

กระบวนการสะสมทุน แปลงทุน ขยายทุน ของ “อาทิวราห์ คงมาลัย” ในการวิ่งมาราธอนเพื่อช่วยเหลือสังคม

THE PROCESS OF THE ACCUMULATION, TRANSFORMATION, AND EXTENSION OF CAPITAL FOR SOCIAL DEVELOPEMENT: CASE STUDY ARTIWARA KONGMALAI

อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์*

*R-titaya Supsinwiwat**

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration.

*Corresponding author, e-mail: noon_imp@hotmail.com

Received: 11 March 2021; **Revised:** 21 June 2021; **Accepted:** 22 July 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสะสมทุน แปลงทุน ขยายทุน ของดารานักวิ่งมาราธอนไทย โดยเลือกศึกษาแบบเจาะจง จากการใช้เกณฑ์การคัดเลือกเพื่อให้ได้ดารานักวิ่งมาราธอนที่ตรงกับเกณฑ์มาศึกษา ได้แก่ อาทิวราห์ คงมาลัย รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบสื่อตั้งเดิม สื่อเฉพาะกิจ (สื่อกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น ได้แก่ อีเวนต์) สื่อเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ส่วนบุคคลของดารานักวิ่งมาราธอน และการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์ แบ่งช่วงการศึกษา ทั้งหมด 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 ภูมิหลังของดารานักวิ่งมาราธอน (Historical Background) ช่วงที่ 2 ช่วงเวลาที่อยู่ในแวดวงบันเทิง (Entry Entertainment Industry) ช่วงที่ 3 ช่วงเวลาการเป็นดารานักวิ่งมาราธอน (Entry Sport-Entertainment Industry) ผลการศึกษพบว่า การเป็นดารานักวิ่งมาราธอนไทยที่ได้ใช้การวิ่งมาราธอนไปสู่การช่วยเหลือสังคม เป็นการขยายแวดวงจากการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง มาสู่แวดวงกีฬา มีทุนสัญลักษณ์จากชื่อเสียงที่เกิดขึ้นในแวดวงบันเทิงผ่านการถูกนำเสนอของสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนได้สร้างชื่อเสียงนั้นให้และให้การรับรอง (Status Conferral) ในการเป็นคนดัง แต่การวิ่งมาราธอนต้องใช้ทุนทางด้านร่างกายที่ต้องเกิดจากการสะสมและสร้างขึ้นเอง โดยอาทิวราห์ คงมาลัย มีทุนวัฒนธรรมทางด้านกีฬาตั้งแต่ก่อนเข้าสู่แวดวงบันเทิง มีแรงจูงใจในการวิ่งมาราธอน และได้เพิ่มทุนวัฒนธรรมความรู้เรื่องการวิ่งมาราธอน ประกอบกับการนำเสนอของสื่อมวลชนในภาพลักษณ์ทางด้านกีฬาจนเป็นที่ยอมรับผ่านการเป็นฟรีเซนเตอร์สินค้ากีฬา มีงานที่เกี่ยวกับการวิ่งมาราธอน จนกระทั่งนำไปสู่การใช้การวิ่งมาราธอนแปลงทุนเพื่อช่วยเหลือสังคม ดังเช่น อาทิวราห์ คงมาลัย ที่ได้จัดทำโครงการก้าวคนละก้าว ไปสู่การก่อตั้งมูลนิธิก้าว โดยใช้การวิ่งมาราธอนเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร

คำสำคัญ: กระบวนการสะสมทุน แปลงทุน ขยายทุน ดารา วิ่งมาราธอน

Abstract

The objectives of this research are to study the process of the accumulation, transformation, and extension of capital of Thai Marathon Runner Celebrity. The article is qualitative research with purposive samples; Artiwaru Kongmalai analyzed within the criteria of Thai Marathon Runner Celebrity. This research used both in-depth interviews and analyzing media documents; traditional media and new media, to collect the data. The period in this research is composed of Historical Background, Entry Entertainment Industry, and Entry Sport-Entertainment Industry. The outcome of the research reveals that Thai Marathon Runner Celebrity using the capital extended from the entertainment field to the sports field according to the popularities and the status conferral given by the press to create social development. To be accepted in the sports field, Thai Marathon Runner Celebrity has to create and accumulate body capital, has the motivation, has knowledge about marathon running, and be presented in mass media as the image of the sportsperson. Moreover, they should participate in marathon running events and be the presenter for sports products. They could use their capital to contribute to society such as the Kaokonlakao Project and the Kaokonlakao Foundation by Artiwaru Kongmalai.

Keywords: Accumulation of Capital, Transformation of Capital, Extension of Capital, Celebrity, Marathon Running

บทนำ

การศึกษาเรื่อง ดารานักวิ่งมาราธอนไทย คือ การศึกษาที่มีความแตกต่างจากการศึกษานักวิ่งมาราธอนทั่ว ๆ ไป โดยที่ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมานำเสนอ คือดาราที่มารวิ่งมาราธอน เป็นผู้ที่มีผลงานประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง โดดเด่น เป็นที่รู้จัก และมีความเป็นนักวิ่งมาราธอนคือ มีการฝึกฝนการวิ่งมาราธอนอย่างจริงจัง และผ่านการวิ่งในระยะมาราธอน โดยยังคงสภาพอาชีพอยู่ในแวดวงบันเทิง และได้รับการนำเสนอบทบาทความเป็นดาราและบทบาทการเป็นนักวิ่งมาราธอนผ่านสื่อไปพร้อม ๆ กัน ได้รับความสนใจจากสังคม และมีเป้าหมายในการวิ่งมาราธอนเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น การวิ่งมาราธอนเพื่อต้องการเปลี่ยนแปลงตัวเองไปในทางที่ดีขึ้น (เป็นพื้นฐานแรกๆของเป้าหมายในการวิ่งมาราธอน) จนนำไปสู่การวิ่งมาราธอนเพื่อต้องการขับเคลื่อนสังคม ในกรณีของอาทิวราห์ คงมาลัย ที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา

ผู้วิจัยสนใจการขยายแวดวง (Field) ของบุคคลในแวดวงบันเทิงที่เป็นผู้นำทางความคิด ในเรื่องการวิ่งมาราธอน ซึ่งในอดีตเป็นที่ที่ไม่ได้รับความนิยมหากเปรียบเทียบกับกีฬาชนิดอื่น ทั้งในมุมมองของผู้เล่นและในมุมมองของผู้ชม [1] จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2555 ทางบริษัทจีทีเอช ได้นำเสนอภาพยนตร์เรื่อง รัก 7 ปี ดี 7 หน ในตอนที่ 3 ที่มีชื่อตอนว่า 42.195 ได้มีการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับการวิ่งมาราธอน ด้วยประโยคที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์คือ "ถ้าคุณอยากวิ่ง คุณวิ่งแค่กิโลเดี๋ยวก็พอ แต่ถ้าคุณอยากพบชีวิตใหม่ คุณค่อยมารวิ่งมาราธอน" ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ทั้งการใช้ประโยคประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดน่าสนใจและประกอบกับนักแสดงที่มีชื่อเสียงทำให้เกิดกระแสการพูดถึงเรื่องการวิ่งมาราธอนเพิ่มมากขึ้น ต่อเนื่องจากภาพยนตร์ คือ ทางบริษัทจีทีเอช ได้ทำกิจกรรมร่วมกับสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส) กับการจัดวิ่งสู่วิตใหม่ ในวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ที่บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้าที่มีระยะทางการวิ่ง 10 กิโลเมตร และ 5 กิโลเมตร โดยได้นำนักแสดงในสังกัดมาร่วมวิ่งเพื่อเป็นการปลุกกระแสการออกกำลังกายให้กับคนไทย ซึ่งในงานวันนั้น มีนักแสดงและศิลปินที่มีชื่อเสียงหลายคนมาร่วมวิ่งในครั้งนี้ โดยที่บางคนเป็นการวิ่งในระยะทางที่ไกลต่อเนื่อง 10.5 กิโลเมตร เป็นครั้งแรก เช่น อาทิวราห์

กงมาลัย (ตูน Bodyslam) นาวิน เยาวพลกุล เฉลิมพล ทิพย์พรธีรวิทย์ (แจ๊ค แฟนฉัน) ยุทธนา บุญอ้อม ที่เข้าร่วมการแข่งขันในระยะสั้น [2] ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการวิ่งที่เริ่มเข้ามาสู่พื้นที่ของสื่อมากขึ้น และเป็นสื่อข้ามประเภท นั่นก็คือสื่อบันเทิง โดยมีบุคคลในแวดวงบันเทิงที่ได้วิ่งอย่างต่อเนื่องไปจนถึงระยะมาราธอน และกลายมาเป็นผู้นำทางความคิดในด้านวิ่งมาราธอน เช่น อาทิวราห์ คงมาลัย ณัฐ ตักดาทร ยศวดี หัสดีวิจิตร ทั้งนี้ไม่ใช่อาชีพที่ทำเป็นปกติวิสัย แต่จากที่บุคคลที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลเพราะเป็นผู้นำทางความคิดได้นั้น ด้วยเพราะการมีทุนที่ต่างกันตามแนวคิดของปีแอร์บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ที่ได้เขียนถึงเรื่อง การขยายแนวคิดเกี่ยวกับ “ทุน” (Capital) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) [3] ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของการแสวงหาผลประโยชน์ให้กว้างออกไป ปีแอร์บูร์ดิเยอได้ขยายประเภทของทุนจากทุนเศรษฐกิจออกไปเป็นทุนทางศาสนา/ทุนทางวัฒนธรรม โดยได้นิยามคำว่า “ทุน” ใหม่ สิ่งใดจะมีสถานะกลายเป็นทุนได้นั้น ก็เมื่อสิ่งนั้นได้ทำหน้าที่ในฐานะ “ความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม” (Function as a Social Relation of Power) ปีแอร์บูร์ดิเยอยังได้เสนอว่าทั้งทุนทางเศรษฐกิจและทุนอื่น ๆ สามารถขยายทุนไปมาซึ่งกันและกันได้ ผู้วิจัยมีความเห็นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชื่อเสียงของบุคคลในแวดวงบันเทิงที่เอื้อต่อการขยายไปสู่พื้นที่ใหม่ได้กว้างกว่าบุคคลทั่วไป จนกลายเป็นดารานักวิ่งมาราธอน หรือบุคคลต้นแบบ (ฮีโร่) ในการวิ่งมาราธอนในสังคมไทย ปลูกกระแสให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมและความสนใจในกีฬาประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาที่น่าสนใจในประเด็นเรื่องการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นสิ่งจูงใจทำให้ประชาชนสนใจในสิ่งที่ทำ หรือสินค้าที่จะทำการประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับ Shuart, J. [4] ที่ศึกษาเรื่อง Heros in Sport: Assessing Celebrity Endoser Effectiveness เกี่ยวกับคนดังและฮีโร่ในกีฬา มีอิทธิพลกับผู้บริโภคทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่มีชื่อเสียง การวิ่งมาราธอนนั้น นอกจากจะทำให้เกิดความแข็งแรงทางด้านจิตใจและร่างกาย สร้างความมีชื่อเสียงเปลี่ยนแปลงตัวเองของบุคคลในแวดวงบันเทิงได้แล้ว ยังส่งผลต่อการเป็นผู้นำที่มีอิทธิพลทางด้านกีฬามาราธอน อันเป็นที่สนใจของสื่อมวลชนในสื่อต่าง ๆ ไปให้รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และยังสามารถสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้ เช่น กรณีของอาทิวราห์ คงมาลัย ที่ได้นำการวิ่งมาราธอนมาเป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือสังคม ดังนั้นการวิ่งมาราธอน ประกอบกับการที่คนที่มีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมวิ่งมาราธอน เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ด้วยต้นทุนทางสังคมที่มีมากกว่าคนธรรมดา และการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมในการวิ่งมาราธอน ทำให้พัฒนาทักษะความสามารถในการวิ่งมาราธอนได้แตกต่างกันออกไป โดยอาทิวราห์ คงมาลัย ได้ใช้ทุนในการส่งเสริมแปลงทุน และขยายทุนไปสู่การช่วยเหลือสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการส่งเสริมทุน แปลงทุน ขยายทุน ของดารานักวิ่งมาราธอนไทย กรณีศึกษา อาทิวราห์ คงมาลัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาแบบเจาะจง จากการใช้เกณฑ์การคัดเลือกเพื่อให้ได้ดารานักวิ่งมาราธอนที่ตรงกับเกณฑ์มาศึกษา มุ่งเน้นการทำความเข้าใจ สถานการณ์ หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งในเชิงลึก โดยวิธีการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ เก็บบันทึกจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาสรุปเป็นผลการศึกษา [5]

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

จากวัตถุประสงค์ในทุกข้อที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่างมาจากการเลือกศึกษาแบบเจาะจง ซึ่งใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะเหมือนกัน แต่วิธีการและการเก็บรวบรวมข้อมูล ระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล

จะมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ โดยกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้คัดเลือกการเลือกศึกษาแบบเจาะจง โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลที่จะมาใช้ในการศึกษา ดารานักวิ่งมาราธอนไทยที่มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยอาจจะเป็นนักร้อง หรือ นักแสดง หรือ พิธีกร หรือ เป็นมากกว่า 1 บทบาทในวงการบันเทิง
2. เคยผ่านการวิ่งมาราธอน ระยะ 42.195 กิโลเมตร (IAAF, 1921) โดยต้องเคยผ่านการวิ่งลงรายการที่มีการบันทึกสถิติ (Record) อย่างเป็นทางการ
3. ได้วิ่งมาราธอนและเริ่มนำเสนอตัวเองผ่านสื่อหลังช่วงปี พ.ศ. 2555 หลังจากช่วงที่ภาพยนตร์รัก 7 ปี ดี 7 หน ออกฉาย
4. ได้รับการสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหรืองานที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย
5. ได้รับการนำเสนอภาพการเป็นดารานักวิ่งมาราธอนจากสื่อมวลชน
6. มีการใช้สื่อเพื่อนำเสนอภาพการเป็นดารานักวิ่งมาราธอนของตนเอง

ในกรณีนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเกณฑ์ ได้แก่ อาทิวราห์ คงมาลัย หรือ ตูน Bodyslam ศิลปิน นักร้อง นักแต่งเพลง เริ่มทำงานเพลงครั้งแรก พ.ศ. 2540 ปัจจุบันสังกัด Genie Record (GMM Grammy) โดยเริ่มมีบทบาทการเป็นนักวิ่งมาราธอนและปรากฏผ่านสื่อในการวิ่งมาราธอนครั้งแรก ในงานกรุงเทพมหานครมาราธอน ในปี พ.ศ. 2556 และยังคงวิ่งต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนสินค้าที่เกี่ยวข้อง กีฬาคือ ผลิตภัณฑ์กีฬา NIKE และเครื่องตีมีซูกำลัง หลังจากเริ่มวิ่งเพื่อต้องการออกกำลังกาย ตูน ได้เปลี่ยนจากการวิ่ง เพื่อการออกกำลังกายเป็นการช่วยเหลือสังคม โดยในปี พ.ศ. 2559 ได้จัดการวิ่งโครงการ ก้าวคนละก้าว เพื่อโรงพยาบาลบางสะพาน ระดมเงินซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้โรงพยาบาลบางสะพาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ รวมระยะทาง 400 กิโลเมตร และในปี พ.ศ. 2560 ได้จัดวิ่งโครงการ ก้าวคนละก้าวเพื่อ 11 โรงพยาบาล โดยวิ่งจาก อ.เบตง จ.ยะลา ถึง อ.แม่สาย จ.เชียงราย รวมระยะทาง 2,215 กิโลเมตร ซึ่งการวิ่งในโครงการก้าว เป็นการใช้การวิ่งเป็นสื่อเพื่อที่จะหาเงินช่วยเหลือโรงพยาบาลซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ และต้องการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพของทุกคนด้วยการออกกำลังกายเพื่อที่จะลดอาการเจ็บป่วยและหลีกเลี่ยงการเข้าโรงพยาบาล หลังจากจบโครงการ ในปี พ.ศ. 2562 ได้ร่วมกับทีมงานจัดตั้งมูลนิธิก้าวคนละก้าวเพื่อดำเนินงานด้านการช่วยเหลือสังคมต่อไป ปัจจุบันยังคงภาพของศิลปินในแวดวงบันเทิงและการเป็นดารานักวิ่งมาราธอนในแวดวงกีฬา

ทั้งนี้อาทิวราห์ คงมาลัย นอกจากใช้การวิ่งมาราธอนเป็นการออกกำลังกายเพื่อตัวเอง การวิ่งเพื่อชนะใจตนเอง ยังนำการวิ่งมาราธอนมาเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยเหลือสาธารณะกุศลและการระดมทุนเพื่อช่วยเหลือสังคม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวม และวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในรูปแบบสื่อดั้งเดิม สื่อเฉพาะกิจ (สื่อ กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น ได้แก่ อีเวนต์) สื่อเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ส่วนบุคคลของดารานักวิ่งมาราธอน และการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์

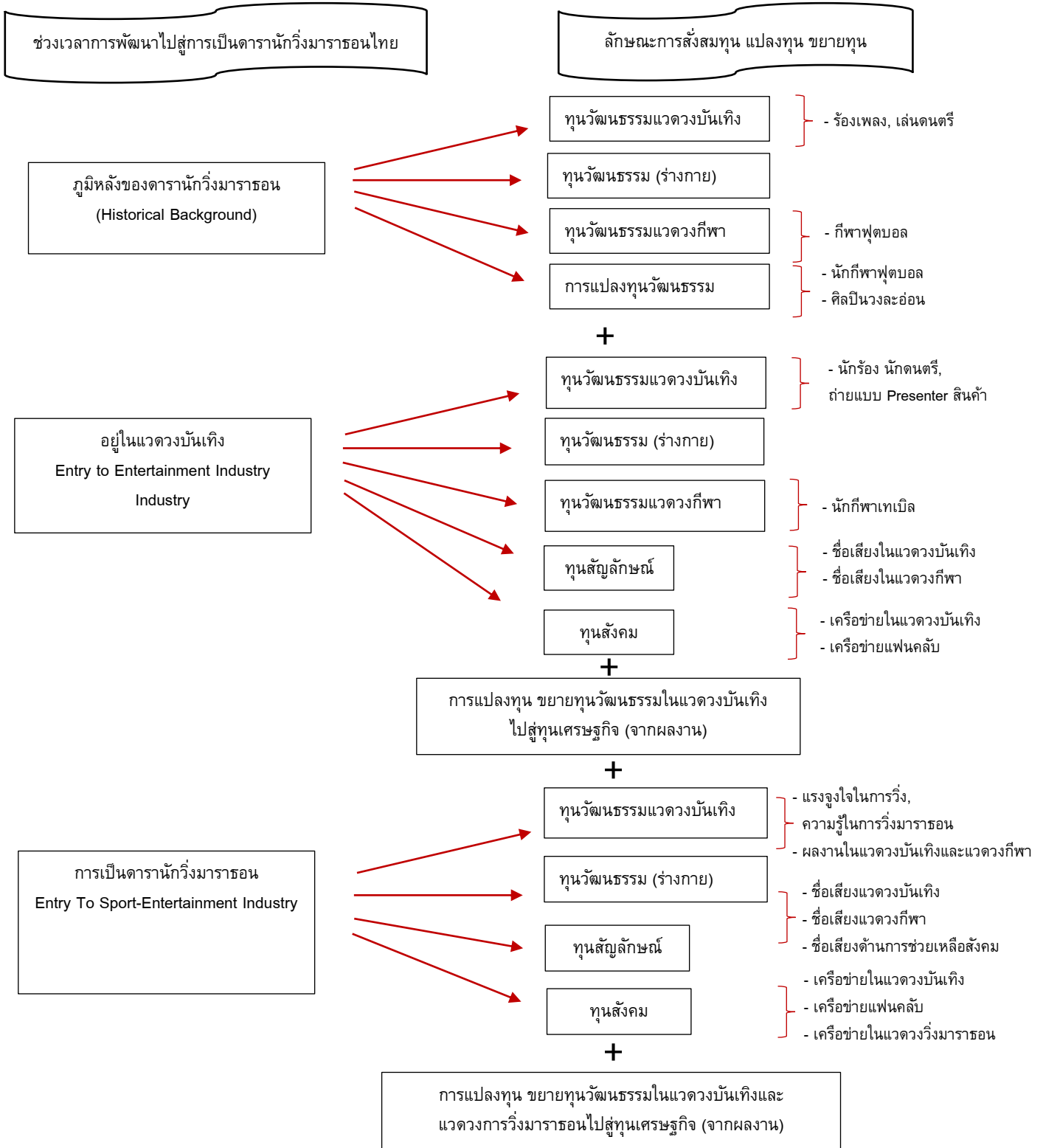
ผลการวิจัย

กระบวนการส่งสมทุน แผลงทุน ขยายทุน ของ “อาทิวราห์ คงมาลัย” ในการวิ่งมาราธอนเพื่อช่วยเหลือสังคม แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 ภูมิหลังของดารานักวิ่งมาราธอน (Historical Background) ช่วงที่ 2 ช่วงเวลาที่อยู่ในแวดวงบันเทิง (Entry To Entertainment Industry) ช่วงที่ 3 ช่วงเวลาการเป็นดารานักวิ่งมาราธอน (Entry To Sport-Entertainment Industry) ซึ่งในแต่ละช่วงเวลามีกระบวนการส่งสมทุน แผลงทุน

ขยายทุน ที่แตกต่างกันออกไป เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่มีเวลาเป็นตัวแปรในการศึกษาเพื่อให้เห็นกระบวนการของดารานักวิ่งมาราธอนตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ช่วงที่ 1 ภูมิหลังของดารานักวิ่งมาราธอน (Historical Background) อาทิวราห์ คงมาลัย มีการสั่งสมทุนวัฒนธรรมด้านดวงบันเทิง และการสั่งสมทุนวัฒนธรรมทางด้านกีฬา ไปพร้อม ๆ กัน โดยทุนวัฒนธรรมด้านดวงบันเทิง คือ ทักษะทางด้านการร้องเพลงและการเล่นดนตรี ส่วนการสั่งสมทุนด้านกีฬา อาทิวราห์ คงมาลัย มีทักษะในการเล่นกีฬา คือ ฟุตบอล โดยมีผลงานการเล่นฟุตบอลที่โดดเด่นในระดับการเป็นนักกีฬาตัวแทนโรงเรียนเพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน โดยได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวในการสั่งสมทุนทั้ง 2 แวดวง และเข้าสู่แวดวงบันเทิงจากการประกวดวงดนตรี ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานในแวดวงบันเทิง โดยเมื่อได้เข้าสู่แวดวงบันเทิง (Entry To Entertainment Industry) อาทิวราห์ คงมาลัย มีความโดดเด่นในการสั่งสมทุนวัฒนธรรมในการเป็นนักร้อง นักดนตรี ประกอบกับทุนสังคมในแวดวงบันเทิงและทุนสัญลักษณ์จากชื่อเสียงของการเป็นนักร้อง นักดนตรี ในฐานะวง Bodyslam ซึ่งทุนสัญลักษณ์นี้ ยังได้มาจากการได้รับรางวัลทางดนตรีจากเวทีการตัดสินต่าง ๆ และได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนจนเป็นที่รู้จัก ส่วนทุนทางด้านกีฬายังคงการเล่นกีฬาไว้ควบคู่กับการทำงานเพลง โดยการเป็นนักกีฬาเทเบิลเทนนิส ตัวแทนจังหวัดลงแข่งกีฬาแห่งชาติ ซึ่งเป็นการเพิ่มทุนแวดวงกีฬาทั้งทุนวัฒนธรรมและทุนสัญลักษณ์ โดยในช่วงนี้ อาทิวราห์ คงมาลัย มีการออกกำลังกาย เข้าฟิตเนสเพื่อดูแลรูปร่างและเพื่อประกอบการทำงานควบคู่กันไป และช่วงเวลาการเป็นดารานักวิ่งมาราธอน (Entry To Sport-Entertainment Industry) คือตั้งแต่อาทิวราห์ คงมาลัย ได้เข้าสู่แวดวงการวิ่งมาราธอน มีการสั่งสมทุนวัฒนธรรมทางด้านกีฬารunning คือ แรงจูงใจในการวิ่งมาราธอน ได้แก่ การทำให้สุขภาพแข็งแรง จนนำไปสู่การวิ่งมาราธอนเพื่อช่วยเหลือสังคม ทุนวัฒนธรรมความรู้ทางด้านกีฬารunning (กระบวนการฝึกฝนจนชำนาญ) ซึ่งจากการเก็บข้อมูลของอาทิวราห์ คงมาลัย จุดเริ่มต้นในการวิ่งมาราธอนและทำให้รู้สึกอยากวิ่งมาราธอนต่อไป คือ การชนะใจตนเองในการวิ่งมาราธอน เป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการฝึกฝนและส่งผลให้การวิ่งมาราธอนมีพัฒนาการจนเกิดภาพลักษณ์ดารานักวิ่งมาราธอน และได้้นำการวิ่งมาราธอนมาเป็นสื่อ (Chanel) ที่ทำเพื่อสาธารณกุศล โดยการระดมทุนเพื่อช่วยเหลือสังคม จนกระทั่งก่อตั้งเป็นมูลนิธิ และได้ฉายาจากสื่อมวลชนว่า ฮีโร่ บุคคลต้นแบบ บุคคลแห่งปี รวมถึงรางวัลจากสถานบันต่าง ๆ ที่มอบให้จากการวิ่งมาราธอนเพื่อระดมทุนซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งเป็นทุนสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้เข้าสู่แวดวงการวิ่งมาราธอน สถานการณ์ที่ทำอาทิวราห์ คงมาลัย ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกีฬารunning เพื่อช่วยเหลือสังคม จุดเริ่มต้นคือการได้รับติดต่อให้ไปเป็นฟรีเซนเตอร์ในงานวิ่งมาราธอนของโรงพยาบาล แต่อาทิวราห์ คงมาลัย เล็งเห็นว่า การจัดงานวิ่งมินิมาราธอนจะทำให้ได้รับเงินที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่ายมีจำนวนน้อย จึงได้ใช้ทุนร่างกายของตนเองไปวิ่งมาราธอนเพื่อระดมทุน ส่งผลให้อาทิวราห์ คงมาลัย มีภาพลักษณ์ดารานักวิ่งมาราธอนที่มาพร้อมกับความช่วยเหลือสังคม โดยมีความเชื่อมโยงกับข้อมูลในช่วงวัยเด็กที่ชอบช่วยเหลือคนอื่น การขยายทุนการวิ่งมาราธอนไปสู่การช่วยเหลือสังคมยังดำเนินไปพร้อมกับอาชีพนักร้อง ทำให้เกิดการขยายทุนออกเป็น 2 แวดวง คือ แวดวงบันเทิงและแวดวงกีฬา ซึ่งเป็นทุนที่อาทิวราห์ คงมาลัย ได้สั่งสมมาตั้งแต่ก่อนเข้าสู่แวดวงมาราธอน การขยายทุนหลังจากเข้าสู่แวดวงดารานักวิ่งมาราธอน คือ ภาพลักษณ์ความเป็นนักกีฬาเพิ่มมากขึ้น และถูกแปลงทุนไปสู่ผลงานที่ออกมาทั้งในแวดวงบันเทิงและแวดวงการวิ่งมาราธอน ส่งผลให้รูปแบบงานมีความเกี่ยวข้องกับการวิ่งมาราธอน และการออกกำลังกายมากขึ้น ได้แก่ ฟรีเซนเตอร์สินค้าอุปโภค บริโภค และผลิตภัณฑ์กีฬา ภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับการวิ่งระดมทุนเพื่อซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ ผลงานการให้สัมภาษณ์ผ่านรายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการวิ่งมาราธอนและการออกกำลังกาย โดยปรากฏทั้งในสื่อบันเทิง สื่อกีฬา สื่อกิจกรรมพิเศษ (อีเวนต์) ที่เกี่ยวกับกีฬา ซึ่งเป็นการขยายทุนทางวัฒนธรรมในลักษณะของงานและแปลงทุนไปสู่ทุนเศรษฐกิจในรูปแบบของรายได้ที่เกิดจากการทำงาน

กระบวนการสั่งสมทุน แปลงทุน ขยายทุน ของดารานักวิ่งมาราธอนไทย “อาทิวรार्ท คงมาลัย”



ภาพที่ 1 กระบวนการสั่งสมทุน แปลงทุน ขยายทุน ของดารานักวิ่งมาราธอนไทย “อาทิวรार्ท คงมาลัย”

สรุปและอภิปรายผล

จากแนวคิดเรื่องทุนของปิแอร์บูร์ดิเยอ ที่ได้ขยายแนวคิดเรื่องทุนให้กว้างขึ้นนอกเหนือไปจากทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital) ยังมีทุนอีก 3 มิติ ได้แก่ ทุนทางสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) ทุนสังคม (Social Capital) และทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital) นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่า ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพยุงบความไม่เท่าเทียมกันในสังคม เช่นเดียวกับทุนเศรษฐกิจ โดยที่ชนชั้นที่มีทุนเศรษฐกิจที่เหนือกว่าก็จะสามารถสั่งสมทุนวัฒนธรรมได้มากกว่า และทุนทั้ง 4 ชนิด สามารถสั่งสม (Accumulation) และเพิ่มเติมจากทุน (Capital) ที่มีอยู่เดิมให้เพิ่มเติมขึ้นไปได้ จากผลการวิจัยพบว่า ทุนเศรษฐกิจ คือทุนที่ติดตัวดารามาจากพื้นฐานครอบครัวที่จะสามารถนำไปขยายทุนวัฒนธรรมได้ ส่วนทุนวัฒนธรรมจากแนวคิดของปิแอร์บูร์ดิเยอ ไม่ใช่ทุนที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ไม่ใช่พรสวรรค์ ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เอง แต่เป็นการสั่งสมทุนในรูปแบบของวัฒนธรรมที่แฝงเข้าไปในตัวของดารานักวิ่งมาราธอนตั้งแต่เด็ก จนกลายเป็น (Becoming) ดารา (Star) ซึ่งจากผลการศึกษาข้อมูลของดารานักวิ่งมาราธอนพบว่า ในการเป็นนักร้อง นักดนตรี ต้องมีการสั่งสมทุนวัฒนธรรมด้านการร้องเพลง และความรู้เรื่องดนตรีมาก่อนเพื่อนำไปสู่การแปลงทุนในการประกวดร้องเพลงและวงดนตรี ซึ่งก่อนจะมาเป็นทุนวัฒนธรรม ทุนเริ่มแรกคือการสั่งสมผ่านสถาบันครอบครัวที่เป็นตัวผลักดันและเกื้อหนุนให้เด็กผ่านทุนทางเศรษฐกิจ (Economy Capital) คือทุนในรูปแบบของทรัพย์สินที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ ในงานวิจัยคือเครื่องดนตรีที่ดารานักวิ่งมาราธอนมีก่อนเข้าสู่แวดวงบันเทิงเพื่อใช้ฝึกซ้อมดนตรี และสนับสนุนให้เรียนดนตรีเพิ่มเติม สอดคล้องกับงานวิจัยของอรรถกร วิชญวรกุล [6] เรื่อง ผู้หญิงกับการสร้างนิยายชายรักชาย ที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากสถาบันครอบครัวซึ่งเป็นทุนในรูปแบบหนึ่งของจุดเริ่มต้นทุนวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า การเข้าสู่แวดวงบันเทิงของดารานักวิ่งมาราธอนมาจากเวทีการประกวด ซึ่งเป็นการใช้ทุนของแต่ละคนในการแสดงความสามารถ เช่น การร้องเพลง การเล่นดนตรี แต่การตัดสินใจในการแข่งขันจะเป็นคณะกรรมการเป็นผู้ตัดสิน เป็นเรื่องความพึงพอใจที่เกิดขึ้นที่ดารานักวิ่งมาราธอนจะควบคุมได้ ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในระบบเศรษฐกิจของระบบอุตสาหกรรมบันเทิง (Entertainment Industry) ที่นายทุนต้องเลือกผู้ที่เหมาะสมจะสามารถเข้ามาสร้างรายได้ในฐานะดาราให้กับกลุ่มนายทุนได้ สอดคล้องกับแนวคิดของมาร์กซ์ ซึ่งกระบวนการผลิตดาราในระบบอุตสาหกรรมบันเทิง คือ การกระทำของมนุษย์กับมนุษย์และการสร้างสรรค์ “ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์” (Social Relation of Production) ที่ผลิตผลงานผ่านดาราออกมาเป็นผลผลิต (Product) นั้นเอง [3]

การดำรงอยู่ของการเป็นดารา (Star) ในแวดวงบันเทิงคือการนำเสนอผลงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการถูกสื่อมวลชนนำเสนอให้เป็นที่รู้จัก เป็นผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) จากแนวคิดของ Boorstin, J. D. [7] การเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นได้ง่ายจากสื่อมวลชน เพียงแค่มีการใช้สื่อในปริมาณที่ให้ความถี่อย่างต่อเนื่องและรูปแบบสื่อที่หลากหลายก็ทำให้นักร้อง กลายเป็นผู้มีชื่อเสียงได้ ประกอบกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Murphy, R. D. [8] เรื่อง Status Conferral ที่สอดคล้องกับการให้ชื่อเสียงของดารา คือ สื่อมีหน้าที่และศักยภาพในการรับรองบุคคล ในบางครั้งสามารถเป็นตัวแทนที่แสดงความคิดเห็นหรือเป็นตัวแทนของสถาบันต่าง ๆ เป็นบทบาทที่จะทำให้บุคคลหนึ่งได้กลายเป็นที่รู้จักและสนใจจากคนอื่นในสังคม และกลายเป็นคนที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ซึ่งดารานักวิ่งมาราธอนในช่วงที่เป็นดารา สื่อเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในด้านการช่วยสร้างชื่อเสียงและชักนำประชาชนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุม หวังพระธรรม [9] จากวีรบุรุษผู้มีชื่อเสียง : การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย แม้ว่าจะเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงแต่เมื่อจะกลายเป็นดาราฟุตบอลไทย สื่อมวลชนและสื่อใหม่จะเป็นช่องทางทำให้เกิดความดังขึ้นมาได้ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อที่สามารถให้การรับรองชื่อเสียงการเป็นคนดังได้

การเข้าสู่แวดวงการวิ่งมาราธอนของดารานักวิ่งมาราธอน จะมีกระบวนการสั่งสมทุนและแปลงทุนมาจากบุคคลธรรมดา (Ordinary People) สูการเป็นดารา (Star) กลายเป็นคนที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ดังนั้น สิ่งที่ดารานักวิ่งมาราธอนมีทุนจากกระบวนการกลายเป็นดารา คือ ทุนวัฒนธรรมในแวดวงบันเทิง ทุนสัญลักษณ์ (ชื่อเสียง) ทุนสังคม (เครือข่ายการทำงานและแฟนคลับ) และทุนเศรษฐกิจ (รายได้จากการทำงาน) จากผลการศึกษาพบว่า ภูมิหลังเรื่องการลงทุนในแวดวงกีฬาไม่มีผลต่อการเข้าสู่แวดวงการวิ่งมาราธอน เพราะการวิ่งมาราธอนเป็นกีฬาที่ใช้ร่างกายเคลื่อนไหวโดยการวิ่ง ไม่ต้องใช้ทักษะการเล่นกับอุปกรณ์เหมือนกับกีฬาชนิดอื่น ๆ และทุกคนสามารถเริ่มต้นวิ่งมาราธอนได้เหมือนกัน แต่อาทิราห์ คงมาลัย มีทุนในการเล่นฟุตบอลและเทนนิสมาก่อนจะเป็นพื้นฐานเรื่องของความแข็งแรงของร่างกายที่เป็นทุนสั่งสมมา สิ่งที่สำคัญในการเข้าสู่แวดวงการวิ่งมาราธอนลำดับแรก คือ ทุนสังคม (เครือข่าย) คนใกล้ชิดที่ชักชวนให้เริ่มไปวิ่งในระยะทางสั้น ๆ ก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การวิ่งในระยะมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนของลลิตา บงกชพรรณราย [10] ที่พบว่า คนที่จะเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอน เปิดรับข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิดชักชวน โดยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลก็ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ส่วนมากจะกระทำหรือไม่ทำพฤติกรรมใด จะได้รับอิทธิพลจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่เป็นบุคคลใกล้ชิด มากกว่าเชื่อถือบุคคลอื่นที่ไม่สนิท

ด้านการสั่งสมทุนวัฒนธรรม (ความรู้ด้านการวิ่งมาราธอน) จากผลการศึกษา สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) แรงจูงใจในการวิ่งมาราธอน โดยข้อค้นพบจากงานวิจัยพบว่า การวิ่งมาราธอนเป็นกีฬาที่ดารานักวิ่งมาราธอนรู้สึกว่าเป็นขณะที่วิ่งและเข้าเส้นชัยคือการชนะใจตนเอง เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกดีและอยากจะทำทนายตัวเองต่อด้วยการวิ่งมาราธอนในสนามวิ่งมาราธอนต่อ ๆ ไป สอดคล้องกับงานวิจัยของวิโรจน์ สุทธิสีมา [1] ที่ได้ข้อตั้งข้อสังเกตและค้นพบว่า การวิ่งมาราธอนแสดงถึงลักษณะของพื้นที่การสื่อสารภายในบุคคล นักวิ่งมาราธอนไทยจำนวนมากในประเทศไทยตั้งเป้าหมายในการวิ่งมาราธอนไว้ว่า “แค่เข้าเส้นชัย ก็ถือว่าชนะใจตนเองแล้ว” โดยไม่จำเป็นต้องไปแข่งขันเอาชนะกับผู้อื่น นอกจากนี้ยังพบว่านอกจากการชนะใจตนเอง แรงจูงใจในการวิ่งยังเป็นเรื่องของการทำงานให้ชีวิตของตนเองดีขึ้น จากที่กำลังประสบปัญหาในชีวิตของตนเอง ต้องการเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยการวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง Motivation for Marathoners Scale (MOMS) (Masters et al., 1993 อ้างถึงใน Sima Zach, 2015) [11] ที่กล่าวไว้ว่า การวิ่งมาราธอนเพื่อดูแลตัวเองหรือการสร้างคุณค่าในตนเอง เช่น เพื่อปรับปรุงความรู้สึกของตัวเอง แก้ปัญหาในชีวิตหรือรับมือกับอารมณ์ด้านลบของตนเอง คลายความกังวลและความเครียด และแรงจูงใจในลำดับอื่น ๆ คือ เพื่อให้ร่างกายของตนเองแข็งแรงขึ้น เพื่อสร้างแรงบันดาลใจกับผู้อื่น และแรงจูงใจเพื่อช่วยเหลือสังคมผ่านการวิ่งมาราธอนผ่านการจัดโครงการวิ่งมาราธอน หรือการเข้าร่วมโครงการวิ่งมาราธอนที่นำเงินรายได้ไปช่วยเหลือสังคมในฐานะฟรีเซนเตอร์งาน โดยเฉพาะโครงการก้าวคนละก้าวของอาทิราห์ คงมาลัย ที่เป็นการวิ่งระดมทุนเพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลเป็นผลสืบเนื่องจากการที่ดารานักวิ่งมาราธอนได้วิ่งมาราธอนในฐานะที่เป็นกีฬา มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการฝึกซ้อมเกิดภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ และประกอบกับเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นทุนสัญลักษณ์ในแวดวงบันเทิง ส่งผลต่อความเชื่อของผู้รับสารและทำให้เกิดการบริจาค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชารีย์ สุขอร่าม [12] เรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการก้าวคนละก้าว เพื่อ 11 โรงพยาบาลทั่วประเทศ มีข้อค้นพบในงานวิจัยคือ ผู้รับสารมีทัศนคติเชิงบวกกับโครงการ ในประเด็น ผู้นำโครงการมีความอดทน มุ่งมั่นทำกิจกรรมให้สำเร็จตามเป้าหมาย ผู้นำโครงการเป็นผู้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในสังคม ผู้นำโครงการมีความเป็นมิตร ร่าเริง ผู้นำโครงการมีความน่าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพของผู้นำ ดังนั้น การเป็นดารานักวิ่งมาราธอนที่มีแรงจูงใจไปสู่การช่วยเหลือสังคม ต้องมีองค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือ และบุคลิกภาพของดารานักวิ่งมาราธอนมาประกอบกันเพื่อการทำโครงการให้ประสบความสำเร็จ 2) ความรู้ในการวิ่งมาราธอน ในระดับที่พัฒนาไปสู่การเป็นนักกีฬา

วิ่งมาราธอน ต้องมีการซ้อมให้ถูกหลักการวิ่งมาราธอนเพื่อพัฒนาการของการวิ่งมาราธอนที่ดีขึ้น โดยใช้กระบวนการการซ้อมเหมือนนักกีฬา และวิ่งมาราธอนไปถึงระดับที่มีสถานะเป็นกีฬา (Sport) จะเน้นการใช้พลังกำลัง มีการแข่งขันโดยมีสถาบันรับรองและมีการบันทึกสถิติ ผู้วิ่งลักษณะนี้คือผู้ที่จริงจังกับการวิ่งในฐานะกีฬา [13] แต่ดารานักวิ่งมาราธอนจะมีความแตกต่างจากนักกีฬารunning คือ มีการปรับโปรแกรมการซ้อมให้สอดคล้องกับการทำงานเพราะยังยึดอาชีพการทำงานในแวดวงบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้จึงมีทั้งการย้ายแควงจากแควงบันเทิงไปสู่แควงกีฬา และการขยายแควงไปสู่แควงย่อย (Sub-Field) (บีแอร์ บูร์ดิเยอ อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) [3] ดังนั้น ช่วงเวลาแห่งการสั่งสมทุนวัฒนธรรมทางการวิ่งมาราธอน จึงเป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญในการทำให้ดารามีทุนในการวิ่งมาราธอนและกลายเป็นทุนร่างกายเพื่อนำไปขยายทุนในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาการสั่งสมทุนการเป็นดารานักวิ่งมาราธอน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ที่มีทุนทางสัญลักษณ์ในเรื่องชื่อเสียงแควงบันเทิงมาก่อนที่จะขยายแควงมาสู่แควงการวิ่งมาราธอน และแควงกีฬา โดยงานวิจัยครั้งนี้อาจจะเป็นแนวทางในการให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียงที่อยากจะทำกีฬาหรือการวิ่งมาราธอนในการขยายทุนให้กับตนเองได้หรือคนธรรมดาที่อยากจะทำให้การวิ่งมาราธอนเปลี่ยนแปลงตนเองก็ได้

1. ผู้วิจัยพบว่า การเข้าสู่แควงการวิ่งมาราธอนของดารานักวิ่งมาราธอนหรือแม้แต่คนทั่วไป ไม่จำเป็นต้องมีการสั่งสมทุนทางด้านกีฬามาก่อนก็ได้ เพราะการวิ่งมาราธอน คือการใช้ร่างกายในการออกกำลังกาย มีการขยับขยายที่ สามารถทำให้ทุกคนวิ่งในระยะมาราธอนได้ ดังนั้น ดารานักวิ่งมาราธอนจะมีทุนทางด้านกีฬามาก่อนหรือไม่สามารถวิ่งมาราธอนได้ ข้อแตกต่างระหว่างคนที่มีความรู้ทางด้านกีฬามาก่อนกับไม่มีทุนทางด้านกีฬามาก่อนคือ ความแข็งแรงที่เป็นพื้นฐานของร่างกาย เช่นเดียวกับกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นดารา ทุกคนสามารถวิ่งมาราธอนได้แม้จะไม่มีทุนทางด้านกีฬามาก่อน แต่ใช้วิธีการฝึกซ้อมเหมือนกับนักวิ่งมาราธอนฝึกซ้อม

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะเป็นเรื่องของการสร้างชื่อเสียงในลักษณะอื่น ๆ ของดารามาศึกษาต่อ ถ้าไม่ใช่เป็นการวิ่งมาราธอน ดารา สามารถสั่งสมทุนในด้านอื่น ๆ อะไรได้บ้าง ที่จะเป็นการขยายทุนไปสู่แควงอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- [1] วิโรจน์ สุทธิสีมา. (2557). *การสื่อสารกับวาทกรรมทางการวิ่งในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] แก้ว มีนาคินทร์. (2560). “ตูน บอดี้สแลม” จากก้าวแรกเพื่อชนะใจตัวเอง จนถึงก้าวล่าสุดคือชนะคนไทย. *Thestandard*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/toon-artiwara-kongmalai>
- [3] กาญจนา แก้วเทพ, และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- [4] Shuart, J. (2007). *Heroes in Sport: Assessing Celebrity Endorser Effectiveness*. America: Sacred Heart University.
- [5] กาญจนา แก้วเทพ. (2548). *การวิจัย: จากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสุดท้าย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- [6] อรรธรณ วิชวารรรณกุล. (2559). *ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [7] Boorstin, J. D. (1987). *The Image: A guide to pseudo-events in america*. New York: Atheneum.

- [8] Murphy, R. D. (1977). *Mass Communication and Human Interaction*. US: Houghton Mifflin.
- [9] สุขุม หวังพระธรรม. (2553). จากวีรบุรุษผู้มีชื่อเสียง: การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราดาวฟุตบอลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [10] ลลิตา บงกชพรรณราย. (2560). ปัจจัยด้านการสื่อสารและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [11] Sima Zach, Yan Xia, Aviva Zeev, Michal Arnon, Noa Choresh, and Gershon Tenenbaum. (2017). Motivation dimensions for running a marathon: A new model emerging from the Motivation of Marathon Scale (MOMS). *Journal of Sport and Health Science*, 6(3), 302-310.
- [12] ณิชารีย์ สุขอร่าม. (2560). การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการก้าวคนละก้าว เพื่อ 11 โรงพยาบาลทั่วประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [13] Fog, A. (1999). *Culture Selection*. Kluwer Academic Publishers. New York.