นของสมาคมพัฒนาพันธุ์หมาในประเทศต่างๆ จำนวนผู้เลี้ยงหมาในยุโรปและสหรัฐอเมริกาได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก จากที่ความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์ที่เป็นเรื่องเฉพาะของกลุ่มชนชั้นสูง กลายเป็นประเด็นที่ได้รับความนิยมในวงกว้างของการจัดจำแนกหมา แม้ว่าความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์หมาจะไม่ได้เป็นสิ่งที่ยกย่องระหว่างชนชั้นสูงกับชนชั้นอื่นแล้วก็ตาม แต่ความรู้และระบบคุณค่าที่ถูกสถาปนาขึ้นก่อนนั้นในแวดวงของชนชั้นสูงก็ตกทอดมากำหนดระบบคุณค่าและลักษณะของพันธุ์หมาในวัฒนธรรมของชนชั้นกรรมพีและชนชั้นกลางต่อไป มรดกความรู้ดังกล่าวยังนำมาซึ่งการสานต่อกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับหมา เช่น การโชว์ การประกวด การพัฒนาสายพันธุ์บริสุทธิ์ กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมที่สนับสนุนให้ความเป็นของแท้หรือพันธุ์บริสุทธิ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและสร้างความตื่นตาตื่นใจ (spectacle) ให้กับผู้ที่ยอมรับชุดความรู้และระบบคุณค่าดังกล่าว²

การประกวดหมาได้กลายเป็นพิธีกรรมสำคัญของวัฒนธรรมการเลี้ยงหมา โดยมีสมาคมเพาะพันธุ์หมาเข้ามามีส่วนในการสนับสนุน กำกับ และควบคุมการประกวดให้มีมาตรฐานเดียวกัน เกณฑ์ในการตัดสินมักจะอิงอยู่กับลักษณะทางกายภาพที่สมาคมเป็นผู้กำหนดขึ้น โดยเฉพาะจากภาพลักษณ์ของหมาพันธุ์ต่างๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดหรือแม้แต่ดีเอ็นเอของหมา หมาที่ชนะการประกวดจึงเป็นหมาประเภทที่มีลักษณะตรงตามความนิยมของผู้เลี้ยงหรือคนในแวดวงสัตว์เลี้ยง³ การประกวดหมาได้ทำให้ความรู้เกี่ยวกับพันธุ์หมาที่เพิ่งสร้างขึ้นมาได้รับการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น ดังที่เราจะเห็นความเก่าแก่และต่อเนื่องยาวนานของพิธีกรรมประกวดหมาของ Westminster Kennel Club Dog Show ซึ่งเป็นกิจกรรมการประกวดหมาแรกๆ ของคนอเมริกันที่เริ่มต้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1877 และยังเป็นผู้จัดการประกวดหมาในระดับมาตรฐานโลกที่ได้รับความนิยมที่สุดจนกระทั่งปัจจุบัน

1 Ibid. p. 61.

2 Susan McHugh. (2004). *Dog*. p. 101.

3 Ibid. p. 62.



ภาพ 4 Westminster Kennel Club Dog Show ปี ค.ศ.1897 จัดที่ Madison Square Garden

ที่มา: http://gothamist.com/2012/12/28/lets_revisit_one_of_the_gorgeous_ol.php#photo-6

ลักษณะความสมบูรณ์แบบของหมาทั้งในแง่ของรูปลักษณ์ภายนอกและพฤติกรรมที่ปรากฏต่อสาธารณะผ่านกิจกรรมการโชว์ การประกวด หรือผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ไม่เพียงแต่ส่งเสริมการรับรู้ลักษณะที่ถูกลิขิตว่าถูกต้องเท่านั้น แต่ลักษณะที่ถูกลิขิตว่าสมบูรณ์แบบยังเป็นการส่งเสริมให้หมาบางสายพันธุ์กลายเป็นลักษณะนิยมด้วย¹ หมาบางสายพันธุ์ถูกเสนอภาพของความอ่อนโยน บางสายพันธุ์ถูกเสนอภาพของความแข็งแรงและดุร้าย บางสายพันธุ์อาจถูกเสนอภาพของความน่ารักน่าเอ็นดู ซึ่งลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกก็ต้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมภายในหรือการแสดงออกด้วย สماعคมเพาะพันธุ์หมามักจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะนิสัยของสายพันธุ์ต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม พันธุ์หมาที่เป็นที่นิยมจะมีความแตกต่างออกไปขึ้นอยู่กับวิถีชีวิตที่กำหนดทิศทางของสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ตัวอย่างเช่น หมาพันธุ์ German Shepherd ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในสังคมอเมริกันช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 มาจนถึงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากเป็นพันธุ์ที่ถูกลิขิตนำเสนอผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องกับบทบาทของวีรบุรุษในสงคราม² หรือความวิตกกังวลต่อหมาพันธุ์ Pitbull ในประเทศอังกฤษช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ที่ถูกมองว่าเป็นภัยหรือความเสี่ยงในยุคสมัยใหม่ ความวิตกกังวลดังกล่าวไม่ได้เกิดจากการรับรู้ถึงลักษณะพื้นฐานของหมาพันธุ์นี้เท่านั้น แต่ผู้เลี้ยง Pitbull ยังมักจะถูกมองว่าเป็นพวกต่อต้านสังคมและมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจากมาตรฐานทางสังคมด้วย³

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 หมาในฐานะสัตว์เลี้ยงเริ่มปรากฏตัวในสื่อมากขึ้น หมากลายเป็นตัวละครสำคัญที่ปรากฏอยู่ในสื่อภาพยนตร์ สื่อโฆษณา รวมถึงหนังสือ โดยเฉพาะในสังคมอเมริกัน เรื่องของหมา

¹ Ibid. p. 61

² ดู Rebecca Frankel. (2016). *War Dogs: Tales of Canine Heroism, History, and Love.*

³ Claire Molloy. (2011). “Dangerous Dogs and The Construction of Risk.” in *Theorizing Animals: Re-Thinking Humanimal Relation.*

วีรบุรุษกับสงครามที่ถูกบ่อนเข้าสู่ตลาดบันเทิงสามารถทำเงินได้อย่างมหาศาลจากมุมมองเพื่อฝัน (romanticize) ที่คนอเมริกันมีต่อหมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของหมาที่ช่วยชีวิตทหาร หรือแม้กระทั่งบทบาทของหมาที่มีส่วนช่วยชาติให้พ้นภัยสงคราม เรื่องราวเหล่านี้เปลี่ยนการทำหน้าที่ของหมาจากสัตว์ใช้งาน ไปสู่หน้าที่สัตว์เลี้ยงที่อยู่ร่วมกับคนได้และสามารถปลุกเร้าอารมณ์ร่วมเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในความเป็นชาติให้แก่คนอเมริกันในช่วงสงครามและหลังสงครามได้ด้วย¹

ความรู้สึกต่อหมาที่เปลี่ยนไปในสหรัฐอเมริกาภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ส่งผลให้เริ่มเกิดธุรกิจเกี่ยวกับหมา² อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงรวมถึงสินค้าเกี่ยวกับสัตว์ประเภทอื่นๆ ได้ถือกำเนิดขึ้น อาทิ ชามอาหาร สายจูง หรือกรง เป็นต้น พร้อมๆ กับการเกิดขึ้นของสื่อโฆษณาเพื่อชักจูงใจให้ผู้เลี้ยงหมาเห็นถึงความสำคัญของสินค้าเหล่านี้ โดยเฉพาะการโฆษณาอาหารสัตว์ที่ใช้นาผู้ผสมพันธุ์หมา (breeder) ซึ่งมีความชำนาญในการผสมพันธุ์จนได้แชมป์มาเป็นพรีเซนเตอร์ และยังใช้ความน่าเชื่อถือของสัตวแพทย์ในการโฆษณาสินค้าที่แถมการให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงหมาด้วย นอกจากนี้ ภายหลังจากภาพยนตร์อย่าง Rin Tin Tin ที่กำลังโด่งดังในขณะนั้นก็นำภาพมาใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า โฆษณาเหล่านี้มีจุดร่วมสำคัญคือ การนำเสนอถึงความเป็นเจ้าของหมาที่ใส่ใจดูแลหมาของตนเองเป็นอย่างดี เจ้าของเหล่านี้ดูมีความรู้และมีรสนิยมชั้นเลิศในการเลือกพันธุ์หมาและการใช้สินค้าเกี่ยวกับหมาที่มีคุณภาพและสวยงาม อาจกล่าวได้ว่า การบริโภคสินค้าเกี่ยวกับหมาเหล่านี้เป็นทั้งเครื่องบ่งสถานะทางเศรษฐกิจ รสนิยม และความเพ้อฝันที่สูงขึ้นของคนอเมริกันชั้นกลางที่มาพร้อมกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาในช่วงหลังสงครามโลกได้เป็นอย่างดี

การเกิดขึ้นของสถาบันและองค์ความรู้ที่จะช่วยรับประกันชีวิตสัตว์ นักวิจัยและผู้ประกอบการกิจการสัตวแพทย์มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการผลิตซ้ำและขยายวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงให้กลายเป็นวัฒนธรรมมวลชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการริเริ่มการผลิตวัคซีนที่ใช้สำหรับป้องกันโรคในสัตว์เลี้ยงในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 และแพร่หลายในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 พร้อมๆ กับการเกิดสถานพยาบาลสัตว์ที่ให้บริการสำหรับสัตว์เลี้ยงจำนวนมากและมีการนำเครื่องมือเครื่องใช้ที่เคยใช้เฉพาะในสถานพยาบาลสำหรับคนไปประยุกต์ใช้กับสัตว์

วิชาชีพสัตวแพทย์ในฐานะนักวิทยาศาสตร์แขนงหนึ่งไม่ได้เป็นเพียงองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่ปราศจากเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกหรือเป็นวัตถุนิยม (objectivism) เท่านั้น หากแต่สัตวแพทย์นั้นเป็นอาชีพที่อ้างอิงตนเองอยู่กับเรื่องของจริยธรรมและอารมณ์ความรู้สึกในเชิงอัตวิสัยเป็นอย่างมาก สัตวแพทย์ได้รับการฝึกฝนมาทั้งในส่วนที่เป็นวิทยาศาสตร์พร้อมๆ กับการมีความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับสัตว์ คุณสมบัติที่ได้รับจากการฝึกฝนมาดังกล่าวจึงสามารถตอบสนองความคาดหวังของเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดี การรักษาหมาและสัตว์เลี้ยงอื่นๆ จึงแตกต่างจากการรักษาสัตว์ใช้งาน ในขณะที่สัตวแพทย์ที่รักษาหมาให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึกและการปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงคล้ายกับที่แพทย์ปฏิบัติต่อคนไข้ แต่การรักษาสัตว์ใช้งานอย่างวัวและควายจะไม่ค่อยมีเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกของเจ้าของและของสัตว์แพทย์มาเกี่ยวข้องมากนัก ผลก็คือการเปลี่ยนแปลงของวิธีการรักษาดังกล่าวได้สร้างมาตรฐานสำหรับการรักษาพยาบาลสัตว์เลี้ยงในยุคต่อมา

¹ Susan D. Jones. (2003). *Valuing Animals: Veterinarians and Their Patients in Modern America*. pp.116-118.

² Ibid. p. 115.

³ Ibid. p. 119.

และด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 2 ด้านของสัตว์แพทย์ก็ทำให้ผู้คนส่วนมากพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อให้หมาของตนได้รับการดูแลที่ดี¹

วัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงที่เกิดขึ้นจึงมีมิติทั้งในเชิงอารมณ์ความรู้สึกและมิติทางเศรษฐกิจ การเกิดขึ้นของสินค้าและบริการใหม่ๆ เกี่ยวกับหมาสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของมวลชนขนาดใหญ่ที่ให้ความสำคัญต่อชีวิตของสัตว์เลี้ยงในแง่ของความรู้สึกมากกว่าการคิดคำนวณความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ หากมองในแง่ประโยชน์ใช้สอย หมาโดยตัวของมันเองไม่ได้มีคุณค่ามากนักในการใช้งานเมื่อเทียบกับสัตว์ประเภทอื่นๆ แต่หมาในฐานะสัตว์เลี้ยงกลับสถาปนาคุณค่าและมูลค่าในเชิงวัฒนธรรม ทั้งที่ผ่านสมาคมเพาะพันธุ์หมา วิชาชีพสัตวแพทย์ พิธีกรรมการประกวดหมา ธุรกิจเกี่ยวกับหมา และสื่อแขนงต่างๆ ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนทำให้หมาในฐานะสัตว์เลี้ยงถือกำเนิดขึ้นในฐานะวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงในโลกตะวันตกก่อนที่จะแพร่หลายมาในประเทศไทยในช่วงเวลาที่ห่างกันไม่มากนัก

การปรากฏตัวของ “หมา” ในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึงทศวรรษ 2500

ในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึงทศวรรษ 2500 เรื่องราวของหมาได้เริ่มปรากฏในสื่อสาธารณะมากขึ้น เช่น ภาพยนตร์ นวนิยาย โฆษณา และนิตยสาร เป็นต้น เรื่องราวที่ถูกนำเสนอในสื่อได้ชี้เน้นความสำคัญของหมาในฐานะเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ให้ปรากฏตัวในวัฒนธรรมมวลชน แม้ว่าในสังคมไทยเองจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับหมาและเจ้าของที่มีความผูกพันอย่างลึกซึ้ง เช่น เรื่องราวของ “ย่าเหล” กบรีชกาลที่ 6 แต่ดังที่ได้กล่าวไปตอนต้นแล้วว่า บทความนี้ให้ความสนใจกับการที่หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยงในวัฒนธรรมมวลชน ซึ่งการกลายเป็นสัตว์เลี้ยงของหมาในวัฒนธรรมมวลชนในสังคมไทยไม่สามารถแยกออกจากการพิจารณาความรู้เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่ถูกนำเข้ามา โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์หมา

ในสังคมไทย สมาคมสัตว์เลี้ยงเป็นสมาคมแรกๆ ที่วางรากฐานความรู้เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งก่อตั้งขึ้นในช่วงทศวรรษ 2490 สมาคมดังกล่าวมิใช่เป็นเพียงการรวมกลุ่มด้วยความสนใจเฉพาะเท่านั้น แต่มีความพยายามที่จะเผยแพร่ความรู้และขยายความนิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ดังปรากฏอยู่ในวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ ว่า 1) เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงทุกชนิด 2) อบรมและเผยแพร่ความรู้ในด้านวิชาการและด้านปฏิบัติการ และ 3) เชื่อมความสามัคคีและเป็นศูนย์กลางติดต่อระหว่างผู้เลี้ยงวัตถุประสงค์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นจากการเผยแพร่ นิตยสารสัตว์เลี้ยง ซึ่งตีพิมพ์ฉบับแรกในปี พ.ศ.2498 นิตยสารสัตว์เลี้ยงจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่แนวคิดที่ว่าด้วยสัตว์เลี้ยงที่ไม่ใช่เพียงแค่การเลี้ยงสัตว์

¹ Susan D. Jones. (2003). *Valuing Animals: Veterinarians and Their Patients in Modern America.*

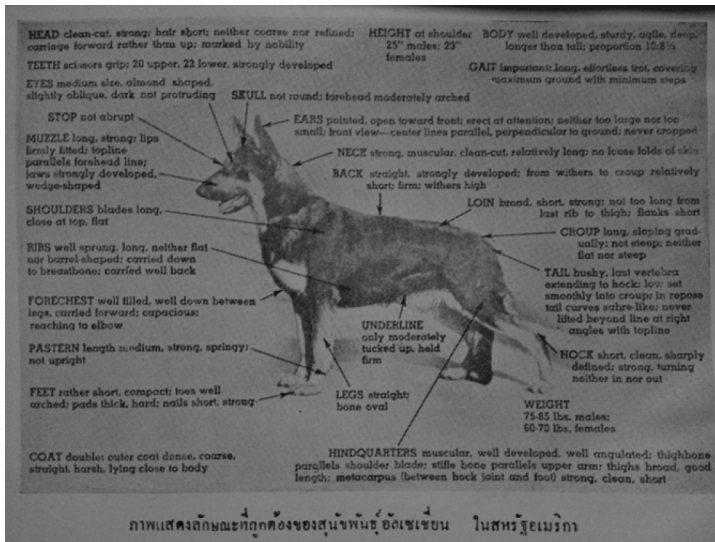


ภาพ 5 ปกนิตยสารสัตว์เลี้ยง ปี พ.ศ.2501 และ พ.ศ.2502

แม้ว่านิตยสารสัตว์เลี้ยงจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงหลากหลายชนิด เช่น ช้าง หมู หมา แมว ไก่ และนกพิราบ เป็นต้น แต่สัดส่วนของเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารดังกล่าวพบว่าเป็นเรื่องราวของหมาเป็นส่วนมาก คอลัมน์จำนวนมากในนิตยสารดังกล่าวได้นำเสนอสิ่งที่เป็นความรู้สมัยใหม่เกี่ยวกับหมา เช่น การฝึกฝนหมาให้เชื่อฟัง การสังเกตอาการของโรคและวิธีรักษา การให้อาหารที่เหมาะสม ขบวนการประกวดหมา หรือลักษณะมาตรฐานของสายพันธุ์ต่างๆ เป็นต้น

หมาที่ปรากฏในนิตยสารสัตว์เลี้ยงมักเป็นหมาสายพันธุ์ที่มีลักษณะของความแข็งแรงและน่าเกรงขาม อันได้แก่ Boxer, Doberman, Graden, Bullmastiff และ German Shepherd เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับที่กล่าวไปในส่วนของประวัติศาสตร์สัตว์เลี้ยงในสังคมอเมริกันว่าการเปลี่ยนแปลงในระดับวิถีชีวิตที่มีต่อหมาที่ได้รับอิทธิพลจากเรื่องเล่าความเป็นวีรบุรุษในสงครามของหมา ซึ่งได้รับความนิยมน้อยกว่าทว่าในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเฉพาะหมาพันธุ์ German Shepherd หรือที่รู้จักกันในอีกชื่อว่า Alsatian ที่ถูกใช้ปฏิบัติหน้าที่ทางการทหารช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 และสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือแม้กระทั่งในช่วงสงครามเย็น¹ กระแสความนิยมหมาพันธุ์ German Shepherd ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่ในสังคมไทยเองก็นิยมเลี้ยงหมาพันธุ์นี้เช่นเดียวกัน ดังที่ปรากฏอยู่ในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารสัตว์เลี้ยง ตัวอย่างเช่น ไปเชียงใหม่เพราะอัลเซเชียน กำเนิดอัลเซเชียน หรือการเสนอภาพลักษณะที่ถูกต้องของอัลเซเชียน เป็นต้น

¹ ดู Hoeflinger, Frank. (2013). "The United States Army's Use of Military Working Dogs (MWD) in Vietnam." *Saber and Scroll Journal* (2)3.



ภาพ 6 หน้าเสนอลักษณะที่ถูกต้องของอัลเซเชียน
ที่มา: สัตว์เลี้ยง (2501, พฤศจิกายน).

ความนิยมหมาพันธุ์ German Shepherd หรือ Alsatian ในสังคมไทยยังสะท้อนผ่านการเข้ามาของภาพยนตร์ Hollywood โดยในปี ค.ศ.1922 Rin Tin Tin หมาพันธุ์ German Shepherd ได้ปรากฏภายในฐานะนักแสดงสัตว์ที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชมในความสามารถด้านการแสดง Rin Tin Tin มีผลงานการแสดงถึง 27 เรื่องตลอดช่วงชีวิต¹ ซึ่งภาพยนตร์ที่นำแสดงโดย Rin Tin Tin เคยนำมาฉายในสังคมไทยด้วยเช่นกัน ด้วยมาตรฐานสายพันธุ์ของ German Shepherd ที่ถูกกำหนดจาก American Kennel Club เสนอภาพลักษณ์ของความแข็งแรง ฉลาด และภักดีต่อเจ้าของ ประกอบกับในภาพยนตร์ที่ Rin Tin Tin แสดงบทบาทของหมาที่เป็นวีรบุรุษทำหน้าที่ปราบคนชั่วและพิทักษ์คนดี อีกทั้งภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพของความจงรักภักดีของหมาพันธุ์ดังกล่าวต่อเจ้าของอย่างยิ่งยวด² ส่งผลให้หมาพันธุ์ German Shepherd ได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้นทั้งในสังคมอเมริกันและสังคมไทย ดังปรากฏในนิตยสารสัตว์เลี้ยง ฉบับปี พ.ศ.2501 ความตอนหนึ่งว่า

“...การที่อัลเซเชียนได้รับความนิยมจากชาวโลกรวดเร็วและกว้างขวางอย่างไฟลามทุ่งนั้น คงเป็นเพราะดาราน้องริน-ติน-ติน กับ สตรองฮาร์ท ช่วยเผยแพร่ความฉลาดของอัลเซเชียนได้มาก หลังมหาสงครามโลกครั้งที่ 1”³

และ “...อัลเซเชียนดาราน้องสองตัว คือ ‘ริน-ติน-ติน’ กับ ‘สตรองฮาร์ท’ ริน-ติน-ติน นั้นมีผู้รู้จักกันในเมืองเรากว้างขวางกว่าสตรองฮาร์ท มันเป็นลูกสุนัขสงครามเก่งกล้า สามารถแสดงหนังได้ดีมาก แต่มันเป็นอัลเซเชียนไม่งาม...”⁴

¹ ดู Susan Orlean. (2011). *Rin Tin Tin: The Life and the Legend*.

² Susan McHugh. (2004). *Ibid*. p. 118.

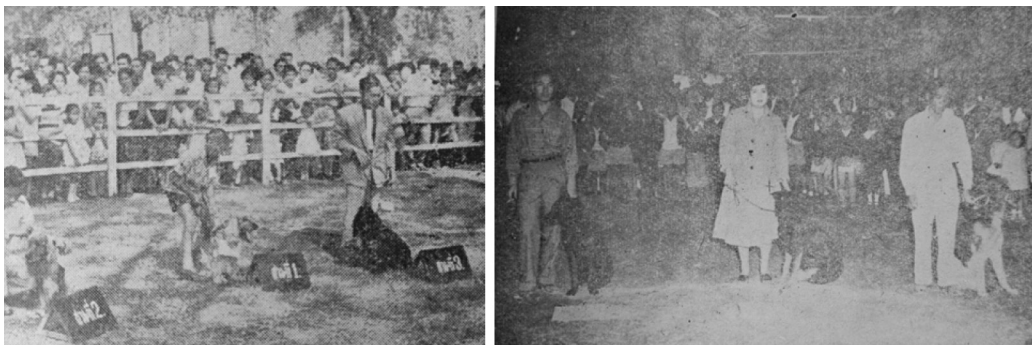
³ สัตว์เลี้ยง (2501, มกราคม). หน้า 57.

⁴ แหล่งเดิม. หน้า 56.

บทบาทที่หมากกลายเป็นวีรบุรุษไม่ได้ปรากฏแต่เฉพาะในภาพยนตร์เท่านั้น Laika หมากที่ได้รับ การฝึกเพื่อเตรียมความพร้อมปฏิบัติภารกิจโคจรรอบโลกถูกส่งขึ้นไปกับยานอวกาศ Sputnik 2 โดยทีมของ สหภาพโซเวียต เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน ค.ศ.1957 Laika เป็นหมาตัวแรกที่ถูกส่งออกไปจากพื้นโลกและ ตายหลังจากเริ่มภารกิจภายในไม่กี่ชั่วโมง Laika กลายเป็นหมากที่ได้รับการกล่าวขานถึงในฐานะผู้กล้าหรือ ผู้เสียสละ แต่มักจะไม่ถูกพูดถึงในฐานะเครื่องมือทดลองในการส่งสิ่งมีชีวิตออกสู่อวกาศก่อนที่จะส่งมนุษย์ ขึ้นไป ชั่วคราวตายของ Laika ปรากฏอยู่ในนิตยสารสัตว์เลี้ยงในคอลัมน์วงการสัตว์เลี้ยงในต่างประเทศ เช่น สวิตส์เซอร์แลนด์จะสร้างอนุสาวรีย์ให้โลก้า พระญี่ปุ่นจะทำพิธีสวดวิญญานของโลก้า เป็นต้น เรื่องราวของ Laika ยังถูกผลิตซ้ำในฐานะเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และสังคมไทยรู้จัก Laika ในฐานะหมาตัวแรกของ โลกที่เดินทางสู่อวกาศ

ดังตัวอย่างเรื่องราวของ Rin Tin Tin และ Laika ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารสัตว์เลี้ยงช่วงทศวรรษที่ 2500 ในฐานะสัตว์ที่เป็นเพื่อนที่ซื่อสัตย์ของมนุษย์และมีส่วนช่วยในความก้าวหน้าหรือความสงบสุขของ สังคม ภาพของความสามารถของหมา ความภักดีต่อเจ้าของ รวมถึงการทำประโยชน์เพื่อมวลมนุษยชาติ มุมมองเหล่านี้มีส่วนในการเน้นย้ำความหมายของหมาในฐานะสัตว์เลี้ยงที่เป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ ในสังคมไทย

นอกจากภาพของหมาที่ปรากฏในสื่อจะมีส่วนในการสร้างความหมายใหม่ให้กับหมาแล้ว การประกวดหมาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยก็มีส่วนอย่างยิ่งในการทำให้ผู้คนรับรู้และเข้าถึงระบบคุณค่าชุดใหม่ ของหมาได้เป็นอย่างดี ในปี พ.ศ.2498 องค์การสวนสัตว์ฯ ร่วมกับสมาคมส่งเสริมการเลี้ยงสุนัข ซึ่งเป็น สมาคมที่ก่อตั้งขึ้นในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันกับสมาคมสัตว์เลี้ยงได้จัดให้มีการประกวดหมาและแมวขึ้น ณ สวนสัตว์ดุสิตและมีการจัดประกวดอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีในช่วงเวลานั้น¹ ไม่เพียงแต่ใน เขตกรุงเทพฯ เท่านั้นที่จัดให้มีการประกวดหมา ในงานฉลองวันขึ้นปีใหม่เร็นเริงฤดูหนาวปี พ.ศ.2502 ของจังหวัดเชียงใหม่ก็ได้จัดให้มีการประกวดหมาขึ้นเป็นครั้งแรกโดยใช้ชื่อว่า “การชุมนุมสุนัข”²



ภาพ 7 การประกวดหมาที่สวนสัตว์ดุสิต ปี พ.ศ.2502

ที่มา: สัตว์เลี้ยง (2502, กุมภาพันธ์). หน้า 14.

¹ สัตว์เลี้ยง (2502, กุมภาพันธ์). หน้า 14.

² แหล่งเดิม. หน้า 32.

กิจกรรมการประกวดหมาที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับหมาพันธุ์แท้ เช่น ینگานประกวดหมาที่สวนสัตว์ดุสิตในปี พ.ศ.2502 มีหมาเข้าร่วมประกวดจำนวน 132 ตัว¹ ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นหมาพันธุ์แท้ ดังตัวอย่างที่ปรากฏในนิตยสาร สัตว์เลี้ยงตอนหนึ่งว่า

“...วันที่ 25 มกราคม 2502 สุนัขที่ส่งเข้าประกวดมีสุนัขพันธุ์อัลเซเชียน, บ็อกเซอร์, ปักกิ่ง, คอลลี, ค็อกเกอร์, ดัชชุน, โดเบอร์แมน, เกรตเดน, เป็นสุนัขพันธุ์ต่างประเทศทั้งสิ้น แต่เกิดในประเทศไทยก็มี มีสุนัขพันธุ์ไทยแท้ 1 ตัว และหมาจุกอีก 2 ตัว ไม่พอจะแยกเป็นประเภท จำเป็นต้องเข้าประกวดในประเภทอื่น”²

“...เป็นที่น่าสังเกตว่าตั้งแต่มีการประกวดสุนัขประจำเมื่อประมาณ 4-5 ปีมาแล้ว และได้แยกประเภทสุนัขไทยไว้ต่างหากประเภท 1 ไม่น่าจะมีผู้คนนำเข้าส่งประกวดเลย อย่างมากเพียง 5-6 ตัว และบางตัวหมาที่วิ่งเพ่นพ่านตามข้างถนนสวยกว่า อาจเป็นเพราะเหตุหลายประการ เช่น เป็นของที่มีอยู่แล้วเป็นธรรมดา ไม่มีผู้ใดซื้อผู้ใดขายกันเป็นเงินทองเหมือนหมาต่างประเทศ...”³

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ความรู้หรือความเข้าใจต่อคุณค่าของหมาพันธุ์แท้หรือ “หมาต่างประเทศ” ที่ปรากฏในนิตยสารสัตว์เลี้ยงในช่วงทศวรรษ 2500 ไม่เพียงแต่สะท้อนการให้คุณค่าต่อหมาพันธุ์แท้เท่านั้น แต่ความเข้าใจดังกล่าวยังเป็นการแยกประเภทให้กับหมาที่ไม่ถูกรับรองความเป็นสายพันธุ์บริสุทธิ์ กลายเป็นหมาอีกประเภทที่ไม่มีค่าทั้งในแง่การประกวดและในแง่ของมูลค่าการซื้อขาย เนื่องจาก “หมาไทย” จำนวนมากเป็นหมาที่ไม่ได้รับการรับรองจาก “สมาคมพัฒนาพันธุ์สุนัขในระดับนานาชาติ” และเป็นหมาที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป กระทั่งมีการผลักดัน “หมาพันธุ์ไทย” ให้ได้รับการยืนยันความเป็นพันธุ์แท้จากสมาคมฯในระดับนานาชาติ จึงทำให้ “หมาพันธุ์” กลายเป็นหมาที่ถูกละเลยและมีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมและเชิงเศรษฐกิจเช่นเดียวกับ “หมาต่างประเทศ” โดยหมาพันธุ์ไทยหลังอาณได้รับ การรับรองแบบชั่วคราวจากสมาพันธ์สุนัขโลก หรือ FCI ในปี พ.ศ.2536 ก่อนจะถูกรับรองให้เป็นหมาพันธุ์แท้อย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2546 รวมถึงหมาพันธุ์ไทยบางแก้วที่เพิ่งได้รับการรับรองแบบชั่วคราวในปี พ.ศ.2554 ที่ผ่านมา

การขยายตัวของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงในสังคมไทย โดยเฉพาะจากอิทธิพลของสื่อที่มีส่วนในการเสนอภาพของความเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ของหมา รวมถึงความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์ที่กำหนดคุณค่าให้กับหมาแต่ละประเภทดังที่ได้กล่าวไปแล้ว วัฒนธรรมดังกล่าวก็ได้อาศัยและสนับสนุนให้เกิดสถาบันทางสังคมจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นมารองรับการขยายตัวนี้ เช่น คณะสัตวแพทย์ โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์ ร้านอาบน้ำตัดขน เวทีการประกวดหมา รวมถึงโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น สำหรับการรักษาพยาบาลสัตว์เลี้ยงแบบสมัยใหม่

¹ สัตว์เลี้ยง (2502, กุมภาพันธ์). หน้า 10.

² แหล่งเดิม. หน้า 5.

³ แหล่งเดิม. หน้า 5.

ในช่วงทศวรรษ 2500 นับว่าเป็นการเริ่มต้นของความพยายามในการแยกประเภทการรักษาสัตว์เลี้ยงออกจากการรักษาปศุสัตว์เพื่อรองรับการขยายตัวของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ทศวรรษ 2490 แต่ก็ยังไม่มีสถาบันทางสังคมที่เฉพาะมารองรับการขยายตัวของความนิยมในสัตว์เลี้ยง ดังปรากฏในบทความนิตยสารสัตว์เลี้ยงตอนหนึ่งว่า

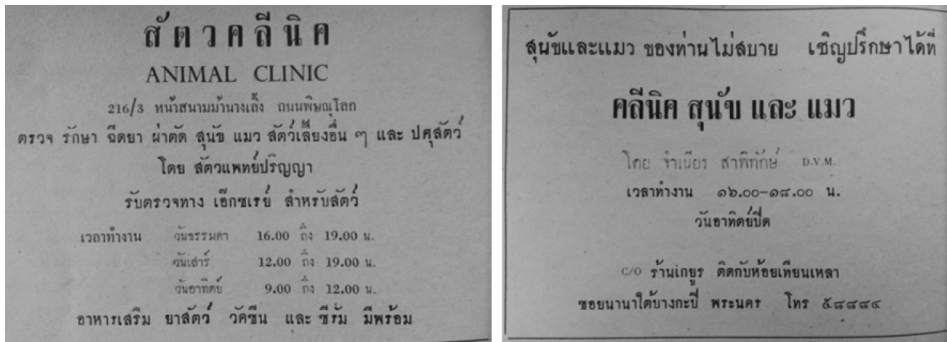
“...ประชาชนในพระนครเพิ่งมารู้จักเข้าหาสัตวแพทย์เมื่อสามปีนี่เอง ก่อนหน้าก็มีบ้างแต่น้อยมาก การที่ประชาชนนักเลี้ยงสัตว์ตระหนักในความสำคัญของสัตวแพทย์ก็เพราะเขาเพิ่งได้รับความรู้มาว่า สัตว์เลี้ยงของเขาจะรอดตายถ้าได้หมอสัตว์มารักษา ไม่ควรปล่อยให้ตายไปโดยหลงเชื่อวาทันผิตๆ แต่ถ้าเรามองในวงการของสัตวแพทย์หรือหมอรักษาสัตว์แล้วก็ยังพบเห็นว่า วงการสัตวแพทย์ในงานสำหรับสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เลี้ยงนี้ยังแคบมากจะพูดกันว่าทำไปตามทำนองเพลงจะเหมาะกว่า ทั้งนี้เพราะเราไม่มีสถาบันค้นคว้าทดลองรักษาสัตว์เล็ก เรามีแต่สัตวแพทย์สำหรับมุ่งรักษาสัตว์ใหญ่แล้วมาดัดแปลงสนใจรักษาสัตว์เล็กเพื่อรายได้พิเศษ...”¹

“...ความต้องการหมอสัตว์รักษาสัตว์เลี้ยงนี้ เกิดขึ้นเพราะการเลี้ยงสัตว์เจริญขึ้น มีนิตยสารเผยแพร่ความรู้ แนะนำอบรมผู้เลี้ยงให้เข้าใจ เมื่อประชาชนเลี้ยงสัตว์มากขึ้นมีความต้องการหมอสัตว์รักษาสัตว์เลี้ยงของตนตามคำแนะนำที่ตนพบอ่านมา เมื่อมี Demand ก็ต้องมี Supply ผู้เขียนจึงเห็นว่าควรถึงเวลาแล้วที่เราจะมีสัตวแพทย์ที่รู้จักจริงในทางรักษาสัตว์เล็ก มีสถาบันค้นคว้าทดลองรักษาสัตว์เล็ก และรัฐบาลควรเป็นเจ้าของด้วย...”²

ตั้งแต่ทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา มีการเรียกร้องให้หน่วยงานภาครัฐดำเนินการอย่างจริงจังเกี่ยวกับการเร่งสร้างสัตวแพทย์ให้มีความเชี่ยวชาญด้านสัตว์เล็ก แม้ขณะนั้นจะเกิดคณะสัตวแพทย์ศาสตร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยขึ้นมาแล้วก็ตาม แต่โดยส่วนมากแล้วการเรียนการสอนยังเน้นหนักไปที่การปฏิบัติงานด้านการปศุสัตว์ ความต้องการสัตวแพทย์สำหรับสัตว์เล็กในสังคมไทยก็ไม่ต่างกับสังคมอเมริกันในช่วงเวลาเดียวกันที่ให้ความสำคัญกับการรักษาพยาบาลสัตว์เลี้ยง คือช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และจากข้อความในนิตยสารสัตว์เลี้ยงข้างต้น สะท้อนว่าความต้องการบริการทางการแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยงเกิดขึ้นด้วยเหตุที่ผู้คนได้รับความรู้ว่าสัตว์เลี้ยงสามารถรักษาได้โดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นั่นก็คือสัตวแพทย์ ส่วนหนึ่งมาจากการได้รับความรู้จากสื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะสื่อประเภदनิตยสารเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งในนิตยสารสัตว์เลี้ยงมักจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสังเกตอาการของโรคในสัตว์เลี้ยง และข้อเสนอแนะในการรักษาเบื้องต้น มีคอลัมน์สำหรับตอบปัญหาเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง มีโฆษณาและวัคซีนสำหรับป้องกันโรคและรักษาสัตว์เลี้ยง รวมถึงยังมีการโฆษณาคลินิกที่เปิดให้บริการสำหรับสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ

¹ สัตว์เลี้ยง (2501, พฤศจิกายน). หน้า 34.

² แหล่งเดิม. หน้า 34.



ภาพ 8 โฆษณาบริการทางการแพทย์สำหรับสัตว์ในนิตยสารสัตว์เลี้ยง
ที่มา: สัตว์เลี้ยง (2502, กุมภาพันธ์).

จากตัวอย่างของสถาบันทางสังคมที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเกิดขึ้นช่วงทศวรรษ 2490 สามารถทำให้เห็นภาพการขยายตัวของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี แม้จะมีสถาบันทางสังคมที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของมุมมองที่มีต่อหมาในสังคมไทย แต่สถาบันที่สำคัญที่มีส่วนในการกำหนดระบบคุณค่าให้กับหมาให้เป็นสัตว์เลี้ยงนั้น ก็คือความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์หมาที่ถูกสถาปนาขึ้นตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 ในยุโรปและอเมริกาและขยายตัวอย่างรวดเร็วในกลางศตวรรษที่ 20 หรือในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ผ่านการให้ความหมายกับหมาในฐานะเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์นั่นเอง

สรุป

ภาพของหมาในสังคมไทยที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ในช่วงทศวรรษ 2490 ถึงทศวรรษ 2500 ที่มีส่วนอย่างสำคัญในการกำหนดและเปลี่ยนแปลงวิถีคิดเกี่ยวกับหมา ซึ่งมุมมองดังกล่าวได้ขยายไปเป็นวัฒนธรรมมวลชนโดยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะการเกิดมุมมองที่ว่าหมาเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ ดังนั้นการเข้ามาของความรู้สมัยใหม่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในสังคมไทยในช่วงเวลาดังกล่าว มีผลทำให้ความหมายของหมาเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ หมาเพียงกลายเป็นสัตว์เลี้ยงเมื่อทศวรรษ 2490 ก่อนหน้านั้นหมายังไม่อยู่ในความคิดคำนึงและยังเป็นเพียงสัตว์เลี้ยงเพื่อการใช้ประโยชน์ไม่ต่างจากสัตว์ประเภทอื่นๆ มากไปกว่านั้น ก่อนหน้าทศวรรษ 2490 หมายังเป็นสิ่งที่ถูกกีดกันออกจากพื้นที่ของความเป็นมนุษย์ เนื่องด้วยความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์นั้นวางอยู่บนลักษณะของสภาวะคู่ขนาน (parallelism) แต่การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมสัตว์เลี้ยงได้ทำลายโลกคู่ขนานที่แยกแยะระหว่างมนุษย์กับสัตว์ ในวัฒนธรรมดังกล่าวนี้เองที่มนุษย์ได้สถาปนาอำนาจเหนือชีวิตสัตว์อย่างสมบูรณ์ การสถาปนาอำนาจดังกล่าวเกิดขึ้นผ่านการควบคุมชีวิตสัตว์ในแทบทุกมิติ และสิ่งที่เคยแยกแยะระหว่างมนุษย์กับสัตว์ก็ได้ถูกทำลายลงเมื่อ “หมากลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่ไม่ใช่แค่การเลี้ยงสัตว์”

บรรณานุกรม

- Arnold Arluke and Robert Bokdan. (2010). *Beauty and The Beast: Human-Animal Relations as Revealed in Real Photo Postcards, 1905-1935*. New York: Syracuse University Press.
- Claire Molloy. (2011). "Dangerous Dogs and The Construction of Risk." *Theorizing Animals: Re-Thinking Humanimal Relation*. pp. 107-128.
- Frank Hoeflinger. (2013). "The United States Army's Use of Military Working Dogs (MWD) in Vietnam." *Saber and Scroll Journal* (2)3. pp. 76-83.
- John Berger. (1980). "Why Look at Animals?" *About Looking*. New York: Pantheon, pp. 1-28.
- Keith Thomas. (1984). *Man and the Natural World: Changing Attitudes in England 1500-1800*. Penguin.
- Rebecca Frankel. (2016). *War Dogs: Tales of Canine Heroism, History, and Love*. New York: St. Martin's Press.
- Susan D. Jones. (2003). *Valuing animals : veterinarians and their patients in modern America*. Baltimore & London: The Johns Hopkins University Press.
- Susan McHugh. (2004). *Dog*. London: Reaktion Books.
- Susan Orlean. (2011). *Rin Tin Tin: The Life and the Legend*. New York: Simon & Schuster.
- สัตว์เลี้ยง (2501, มกราคม); (2501, พฤศจิกายน); (2502, กุมภาพันธ์).