



## ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล (ISR)

### กรณีศึกษา คุณวิกรม กรมดิษฐ์

ศรัญญา กิตติวัฒนโชติ<sup>a\*</sup>, ชุตินา เกศดาญรัตน์<sup>b</sup> และปฐมพร เนตินันท์<sup>c</sup>

### The Portraying Identity through Individual Social Responsibility (ISR) : the case study of Vikrom Kromadit

Saranya Kittiwattanachot<sup>a\*</sup>, Chutima Kessadayurat<sup>b</sup> and Patamaporn Netinant<sup>c</sup>

<sup>a</sup>นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>b</sup>อาจารย์ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>c</sup>อาจารย์ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>a</sup>Master of Communication Arts, Department of Communication Strategy, Bangkok University

<sup>b</sup>Faculty of Communication Arts, Department of Public Relations, Bangkok University

<sup>c</sup>Faculty of Communication Arts, Department of Advertising, Bangkok University

\*Corresponding author. E-mail address: saranya09.k@gmail.com

#### บทคัดย่อ

ในการทำความเข้าใจการประกอบสร้างอัตลักษณ์บุคคล จากมุมมองหลังยุคสมัยใหม่ (Postmodern) จำเป็นต้องมีการศึกษาอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีต่อบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำนายความสามารถของบุคคลในการบริหารจัดการ รวมถึงการสื่อสารตัวตนเพื่อสร้างความแตกต่างท่ามกลางความหลากหลาย การวิจัยนี้เป็นการศึกษาภาพสะท้อนอัตลักษณ์ในมิติด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล (ISR) ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ผ่านผลงานเขียน โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากผลงานเขียนจำนวน 5 เล่ม พบว่า อัตลักษณ์เฉพาะของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคม ซึ่งมิติเรื่อง ISR ถูกสะท้อนให้เห็นว่าเป็นอัตลักษณ์หนึ่ง ซึ่งทำให้เราเข้าใจการนิยามตัวตนของคุณวิกรม ในฐานะผู้นำองค์กรผ่านทางองค์กรอมตะ และมูลนิธิอมตะ โดยมีวิธีการสร้าง และการนำเสนออัตลักษณ์อย่างเป็นกระบวนการ คือ ส่วนที่ 1 การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทั้งก่อน และหลังกระแสโลกาภิวัตน์ ส่วนที่ 2 การเลียนแบบผสมผสานภายใต้บริบทเรื่องการสร้างแบรนด์ผู้นำองค์กรธุรกิจผ่านเรื่อง CSR และ ISR ส่วนที่ 3 การนำเสนออัตลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงผ่านรูปแบบการสื่อสารความเป็นตัวตน อาทิ ผู้นำองค์กรธุรกิจระดับแนวหน้า, ผู้เชี่ยวชาญในการให้ความรู้วิเคราะห์ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ, ตัวแทนสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ, การเป็นคนดีเพื่อตอบแทนสังคม, การวางตัวเป็นแบบอย่างต่อคนในสังคม และนักเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยนำเสนอผ่าน 4 ช่องทาง คือ ผ่านสื่อประเภทหนังสือ, สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์, มูลนิธิอมตะ และการทำคาราวาน โดยผลการวิจัยทำให้เห็นอัตลักษณ์บุคคล และอัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรมในเรื่องต่างๆ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์หลังยุคสมัยใหม่ ความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล โลกาภิวัตน์ การวิเคราะห์เนื้อหา

#### Abstract

It is also an area understanding the Postmodern Identity in this new era. An important to include studies of current globalization influence to coexist with social always change situation. The ability challenge is for management Individual include interpersonal communication created between more various. This research is to study Identity reflection of Vikrom Kromadit, who won a writing achievement through his paper "The Portraying Identity through Individual Social Responsibility (ISR)". From content analysis of the writing achievement, all five of the books found that there is an established relationship between the Individual Identity and Social Identity. Through this dimension of ISR reflection, we are able to have a deeper understanding of Identity and the Individual definition of Vikrom Kromadit, sponsored by the organization leaders of Amata Organization and Amata Foundation. The ways of creation and presentation of processing consists of three parts. Part 1 is the strategic management both before and after the current globalization. Part 2 is the combination imitation under the context of creation branding business

leaders through of CSR and ISR. Part 3 The Identity, channels the change of an Individual through ways of communication such as Business leader's forefront, or the Expert giving knowledgeable analysis of social and economic problems. The agents created partnerships and international relationships. Be a good person for society, being exemplary for the people in society and travelers seeking the new experience that presents through the four channels: Book Media, Radio and Television Media, and finally the Amata Foundation and Caravan. The research a result defines the Individual and Identity, and reveals and Dimension Identity ISR of Vikrom Kromadit, among other matters.

**Keywords:** Postmodern Identity, Individual Social Responsibility (ISR), Globalization, Content Analysis

## บทนำ

อิทธิพลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรธุรกิจ รวมไปถึงความมั่นคงและการอยู่รอดขององค์กร และบุคคลที่ต้องดูแลบริหารองค์กร สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในสาเหตุที่นักวิชาการ นักการตลาด และนักกลยุทธ์ทั้งหลาย พยายามพัฒนาและนำเสนอแนวคิดมุมมองมาใช้เป็นหลักการและกลยุทธ์ในการทำการตลาดรูปแบบใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ อัตลักษณ์ผู้นำองค์กร หรือ CEO Identity จึงเป็นอีกบริบทหนึ่งของการสื่อสารที่น่าสนใจ โดยเฉพาะมิติเรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล (Individual Social Responsibility) หรือ ISR ในการเป็นบุคคลต้นแบบกำลังเป็นเรื่องที่ผู้นำองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญ (ดนัย จันทรเจ้าฉาย, 2552, น. 114-115)

จากสาเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่องแนวคิด ISR เพื่อใช้ศึกษาประยุกต์ร่วมกับอัตลักษณ์เฉพาะของบุคคลในฐานะมิติหนึ่งในการสร้างและการนิยามอัตลักษณ์ในรูปแบบใหม่ที่เป็นไปตามบริบททางสังคมภายใต้ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การที่จะเข้าใจอัตลักษณ์ของตนเอง และสื่อสารออกมาได้อย่างชัดเจน จึงจำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และอิทธิพลจากความเปลี่ยนแปลงร่วมด้วย

## กระบวนการสร้างอัตลักษณ์

เนื่องจากอัตลักษณ์ (Identity) เป็นเรื่องของ การที่ “ฉันมองตัวฉันเองอย่างไร และคนอื่นมองฉันอย่างไร” จอร์จ เฮอร์เบิร์ต มีด (Mead, 1934 อ้างถึงใน อภิญา

เฟื่องฟูสกุล, 2546, น. 26) ซึ่งเป็นส่วน ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นตัวตน (Self) และสิ่งที่อยู่ภายในกับความสัมพันธ์ทางสังคมภายนอก โดยสอดคล้องกับ วูดวาท (Woodward, 2004, pp. 1-10) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกันระหว่างฉัน (I) เห็นตัวเอง (Myself) และคนอื่นเห็นอย่างไร เพราะ อัตลักษณ์มีความเชื่อมต่อกันระหว่างตัวบุคคลกับสังคม ดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกสร้างขึ้นผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งในบุคคลหนึ่งก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใด อัตลักษณ์หนึ่งของตนเองในช่วงเวลานั้น บุคคลก็จะเกิดกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยในขณะบุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง บุคคลก็จะถูกกำหนดตำแหน่งจากทางสังคมเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ กระบวนการที่เกิดขึ้น จึงแสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง และความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการเชื่อมโยงระบบและโครงสร้างต่างๆ ทางสังคมและวัฒนธรรม (พิศิษฐ์ คุณวโรตม์, 2545, น. 5-6)

จากแนวคิดของนักทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เข้าใจได้ว่า มนุษย์มีการต่อรองในการนิยามความหมายให้แก่อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ แต่กฎเกณฑ์ทางสังคมจำกัดอิสรภาพของบุคคลในการเลือกนิยามบทบาท (Role) มนุษย์จึงเป็นไปตามสถานการณ์ที่เขานิยามไว้ แต่อย่างไรก็ตาม มนุษย์มีความสามารถที่จะเรียนรู้ที่จะเลือกให้นิยาม และปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้การนิยามผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นไปตามตามแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) ที่กลายมาเป็นอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)



และกระบวนการที่สังคมหล่อหลอมอัตลักษณ์บุคคล ให้กลายเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล (Individual) เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ในแบบใหม่ ๆ รม ฮาร์เร (Rom Harre, 1990 อ้างถึงใน อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546, น. 104)

ด้วยเหตุนี้ การเปลี่ยนแปลงไปมาของอัตลักษณ์ ที่หลากหลายก็คือ กระบวนการที่บุคคลใช้ต่อรอง หรือ ปฏิเสธตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่ถูกกำหนดให้ โดยการสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาแทน และการขับเคลื่อน ของกระบวนการเหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ ในการต่อต้านที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีอิทธิพลจาก ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และบทบาทของการ สื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งถือเป็นวิวัฒนาการที่เข้ามา พร้อม ๆ กับกระแสความคิดหลังยุคสมัยใหม่ ซึ่งเป็นส่วน สำคัญในการผลักดันกระบวนการสร้างตัวตนของบุคคล ที่สำคัญ (สลักโหม สุพงศ์กร, 2549, น. 14-15)

### อัตลักษณ์หลังยุคสมัยใหม่

เนื่องมาจากผลพวงของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผล ให้อัตลักษณ์เต็มไปด้วยความหลากหลาย ซับซ้อน ไม่คงทนถาวร เปลี่ยนแปลงไปตามตลอดเวลา ทำให้บุคคล เกิดความพยายามที่จะทำความเข้าใจและทบทวน อัตลักษณ์ของตนเองอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้ แนวคิดหลัง ยุคสมัยใหม่ (Postmodern) พยายามอธิบายให้เห็นว่า ตัวบุคคลถูกเน้นในฐานะที่เป็นกระบวนการทางสังคม ในการสร้างอัตลักษณ์มากกว่าเป็นแค่ลักษณะที่ตายตัว ทั้งนี้ เพราะเป็นผลกระทบมาจากชุดวาทกรรมที่หยิบย่น บทบาทของตัวตนในแบบต่าง ๆ มาให้ โดยบทบาท เหล่านั้นยังสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ได้ตลอดเวลา นั่นแสดงให้เห็นว่า สิ่งที่เป็นตัวตนของเรา จึงมีอยู่ในเฉพาะสถานการณ์เท่านั้น (อภิญา เฟื่องฟู สกุล, 2546, น. 8-13) ซึ่งสอดคล้องกับเจอร์เกน (Gergen, 1991, p. 69) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์ที่ เกี่ยวกับความหลากหลาย และความแตกต่างของบุคคล อาจจะถูกมองว่าเป็นผลมาจากสภาวะอึดอัดทางสังคม พวกเขาจึงต้องพยายามส่งสัญญาณเพื่อแสดงการมีอยู่ ของตัวตนจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการกระทำ ที่หลากหลายแตกต่างกันไป

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ และแนวคิด หลังยุคสมัยใหม่ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความพยายามที่จะทำ ความเข้าใจกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ในปัจจุบัน ที่เป็น เรื่องที่ยากต่อการคาดเดาและควบคุม พร้อมทั้งต้องการ ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ทั้งมิติ บริบทที่ส่งผลกระทบต่อความ เปลี่ยนแปลง และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ตนเอง ร่วมด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารที่ถือเป็นหัวใจ สำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ ทั้งนี้ การสื่อสารที่ได้รับ การบริหารจัดการจึงเป็นเรื่องของกลยุทธ์สำหรับบุคคล ใน ยุคปัจจุบันที่จะการหยิบยกมาใช้สร้างความหมายและ นิยามตนเองในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ให้มีลักษณะ ที่แตกต่าง ตลอดจนรวมถึงการสื่อสาร การนำเสนอ การควบคุม และประคับประคองให้อัตลักษณ์ของตน ให้เกิดความต่อเนื่องไปกับสังคม แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ย่อม ส่งผลทำให้บุคคลต้องปรับเปลี่ยน และพัฒนาอัตลักษณ์ ตนเองให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในขณะนั้นอยู่เสมอ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาภาพสะท้อนอัตลักษณ์ ในมิติด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับ บุคคล (ISR) ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ซึ่งถือเป็นอีกมิติ หนึ่งในการสร้าง สื่อสาร และนำเสนออัตลักษณ์ ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงการ เปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ในบริบทที่หลากหลายเพิ่มขึ้น

### วัตถุประสงค์

1. ศึกษาภาพสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะตนของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ผ่านผลงานเขียน
2. ศึกษาภาพสะท้อนอัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ผ่านผลงานเขียน
3. ศึกษาวิธีการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ที่สะท้อน มิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ผ่านผลงานเขียน

### ปัญหาคำถามวิจัย

1. ภาพสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะตนของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ จากผลงานเขียนมีอะไรบ้าง
2. ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ จากผลงานเขียนมีอะไรบ้าง

3. วิธีการสร้าง และนำเสนออัตลักษณ์ที่สะท้อนมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ จากผลงานเขียนเป็นอย่างไร

### วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในผลงานเขียนส่วนบุคคลของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ทั้ง 5 เล่ม คือ หนังสือมองโลกแบบวิกรม, หนังสือผมจะเป็นคนดี เล่มไฟฝันวันเยาว์, หนังสือผมจะเป็นคนดี เล่มก่อร่างสร้างธุรกิจ, หนังสือ กิน&อยู่ แบบวิกรม และหนังสือชีวิตใหม่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล และแยกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคำไว้อย่างเป็นระบบเพื่อความชัดเจน

สำหรับการตรวจสอบความแม่นยำ ผู้วิจัยได้ใช้วิธียืนยันความถูกต้องจากข้อมูลที่ได้จากตัวบทที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ที่สะท้อนมิติด้าน ISR ว่า มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างไร โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการตรวจสอบความแม่นยำ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเตรียมความพร้อมของผู้วิจัยในการจัดระบบข้อมูล หรือกลุ่มคำต่างๆ ซึ่งผู้จัดทำมีความสำนึกในจรรยาบรรณของนักวิจัยที่ดี โดยมีความโปร่งใสปราศจากอคติ

ขั้นที่ 2 นำชุดคำศัพท์หรือกลุ่มคำ (Words) ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

ขั้นที่ 3 นำชุดกลุ่มคำที่ได้รับการตรวจสอบ และแก้ไขแล้ว มาวิเคราะห์รหัสเพื่อหาความสอดคล้องกันระหว่างผู้วิจัย และอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อหาข้อสรุปที่มีความเชื่อถือได้ของรหัสร่วมกัน

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการจัดทำสาระบบ (Taxonomy) คือ การนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาทำการลงรหัสและบันทึกเนื้อหาที่ปรากฏ (Coding) ให้กับคำ กลุ่มคำ วลี ประโยคต่างๆ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ รวมถึงตีความหมายของเนื้อหาที่ปรากฏ ส่วนในขั้นตอนการลงรหัส ผู้วิจัยได้เอาข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาใส่ใน Coding Sheet แล้วคัดคำ วลี ประโยคต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาทำดัชนีข้อมูล และ

จัดหมวดหมู่ พร้อมทำการกำจัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป เพื่อหาข้อสรุปชั่วคราวและนำมาเรียบเรียงข้อมูลที่เหมือนกันให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน (Dimensions) หลังจากนั้น จึงตั้งชื่อ (Themes) ที่สามารถสะท้อนลักษณะของข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มทุกข้อมูลขึ้นมาใหม่ โดยในแต่ละกลุ่ม (Themes) นั้น อาจมีกลุ่มย่อย (Sub-Themes) มากกว่าหนึ่งข้อ เพื่อใช้วิเคราะห์และหาข้อสรุปที่แท้จริงในการนำเสนอข้อมูล

### ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ภาพสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะตนของคุณวิกรม กรมดิษฐ์

ภาพสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะตนของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ จากผลงานเขียนประกอบด้วย อัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และมีการปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลา และบริบททางสังคม สรุปได้ดังนี้

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล สามารถพิจารณาจากประเด็นหลัก 1) องค์ประกอบภายใน และ 2) ลักษณะภายนอก

ประเด็นหลัก 1) องค์ประกอบภายใน ประกอบสร้างจากประเด็นย่อย ดังนี้

1.1) ด้านร่างกายสามารถสะท้อนให้เห็น 3 มิติหลักๆ คือ 1.1.1) ลักษณะทางกายภาพ 1.1.2) สุขภาพ และ 1.1.3) ทักษะและความสามารถ

1.2) ด้านศีลธรรมสามารถสะท้อนให้เห็น 2 มิติหลักๆ คือ 1.2.1) แนวทางด้านศีลธรรมคุณธรรมและจริยธรรม และ 1.2.2) การคิดดี

1.3) ด้านส่วนตัวสามารถสะท้อนให้เห็น 3 มิติหลักๆ คือ 1.3.1) ความรู้สึกที่มีต่อตนเองและการให้คุณค่าตนเอง 1.3.2) ความเชื่อมั่น ความมั่นใจ และ 1.3.3) การประเมินค่าบุคลิกภาพ

1.4) ด้านครอบครัวสามารถสะท้อนให้เห็น 2 มิติหลักๆ คือ 1.4.1) ความพึงพอใจและความสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นสมาชิก และ 1.4.2) บทบาทและหน้าที่ต่อครอบครัว

1.5) ด้านสังคมสามารถสะท้อนให้เห็น 2 มิติหลักๆ คือ 1.5.1) ความคิดเห็นของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง และ



1.5.2) ความเชื่อมั่นในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่นในสังคม

ประเด็นหลัก 2) ลักษณะภายนอก ประกอบสร้างจากประเด็นย่อย ดังนี้

2.1) ด้านความเป็นเอกลักษณ์สามารถสะท้อนให้เห็นมิติหลัก เรื่อง เอกลักษณ์และสัญลักษณ์

2.2) ด้านพฤติกรรมสามารถสะท้อนให้เห็นมิติหลัก เรื่อง พฤติกรรมและสิ่งที่เลือกกระทำ

2.3) ด้านการตัดสินใจสะท้อนให้เห็นมิติหลัก เรื่อง การตัดสินใจและความพึงพอใจในระดับตนเอง

อัตลักษณ์ทางสังคม พิจารณาจากประเด็นหลัก เรื่อง บทบาทและหน้าที่ ซึ่งสร้างมาจากประเด็นย่อย ดังนี้

1) ด้านการเป็นหัวหน้าครอบครัว สามารถสะท้อนให้เห็น 2 มิติหลัก ๆ คือ 1.1) ความเป็นผู้นำ และ 1.2) หน้าที่และความรับผิดชอบ

2) ด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ และผู้นำองค์กร สามารถสะท้อนให้เห็น 4 มิติ หลัก ๆ คือ 2.1) ความเป็นผู้นำองค์กรธุรกิจ 2.2) การบริหารงานเชิงกลยุทธ์ 2.3) การบริหารทรัพยากรบุคคล และ 2.4) การสร้างความสัมพันธ์การจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3) ด้านการเป็นนักเขียน สามารถสะท้อนให้เห็นมิติหลัก เรื่อง หน้าที่ของการเป็นนักเขียน

4) ด้านการเป็นนักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ สามารถสะท้อนให้เห็นมิติหลัก เรื่อง หน้าที่ของการเป็นนักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์

5) ด้านการเป็นเจ้าของมูลนิธิอมตะ สามารถสะท้อนให้เห็น 2 มิติหลัก ๆ คือ 5.1) บทบาทหน้าที่ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งมูลนิธิฯ และ 5.2)

โครงการและกิจกรรมของมูลนิธิฯ

6) ด้านจิตสาธารณะในการช่วยเหลือสังคม สามารถสะท้อนให้เห็น 3 มิติหลัก ๆ คือ 6.1) ด้านสังคม 6.2) ด้านการให้ความรู้และการศึกษา และ 6.3) ด้านสิ่งแวดล้อม

**ส่วนที่ 2 ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์**

เป็นการศึกษาภาพสะท้อนอัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ในฐานะที่เป็นอีกมิติหนึ่งในการสร้างและนิยามตนเองผ่านบทบาทผู้นำองค์กร โดยจะมี

ความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันระหว่างอัตลักษณ์ตัวบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมรวมอยู่ด้วย สรุปได้ดังนี้

### อัตลักษณ์ในมิติ ISR

ถูกสะท้อนผ่านประเด็นหลัก เรื่อง ISR ในบริบทของผู้นำองค์กร ซึ่งมีการประกอบสร้างมาจาก 2 ประเด็นย่อย คือ 1) ประเด็นย่อย ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านองค์ประกอบ และ 2) ประเด็นย่อย ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านมูลนิธิอมตะ รายละเอียดดังนี้

1) ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านองค์ประกอบสามารถสะท้อนให้เห็นผ่าน 5 มิติหลัก ๆ คือ 1.1) เป็นองค์กรที่พยายามเน้นผลต่อสังคมในเชิงบวก 1.2) มีหลักการและการวางเป้าหมายระยะยาวอย่างยั่งยืน 1.3) สร้างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง 1.4) องค์กรตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมอย่างแท้จริง และ 1.5) ผู้นำแสดงให้เห็นเด่นชัดในเรื่อง ISR

2) ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านมูลนิธิอมตะสามารถสะท้อนให้เห็นผ่าน 3 มิติหลัก ๆ คือ 2.1) ด้านสังคม 2.2) ด้านการศึกษา และ 2.3) ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

**ส่วนที่ 3 วิธีการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ที่สะท้อนมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์**

จากการวิเคราะห์ผลงานเขียนผู้วิจัย พบว่า วิธีการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ที่สะท้อนมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ถูกสะท้อนผ่านใน 3 ประเด็นหลัก ๆ

1) อัตลักษณ์ คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) อัตลักษณ์ คือ การเลียนแบบและการผสมผสาน และ 3) การนำเสนออัตลักษณ์ที่สิ้นไหลเปลี่ยนแปลง สรุปได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นหลัก 1) อัตลักษณ์ คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบสร้างจากประเด็นย่อย ดังนี้

1.1) อัตลักษณ์เดิมก่อนกระแสโลกาภิวัตน์ สามารถเห็นได้จาก 2 มิติหลัก คือ 1.1.1) ด้านส่วนบุคคล อาทิ การดำเนินชีวิต ทศนคติ แนวคิด ชีวิตครอบครัว ลักษณะนิสัย สภาพร่างกาย รสนิยมการแต่งกาย ความชอบและความสามารถต่างๆ และ 1.1.2) ด้านสังคม อาทิ บทบาท ทศนคติเกี่ยวกับการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทางสังคม

1.2) อัตลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงหลังกระแสโลกาภิวัตน์สามารถเห็นได้ 2 มิติหลัก คือ 1.2.2) ด้านส่วนบุคคล

อาทิ การดำเนินชีวิต ทักษะคิด แนวคิด ชีวิตครอบครัว ลักษณะนิสัย สภาพร่างกาย รสนิยมการแต่งกาย ความชอบและความสามารถต่างๆ และ 1.2.2) ด้านสังคม อาทิ บทบาท ทักษะคิดเกี่ยวกับการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทางสังคม

ประเด็นหลัก 2) อัตลักษณ์ คือ การเลียนแบบและการผสมผสาน ประกอบสร้างจากประเด็นย่อย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ผู้นำองค์กรธุรกิจ หรือ CEO Identity ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ที่สะท้อนให้เห็นจาก 2 มิติหลักๆ ดังนี้

- 1) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
- 2) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมระดับบุคคล (ISR)

ประเด็นหลัก 3) การนำเสนออัตลักษณ์ที่สิ้นเปลืองเปลี่ยนแปลง ประกอบสร้างจากประเด็นย่อย เรื่อง อัตลักษณ์ในมิติ ISR ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจาก 2 มิติหลักๆ ดังนี้

1) รูปแบบการสื่อสาร มีการนำเสนอตัวตน ในรูปแบบต่างๆ อาทิ ผู้นำองค์กรธุรกิจระดับแนวหน้า, ผู้เชี่ยวชาญในการให้ความรู้วิเคราะห์ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ, ตัวแทนสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ, การเป็นคนดีเพื่อตอบแทนสังคม, การวางตัวเป็นแบบอย่างต่อคนในสังคม และนักเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ

2) วิธีการนำเสนอ มีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของตนเอง และสามารถถ่ายทอดคุณค่าเหล่านั้น ออกมาเป็นจุดยืนในความเป็นตัวตนผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ การนำเสนอผ่านสื่อประเภทหนังสือ, สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์, มูลนิธิอมตะ และการทำคาราวาน

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีข้อค้นพบที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

#### 1. การรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนเอง

จากผลสรุปทำให้ทราบว่า ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ประกอบสร้างทั้งจากอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม โดยการให้นิยามและอัตลักษณ์แก่ตนเองของคุณวิกรม เกิดขึ้นจากการ

รับรู้และเข้าใจตนเองจากองค์ประกอบภายใน และลักษณะภายนอก ซึ่งสิ่งเหล่านี้หล่อหลอมให้คุณวิกรมรับรู้และเข้าใจว่า ตัวเองเป็นใคร มีความเหมือนหรือแตกต่างกับบุคคลอื่นๆ อย่างไร ตลอดจนเรื่องเกี่ยวกับระบบคุณค่าที่ติดตัวมา และบทบาทหน้าที่ต่างๆ จากการที่สังคมกำหนด เช่น การเป็นลูกที่ดี การเป็นพี่ชายคนโต การเป็นผู้นำองค์กร เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการยอมรับ ปรับเปลี่ยน และดำรงรักษาอัตลักษณ์ที่เลือกผ่านการแสดงตัวตนของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ภายใต้บริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างต่อเนื่อง

การรับรู้ตนเอง (Self Concept) ของคุณวิกรม ส่วนหนึ่งได้ถูกปลูกฝังหล่อหลอมจากสังคม วัฒนธรรม บริบทต่างๆ รวมทั้งประสบการณ์ในอดีตที่พบเจอผ่านการขัดเกลาจากครอบครัว ญาติ เพื่อน หรือคนใกล้ชิด ส่งผลให้ซึมซับเอาสิ่งที่ถูกปลูกฝังเข้ามาในจิตใจของตนเอง จนเกิดการซึมซับเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ของตนเอง และเลือกสื่อสารเพื่อตอกย้ำความเป็นตัวตนในรูปแบบของตนเอง ซึ่งเป็นไปตามมุมมองของคาร์ล รอกเจอร์ส (Carl Roger, 1970 อ้างถึงใน พรประภา โนจา, น. 7-9) ที่อธิบายความหมายของการรับรู้ตนเอง หรือโนภาพแห่งตน ว่าเป็นผลรวมทั้งหมดของลักษณะประจำตัวความสามารถ ค่านิยมที่บุคคลเชื่อว่าเป็นสิ่งที่อธิบายตัวตนเขาได้ว่าเป็นอย่างไร เปรียบเสมือนการมองกระจกที่สะท้อนและทำให้บุคคลสามารถมองเห็นตนเอง รู้จักตนเอง โดยที่การรับรู้ตนเอง จะมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับการที่เรานับถือตนเอง ทั้งนี้ การที่บุคคลมีโนภาพแห่งตนอย่างไร ก็ย่อมส่งผลต่อการทำงาน การใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ผลสรุปงานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ตนเองของคุณวิกรม ไม่ได้เกิดมาจากการมองเห็นตนเองเพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนาขึ้นมาจากสิ่งที่อยู่รอบ เช่น วัน เวลา สถานที่ สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี บริบททางสังคม บทบาทหน้าที่ ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ผ่านการเลือกใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ด้วยเหตุนี้ ทำให้เข้าใจได้ว่า คุณวิกรมมีอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทไม่แน่นอนตายตัว เช่น บริบทของการเป็นหัวหน้าครอบครัว บริบทการเป็นเจ้าของธุรกิจและผู้นำองค์กร บริบทของการเป็น



นักเขียน บริบทของการเป็นนักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ บริบทของการเป็นเจ้าของมูลนิธิอมตะ และบริบทด้านจิตสาธารณะในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งบริบทต่างๆ นี้ เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นว่า คุณวิกรม กรมดิษฐ์ มีการตระหนัก ยอมรับและเลือกใช้อัตลักษณ์ในการแสดงตัวตนนั้นอย่างตั้งใจ

## 2. อัตลักษณ์ในมิติ เรื่อง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคล

จากอิทธิพลของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในด้านต่างๆ ความสำคัญของกลยุทธ์ในกระบวนการสร้างการสื่อสาร จึงเป็นตัวช่วยในการผลักดันให้ตัวบุคคล องค์กร และบริษัทต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น รายงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์บุคคล (เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2554, น. 106-116) ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์ของผู้นำองค์กร (CEO Identity) จึงเป็นเหมือนค่านิยมหนึ่งที่ถูกสังคมหยิบยกขึ้นมา และส่งผลต่อการสร้างความแตกต่างให้กับตัวผู้นำองค์กร

อย่างไรก็ดี การสร้างอัตลักษณ์ของผู้นำองค์กรนั้น จะต้องเกิดมาจากการที่ตัวบุคคลต้องทำความเข้าใจ และยอมรับในอัตลักษณ์ของตนเองทั้งภายในและภายนอก ก่อน โดยอาศัยบริบท มิติ และสภาพสังคมด้านต่างๆ ในขณะนั้นประกอบไปด้วย สำหรับงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญลึกลงไปในมิติเรื่อง ISR ของคุณวิกรม ในฐานะเป็นมิติหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงของการนิยามอัตลักษณ์ในบทบาทผู้นำองค์กรธุรกิจ ซึ่งผลพบว่า ISR ในบริบทผู้นำองค์กรของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ถูกสะท้อนผ่านจาก 2 ประเด็น คือ ผ่านองค์กรอมตะ และผ่านมูลนิธิอมตะ

สำหรับ ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านองค์กรอมตะของคุณวิกรม ที่สะท้อนผ่านงานเขียนนั้น จะเป็นเรื่องของการรับรู้และเข้าใจตนเองในด้านบทบาทและหน้าที่ของความเป็นผู้นำองค์กรอมตะ รวมถึงนโยบายการขับเคลื่อนและบริหารงานเชิงกลยุทธ์ให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้อย่างสมบูรณ์แบบ โดยเน้นที่บทบาทของผู้นำองค์กรมีส่วนสำคัญในการเป็นผู้นำแนวทางในการปฏิบัติตน และผลักดันแนวคิดไปสู่พนักงาน หรือบุคคลอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้บุคคล

เหล่านั้นเกิดจิตสำนึกที่แท้จริง และพร้อมทำเพื่อส่วนรวมต่อไป ซึ่งผู้วิจัยพบว่า สามารถแบ่งได้เป็น 5 เรื่อง ประกอบด้วย เป็นองค์กรที่พยายามเน้นผลต่อสังคมในเชิงบวก, มีหลักการและการวางเป้าหมายระยะยาวอย่างยั่งยืน, สร้างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง, องค์กรตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมอย่างแท้จริง และผู้นำแสดงให้เห็นเด่นชัดในเรื่อง ISR โดยที่ผลการศึกษาได้สอดคล้องและใกล้เคียงกับแนวคิดกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว โดย ดนัย จันทรเจ้าฉาย (2552, น. 22-23) ที่เน้นอธิบายเรื่องของการบริหารองค์กรแบบองค์รวมที่ครอบคลุมตั้งแต่วิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ กลยุทธ์การดำเนินงาน ไปจนถึงแนวทางในการปฏิบัติทุกภาคส่วนขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับผู้นำองค์กร ภารกิจในการทำตัวเป็นต้นแบบและมีจิตอาสา ตลอดจนสร้างจิตสำนึกในระดับบุคคลให้เกิดกับคนในองค์กรและขยายสู่สังคมภายนอก ประกอบด้วยหลักการสำคัญของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว 7 ประการ คือ การเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม, ตั้งเป้าหมายระยะยาวและมองภาพใหญ่ระดับมหภาค, แสวงหาจุดสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมธรรมชาติในโลก ผู้คนในสังคม และการทำกำไรจากธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยแรงปรารถนาภายในตัวปัจเจกบุคคลสมาชิกในองค์กร ก่อน, ยึดบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์, ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม ความเป็นจริง และความเป็นเนื้อแท้, เป็นองค์กรที่ระเบิดจากข้างใน มีดีเอ็นเอของ ISR และเป็นผู้สร้างบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในวงการ

ในส่วนของ ISR ในบริบทของผู้นำองค์กรผ่านมูลนิธิอมตะของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ได้สะท้อนผ่านงานเขียนในเรื่องของการรับรู้และเข้าใจตนเองด้านบทบาทและหน้าที่ รวมถึงความตระหนักในตนเองถึงความสำคัญที่มีต่อมูลนิธิอมตะ ทั้งวัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง เป้าหมายของมูลนิธิ แนวคิด ทิศนคติ แนวทางปฏิบัติตนในด้าน ISR ที่ประกอบด้วย คุณธรรม จริยธรรม สำนักสาธารณะ รวมทั้งแนวทางปฏิบัติตนที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรม และโครงการในด้านต่างๆ ของมูลนิธิอมตะ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านสังคม, ด้านการศึกษาและด้านสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ

ผลการวิจัย ทำให้ทราบการรับรู้และมองตนเองของคุณวิกรม ในเรื่องมิติ ISR ซึ่งการที่คุณวิกรม จะแสดง

ความรับผิดชอบต่อสังคมออกมานั้น ย่อมต้องเกิดจากการตระหนักคิด ทบทวนตนเองก่อน จนเกิดเป็นจิตสำนึกที่ตื่นแหล่หลอมให้เกิดเป็นจิตอาสา และนำไปสู่การทำความดีต่อสังคมสาธารณะ ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทางสังคม โดยมีการเลือกใช้และการสร้างอัตลักษณ์ของตนผ่านผลงานเขียนได้อย่างชัดเจน

### 3. กระบวนการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์หลังยุคสมัยใหม่

จากผลการวิจัย พบว่า วิธีการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ สะท้อนผ่านงานเขียนใน 3 ประเด็น คือ อัตลักษณ์ คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์, อัตลักษณ์ คือ การเลียนแบบและการผสมผสาน และการนำเสนออัตลักษณ์ที่สั้นไหลเปลี่ยนแปลง ดังนั้น สามารถอธิบายได้ว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างการผลิต การบริโภค การตกย้ำหรือผลิตซ้ำ ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง แต่เป็นการต่อสู้เพื่อช่วงชิงความเป็นเจ้าของในการสร้างนิยามความหมายใกล้กับสิ่งต่างๆ อย่างไม่รู้จัก โดยกระบวนการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ของคุณวิกรม ได้สอดคล้องกับมุมมองของรอม ฮาร์เร (Rom Harre, 1990 อ้างถึงใน อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, น. 104-105) ในเรื่องความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์บุคคลที่กลายมาเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมและกระบวนการที่สังคมหล่อหลอมอัตลักษณ์บุคคลให้กลายเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ในแบบใหม่ 4 ชั้น คือ 1) กระบวนการที่อัตลักษณ์ถูกปลูกฝังขัดเกลา, 2) กระบวนการที่อัตลักษณ์เกิดการเปลี่ยนแปลง, 3) กระบวนการที่อัตลักษณ์ถูกทำให้เป็นสาธารณะ และ 4) กระบวนการที่อัตลักษณ์ถูกหล่อหลอมจากสังคมและวัฒนธรรม

อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ยุคหลังสมัยใหม่ ตามมุมมองของเจอร์เกน (Gergen, 1991, pp. 147-156) เกี่ยวกับขั้นตอนในการสร้างตัวตน 3 ขั้นตอนหลักๆ คือ 1) ขั้นการแสดงตนที่หลากหลายในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Manipulator) 2) ขั้นการประกอบสร้างตัวตนจากการเลียนแบบผสมผสาน (Pastiche of Personality) และ 3) ขั้นการปรากฏขึ้น

ของตัวตนที่เกิดจากการเชื่อมโยงผ่านการปฏิสัมพันธ์ (Emergence of Relational Self) โดยสามารถอภิปรายกระบวนการสร้างและการนำเสนอ อัตลักษณ์ของคุณวิกรม ประกอบร่วมกับ 2 แนวคิด ดังนี้

ขั้นที่ 1 อัตลักษณ์ คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นทางสังคม มีผลทำให้คุณวิกรม กรมดิษฐ์ ต้องเผชิญหน้ากับความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนหลากหลายรูปแบบจนก่อให้เกิดความอึดอัดในอัตลักษณ์เดิมของตนเอง เหมือนกับที่เจอร์เกน (Gergen, 1991, p. 147) กล่าวว่า การที่เราเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ไปสู่รูปแบบใหม่ๆ เป็นเพราะเราจะรู้สึกไม่ดีเมื่อเราต้องใช้อัตลักษณ์ในแบบเดิมซ้ำๆ กันในสถานการณ์ และการที่เราจะพยายามบริหารจัดการกับความเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเองนั้น ย่อมทำให้เรารู้สึกปลอดภัยเมื่อต้องเจอกับสถานะที่มีความอึดอัดทางสังคม ดังนั้น คุณวิกรม จึงมีการทบทวนเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเองไปสู่รูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความมั่นใจ ด้วยวิธีการบริหารจัดการกับอัตลักษณ์ของตนเองในช่วงเวลาต่างๆ ผ่านกระบวนการปลูกฝังขัดเกลา (Appropriation) จากครอบครัว ญาติ เพื่อน หรือคนใกล้ชิด รวมถึงบริบทรอบๆ ตัวมาไว้ในตนเอง และเลือกที่จะนำเสนอออกมาใช้ในแต่ละบริบท ทั้งนี้ จากภาพสะท้อนในผลงานเขียนทำให้พบความเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการอัตลักษณ์ของอัตลักษณ์คุณวิกรม ออกเป็น 2 ช่วง คือ อัตลักษณ์เดิมก่อนกระแสโลกาภิวัตน์ และอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงหลังกระแสโลกาภิวัตน์ โดยส่วนที่พบชัดเจนที่สุดในงานเขียนจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ของตนในด้านส่วนตัว และด้านทางสังคมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ได้มีการบริหารจัดการอัตลักษณ์ตนเองเป็นไปตามยุคหลังสมัยใหม่ได้อย่างชัดเจน

ขั้นที่ 2 อัตลักษณ์ คือ การเลียนแบบและการผสมผสาน เป็นขั้นที่อัตลักษณ์เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transformation) จากกระบวนการหล่อหลอมที่ค่านิยมบทบาทต่างๆ ถูกรวมเข้ามาในโลกส่วนตัว และส่งผลให้อัตลักษณ์ส่วนบุคคลก่อตัวขึ้น โดยที่การก่อตัวของอัตลักษณ์นั้น เจอร์เกน (Gergen, 1991, p. 150) ให้เหตุผลว่าเป็นประกอบสร้างตัวตนจากการเลียนแบบ



ผสมผสาน (Pastiche of personality) ที่ตัวบุคคลนำมาใช้แทนความมั่นคงของตนเองเพื่อเพิ่มความแตกต่าง และโอกาสประสบความสำเร็จในการสื่อสารอัตลักษณ์ของตนภายในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงและการผสมผสานเหล่านี้เอง เป็นขั้นตอนที่ก่อให้เกิดความหลากหลายในอัตลักษณ์เพิ่มขึ้น ดังนั้น ขั้นตอนนี้จึงเป็นเหมือนกระบวนการที่คุณวิกรมใช้ประกอบสร้างตัวตนผ่านการเปลี่ยนแปลงผสมผสานความเป็นตัวตนให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในขณะนั้น โดยผู้วิจัยได้พิจารณาเฉพาะบริบทเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ผู้นำองค์กรธุรกิจ

ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า คุณวิกรม กรมดิษฐ์ มีการให้คุณค่าในตัวเองผ่านบทบาทความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากผู้นำองค์กรอื่นๆ โดยสะท้อนผ่านผลงานเขียนได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้าน CSR เช่น การให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ผ่านองค์กรธุรกิจตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคมและองค์กรในระยะยาว และด้าน ISR เช่น การสร้างมูลนิธิอมตะ การเป็นคนดีของสังคมทั้งหมดนี้ คุณวิกรม มีการผสมผสานความเป็นตัวตนให้สอดคล้องกับลักษณะภายใน และสภาวะแวดล้อมภายนอก เพื่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและน่าจดจำภายใต้อัตลักษณ์ที่แท้จริง โดยมีการประกอบสร้าง และผสมผสานความเป็นตัวตนในบทบาทผู้นำองค์กรจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เช่น ประสบการณ์ ความรู้ ค่านิยม ตำแหน่งหน้าที่ บริบททางสังคม การแสดงสัญลักษณ์ และการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การนำเสนออัตลักษณ์ที่ลื่นไหลเปลี่ยนแปลงเนื่องจากอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ แต่ละความสัมพันธ์ต่างๆ ก็จะทำให้ความหมายกับอัตลักษณ์ในลักษณะที่ต่างกันไปด้วยเหตุนี้ บุคคลจึงไม่ควรสร้างเงื่อนไขหรือจำกัดตนเองไว้กับอัตลักษณ์เพียงอัตลักษณ์เดียว แต่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเองไปตามสถานการณ์และบริบททางสังคม โดย โรม ฮาร์เร (Rom Harre, 1990 อ้างถึงใน อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546, น. 105) ได้อธิบายว่า ขั้นนี้เป็นกระบวนการที่อัตลักษณ์บุคคลถูก

ทำให้เป็นสาธารณะ หรือถูกถ่ายทอด หรือแสดงออกในปริณิพลสาธารณะในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละคน ซึ่งกระบวนการนี้ต้องอาศัยการเชื่อมโยงผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งนี้ สอดคล้องกับมุมมองของเจอร์เกน (Gergen, 1991, p. 156) ที่กล่าวว่า การปรากฏของตัวตนเกิดจากการเชื่อมโยง ผ่านการปฏิสัมพันธ์ (Emergence of Relational Self) เพราะสังคมปัจจุบัน บุคคลสามารถเป็นผู้บริหารจัดการอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเน้นความสำคัญของการสื่อสารในกระบวนการสร้างความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์เพื่อในการใช้สร้างตัวตนที่หลากหลาย

ผู้วิจัยได้พิจารณาวิธีการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ในมิติ ISR พบว่า คุณวิกรม มีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของตนเอง และสามารถนำเสนอคุณค่าเหล่านั้นผ่านความเป็นตัวตนอย่างชัดเจน 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบการสื่อสาร เช่น ผู้นำองค์กรธุรกิจระดับแนวหน้า, ผู้เชี่ยวชาญในการให้ความรู้วิเคราะห์ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ, ตัวแทนสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ, การเป็นคนดีเพื่อตอบแทนสังคม, การวางตัวเป็นแบบอย่างต่อคนในสังคม และนักเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ส่วนในด้านวิธีการนำเสนอรูปแบบที่ตนเองใช้สื่อสารความเป็นตัวตน และสามารถถ่ายทอดคุณค่าเหล่านั้นออกมาเป็นจุดยืนในความเป็นตัวตนผ่าน 4 ทาง เช่น การนำเสนอผ่านสื่อประเภทหนังสือ, สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์, มูลนิธิอมตะ และการทำคาราวาน

ขั้นที่ 4 อัตลักษณ์ถูกหล่อหลอมจากสังคมและวัฒนธรรมจนเกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ รวม ฮาร์เร (Rom Harre, 1990 อ้างถึงใน อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546, น. 105) ได้อธิบายว่า กระบวนการที่อัตลักษณ์ถูกหล่อหลอมจากสังคมและวัฒนธรรม คือ ขั้นตอนการผลิตซ้ำของอัตลักษณ์ ตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 3 โดยเป็นกระบวนการที่ประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลได้เรียนรู้พบเจอ ถูกหล่อหลอมรวมกับสังคม วัฒนธรรม บริบทในช่วงเวลานั้นจนเกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ ส่งผลให้บุคคลต้องกลับมาตระหนักและทบทวนอัตลักษณ์ของตนเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และเลือกนำเสนออัตลักษณ์ผ่านกลไกต่างๆ ตลอดจนรวมไปถึงการที่บุคคลควบคุมสื่อสาร และระดับประคองให้อัตลักษณ์ของตนให้เกิด



ความต่อเนื่องไปกับสังคมด้วย ด้วยเหตุนี้ การสร้างอัตลักษณ์ในยุคปัจจุบันจึงไม่สามารถทำได้เพียงกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง แต่ต้องทำเป็นกระบวนการโดยอาศัยความเชื่อมโยงสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอนที่กำลังมาข้างหน้า

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า แม้ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ผ่านผลงานเขียน จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบทบาท สภาพสังคม และยุคสมัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แต่ความเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเป็นเพียงบริบทรอบนอกที่เป็นผลมาจากสังคมเป็นตัวกำหนด ทำให้คุณวิกรมต้องตระหนัก ทบทวนและปรับเปลี่ยนตัวตนไปตามสภาพแวดล้อมในช่วงเวลานั้น ซึ่งในมิติเรื่อง ISR ก็เป็นอัตลักษณ์ในมิติหนึ่งที่ทำให้เราเข้าใจการนิยามตนเองของคุณวิกรม กรมดิษฐ์ ในฐานะผู้นำองค์กรธุรกิจ ผ่านรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ ตามแบบฉบับของคุณวิกรม แต่ทั้งนี้ ภายใต้อัตลักษณ์ในมิติ ISR นั้น คุณวิกรม ก็ยังคงรักษาความเป็นแก่นแท้ของตัวตนที่ชัดเจนไว้ได้อย่างลงตัว ด้วยเหตุนี้ อัตลักษณ์ในยุคปัจจุบันจึงเป็นเหมือนบทบาท หรืออัตลักษณ์ทางสังคมใหม่ชั่วคราว ไม่คงทนถาวรสามารถสลับเปลี่ยนแปลงไปมาได้ตลอดเวลา อัตลักษณ์จึงมีทั้งเชิงเดี่ยว และอัตลักษณ์ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั้งในลักษณะที่ถูกจำกัดหยุดนิ่งและอัตลักษณ์ที่ลื่นไหลเปลี่ยนแปลงได้

#### เอกสารอ้างอิง

दनय जन्तर्जाया. (2552). *White Ocean Strategy* กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.

พรประภา โนจา. (2553). *การกลายสภาวะของตัวตน* ในบริบทการเปลี่ยนผ่านขององค์กร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้รับการตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิศิษฐ์ คุณาโรตม์. (2546). *อัตลักษณ์และกระบวนการต่อสู้เพื่อชีวิตของผู้ติดเชื้อ HIV อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้รับการตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สลักโณม สุพงศ์กร. (2549). *การศึกษาแนวคิดโพสต์โมเดิร์นในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนศิลปะในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้รับการตีพิมพ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2554). การสร้างแบรนด์บุคคล: ปั่นคนให้เป็นแบรนด์. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 106-116.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ (Identity)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Gergen, K. J. (1991). *The saturated self : Dilemmas of identity in contemporary life*. New York: Basic Books.

Woodward, K. (2004). *Questioning identity: Gender, class, ethnicity* (2nd ed.). London: Routledge (The Open University).