

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งในการใช้เวลาว่างของมนุษย์ อันก่อให้เกิดการเดินทางหลั่งไหลของผู้คนข้ามพรมแดนประเทศกันอย่างแพร่หลาย ในช่วง 60 ปีที่ผ่านมา จนส่งผลให้การท่องเที่ยวกลายเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ดำเนินการตามกลไกตลาดในรูปแบบอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งในความต้องการของนักท่องเที่ยวก็คือ ความอยากรู้อยากเห็น และอยากเผชิญหน้ากับกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่เป็นเหตุให้เกิดการนำความเป็นชาติพันธุ์มาทำให้เป็นสินค้า และก่อรูปขึ้นมาเป็นการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในระดับนานาชาติ (Wood, 1997)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่น่าชวนเขา 6 กลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ เข่า อ่าข่า กะเหรี่ยง ลาหู่ ม้ง และ ลีซอ ที่อาศัยอยู่บนภูเขาทางภาคเหนือของประเทศ (Cohen, 1999) มาสร้างเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว โดยมีการนำประเพณี ความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตของชาวเขา มาจัดทำให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และนำเสนอในรูปแบบการท่องเที่ยวชาวเขา อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ พิพิธภัณฑสถาน การแสดง การจัดเทศกาลต่าง ๆ และทัวร์ป่า บนพื้นฐานการสร้างภาพลักษณ์ (image) ให้เป็นสิ่งแปลกใหม่ในแง่การตอกย้ำความจริงแท้ และตอบสนองความปรารถนาที่จะได้สัมผัสกับความแปลกของชาติพันธุ์ (Munt, 1994, อ้างใน ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541) จนทำให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และทำให้ชาวเขามีตัวตนมากขึ้นในฐานะสินค้าทางชาติพันธุ์

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวดังกล่าวกลับไม่สามารถกระจายรายได้ให้กับชาวเขาและทำให้พวกเขาตกอยู่ในภาวะพึ่งพาทางเศรษฐกิจที่ไร้อำนาจต่อรอง ขณะเดียวกันรูปแบบการท่องเที่ยวชาวเขาทำให้เกิดสถานะสวนสัตว์ขึ้น ชาวเขากลายเป็นวัตถุที่มีชีวิตในการถูกจ้องมองจากนักท่องเที่ยวเหมือนดั่งงานแสดงสินค้า (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541) การทำชาติพันธุ์ให้เป็นสินค้าได้สร้างภาพลักษณ์ตายตัวให้แก่ชาวเขา (Cohen, 1999) เหมือนการติดป้ายวัฒนธรรมให้หยุดนิ่งมีผลทำให้สูญเสียความเป็นคนตกเป็นทาสของความหมายที่อยู่เบื้องหลังป้าย (Appadurai, 1986, อ้างใน อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2549) อีกทั้งทำให้เกิดปัญหาสังคมและวัฒนธรรม อาทิเช่น ปัญหาการค้าประเวณี ปัญหายาเสพติด ปัญหาการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมนักท่องเที่ยว เป็นต้น

พ.ศ. 2540 กระแสการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนได้รับความนิยม บวกกับผลกระทบที่ชาวเขาได้รับจากการท่องเที่ยวข้างต้น จึงทำให้รัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สถาบันศึกษา และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) หันมาทบทวนนโยบายและทิศทางที่เหมาะสมในการสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้ชุมชนดำเนินการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ดำเนินการจัดการโดยชุมชนในการจัดที่พักให้นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านเพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งร่วมทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและเรียนรู้ร่วมกับชุมชนในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน โดยชุมชนที่จะดำเนินการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จะต้องปรับตัวในการยอมรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสการดำรงชีวิตประจำวันอย่างใกล้ชิด และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 บัญญัติ (พรเพ็ญ วิจัยฉัตรประเสริฐ และ คณะ, 2548) ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับคนท้องถิ่นในการอยู่บ้านเดียวกัน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันและได้ปฏิบัติตนเหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน

ชาวเขาในฐานะสินค้าทางชาติพันธุ์ที่มีลักษณะสอดคล้องกับจุดหมายทางการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทั้งในด้านการมีประสบการณ์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักในพื้นที่บ้าน การตั้งถิ่นฐานท่ามกลางธรรมชาติและป่าเขา การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย การดำรงประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และการมีเครือข่ายติดต่อกับบริษัททัวร์ ชาวเขาจึงได้ทำถูกต้องเข้ามาสู่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บนความเชื่อที่ว่าจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จะทำให้ชาวเขา เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การสร้างพลังในการควบคุม ต่อรอง และสามารถแก้ไข ปัญหาการท่องเที่ยวโดยตัวชาวเขาเองได้

บ้านยะคู<sup>1</sup> เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่มีการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ภายใต้การสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัททัวร์ มูลนิธิหุนเงา<sup>2</sup> และองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ยาว มาเป็นระยะเวลา 7 ปี โดยหมู่บ้านยะคูดังกล่าว เป็นหมู่บ้านชาวล่าหู่ที่ยังคงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม สภาพแวดล้อมและทรัพยากรบริเวณหมู่บ้านยังคงความเป็นธรรมชาติไว้อย่างงดงาม ส่วนการบริการภายในหมู่บ้านนั้นเป็นบริการแบบ โฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงบรรยากาศสุดพิเศษ คือ บ้านพักแบบกระท่อมไม้ไผ่ ท่ามกลางหุบเขาที่โอบล้อมไปด้วย พืชพรรณ

<sup>1</sup> ชื่อหมู่บ้าน หน่วยงาน องค์กร สถานที่และ บุคคล ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ล้วนแล้วเป็นนามสมมติ

<sup>2</sup> มูลนิธิหุนเงา เป็นนามสมมติของ องค์กรพัฒนาเอกชนที่เข้ามาทำการพัฒนาชุมชนและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้ บ้านยะคู

ไม้ป่า นานาชนิด รวมถึงทะเลหมอกยามเช้า และทะเลดาวยามค่ำ พร้อมกับการพักผ่อนคลายแบบสบายๆ กับกิจกรรมชิมชา การยิงธนูหน้า ไม้ตามแบบฉบับของชาวลานู พร้อมกับเรียนรู้วิถีชีวิตการทำอาหารโดยการใช้น้ำไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งคงคุณค่าไว้มายาวนานกว่า 100 ปี รวมไปถึงการชมการแสดงการเต้นจะคีซึ่งเป็นการละเล่นของชาวบ้านในการประกอบพิธีกรรม และสามารถร่วมกิจกรรม อื่น ๆ ของหมู่บ้าน ได้อีกมากมาย อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสวิถีชีวิตของลานูได้อย่างใกล้ชิด โดยการเข้าพักในบ้านชาวลานูและดำเนินชีวิตประจำวันร่วมกับชาวลานู ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน เช่น เช้าลุกขึ้นทำอาหาร จัดเตรียมข้าวห่อไปทานกลางวัน สายหน่อย ออกไปทำไร่ ทำนา ปลูกผัก ส่วนผู้หญิงอาจอยู่บ้านทำงานฝีมือ ทอผ้า จักสาน รับประทานอาหารท้องถิ่น เก็บผัก ตกปลา และนอกจากนี้ยังมีการจัดบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวภายใต้มาตรฐาน โสมสเดย์ไทย เช่น เตียงนอนที่สบาย ห้องน้ำที่สะอาด อาหารลานูปรุงแต่งอย่างดี การดูแลรักษาหมู่บ้านสะอาดและปลอดภัย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในบ้านยะดู ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ (backpack) กลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครที่เข้ามาเรียนรู้พร้อมกับจัดกิจกรรมพัฒนาให้แก่หมู่บ้านทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ภายใต้รูปแบบโสมสเดย์ชาวลานูบ้านยะดูดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นว่าบ้านยะดูเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวที่มีลักษณะซับซ้อน ทั้งด้านความหลากหลายและความย้อนแย้ง (paradox) อยู่ใน โดยด้านความหลากหลายของโสมสเดย์ชาวลานูบ้านยะดูนั้น คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ การนักท่องเที่ยวได้อย่างมีสีสัน ไม่ว่าจะเป็นการสัมผัสวิถีชีวิตชาวลานูได้อย่างใกล้ชิด การผจญภัยในดินแดนที่อยู่ห่างไกลท่ามกลางป่าเขาที่งดงาม ความสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรมชีวิตประจำวันของชาวลานู ความบันเทิงจากการแสดงเต้นจะคี และการได้รับการบริการที่สะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกันรูปแบบความหลากหลายดังกล่าวกลับมีความย้อนแย้งอยู่ภายในระหว่างการพยายามเสนอจุดขายที่เน้นวิถีชีวิตลานูที่แท้จริง กับการบริการที่พยายามสอดแทรกความสะดวกสบายตามรูปแบบวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่วิถีชีวิตของชาวลานู อาทิ เช่น การบริการภายใต้มาตรฐานโสมสเดย์ เป็นต้น

และในขณะเดียวกันท่ามกลางรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีความย้อนแย้งอยู่ในของโสมสเดย์ชาวลานูบ้านยะดูดังกล่าว กลับสามารถผลิตผลรวมออกมาเป็นภาพลักษณ์ปรากฏต่อสายตานักท่องเที่ยวที่ทำให้รับรู้และเข้าใจว่า โสมสเดย์ชาวลานูบ้านยะดูเป็นวิถีชีวิตชาวลานูที่มีจริง และมีเอกลักษณ์แตกต่างจากชนกลุ่มอื่น ไม่เคยแปดเปื้อนอารยธรรมที่ทันสมัยอยู่ห่างไกล ไม่เคยถูกทำลาย ค่อยพัฒนา และดำรงอยู่ในโลกอีกโลกหนึ่งที่มีความแตกต่างจากชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้ดังกล่าว มิใช่ลักษณะหมู่บ้านของชาวลานูที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในปัจจุบัน จึงอาจกล่าวได้ว่าโสมสเดย์ชาวลานูบ้านยะดูไม่ใช่วิถีชีวิตที่มีอยู่จริง

แต่เป็นเพียงภาพตัวแทนของวิถีชีวิตชาวลาหู่ ที่ผ่านการจัดเตรียมและการปรุงแต่งขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวเท่านั้นเอง และการจัดเตรียมดังกล่าวก็มิได้ถูกสร้างขึ้นมาจากเพียงลำพัง แต่เป็นการจัดสร้างที่เกิดขึ้นบนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ระหว่าง ชาวลาหู่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐบาล และเอกชนอีกด้วย

นอกจากนั้น การสร้างภาพตัวแทนของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ดังกล่าว มีลักษณะการทำให้ความเป็นชาติพันธุ์ให้เป็นสินค้าที่โดดเด่นกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวชาวเขาทั่วไป คือ การเน้นย้ำความจริงที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมในชีวิตประจำวันและสามารถเข้าพักในพื้นที่บ้านได้ ซึ่งลักษณะเด่นดังกล่าว ได้แสดงถึงนัยที่ว่าชีวิตประจำวันของชาวเขาสามารถนำมาเป็นสินค้าที่ขายได้ในโลกของการท่องเที่ยว ที่บ่งบอกว่ากระบวนการทำชาติพันธุ์ให้เป็นสินค้าและรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันนั้น ได้เอื้อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใกล้กับชีวิตประจำวันของเจ้าของบ้านมากขึ้น และส่งผลทำให้ชาวลาหู่บ้านยะดูต้องตกอยู่ในสภาวะการฉกฉกตอนให้ เป็นสินค้ามีชีวิต ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสและรู้เห็นถึงชีวิตประจำวันถึงในระดับพื้นที่บ้านกันเลยทีเดียว

อย่างไรก็ตามชาวลาหู่บ้านยะดูกลับสามารถดำรงชีวิตท่ามกลางสภาวะการฉกฉกตอนนั้นได้ ปรากฏการณ์นี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าพวกเขาน่าจะมีเทคนิควิธีหรือปฏิบัติการที่ทำให้พวกเขาดำรงอยู่รอด และชาวลาหู่บ้านยะดูยังรับรู้ว่าเป็นชาติพันธุ์ลาหู่สามารถสร้างผล ประโยชน์ให้แก่พวกเขา มิเช่นนั้น พวกเขาคงไม่ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จนสามารถทำให้หมู่บ้านของตนมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมาถึงปัจจุบัน โดยการสวมบทบาทเป็นผู้กระทำ (agent) เสนอภาพตัวแทนการดำรงชีวิตประจำวันของตนให้เป็นสินค้า

การสร้างภาพตัวแทนทางชาติพันธุ์ของโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดู มีลักษณะซับซ้อนที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำชาติพันธุ์ให้เป็นสินค้าได้ขยับเข้ามาสู่พื้นที่บ้านและชีวิตประจำวัน และการมีปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนที่มีนัยของการเมืองดังที่ได้กล่าวไป ประเด็นนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้ ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมแบบใดบ้าง ต่อความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ ทั้งในฐานะสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ถูกควบคุมและกำกับชีวิตประจำวัน และในฐานะผู้กระทำที่มีปฏิบัติการผ่านการนำเสนอภาพตัวแทน เพื่อให้ตนสามารถอยู่รอด ท่ามกลางสภาวะการฉกฉกตอนและการแข่งขันที่ทำให้หมู่บ้านของตนได้รับความนิยมนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นเพื่อแสดงถึงพลวัตในเชิงการเมือง การศึกษาครั้งนี้จึงวางอยู่บนมุมมองที่ว่า โฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูเป็นพื้นที่ทางสังคม ที่มีลักษณะของการเมืองเรื่องพื้นที่ในการต่อสู้ ช่างชิง จัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจใหม่ในระหว่าง ชาวลาหู่ นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้เข้ามาควบคุมและกำกับการดำเนินชีวิตของชาวลาหู่บ้านยะคูในระดับพื้นที่บ้านและชีวิตประจำวัน ซึ่งป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างนักท่องเที่ยว ชาว ลาหู่ หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน อย่างไร

1.2.2 ชาวลาหู่มีปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันที่แสดงให้เห็นถึงการเมืองของการสร้างภาพตัวแทน เพื่อ ช่างชิง ต่อรอง และจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ให้ตนอยู่ได้ในพื้นที่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจรูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะคูที่มีการนำชีวิตประจำวันและพื้นที่บ้านที่มีนัยของความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่มาเป็นสินค้าในการท่องเที่ยว

1.3.2 เพื่อศึกษาการถูกควบคุมและกำกับการดำเนินชีวิตชาวลาหู่บ้านยะคูในระดับพื้นที่บ้านและชีวิตประจำวันที่เกิดขึ้นภายในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.3.3 เพื่อศึกษาการเมืองในระดับชีวิตประจำวันของการสร้างภาพตัวแทนของชาวลาหู่ในพื้นที่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

## 1.4 ทบทวนวรรณกรรม และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 1.4.1 การท่องเที่ยว

การทบทวนในส่วนนี้เป็นการทบทวนเกี่ยวกับ ลักษณะการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เพื่อชี้ให้เห็นภาพการท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1) ลักษณะการท่องเที่ยว

หากมองตามการบัญญัติความหมาย “การท่องเที่ยว” ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization - WTO) แล้ว ลักษณะการท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานสากลที่เราสามารถรับรู้ได้ คือ เรื่องราวเกี่ยวกับการเดินทางในเชิงพักผ่อนหย่อนใจ อันมีมีลักษณะ 3 ประการ คือ 1) การเดินทางจากสถาน ที่ปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวที่ไม่มีการตั้งรกรากอยู่ประจำ 2) การเดินทางนั้นเป็นความสมัครใจหรือพึงพอใจของผู้เดินทางไม่ใช่การถูกบังคับ 3) การเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและรวมถึงการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมญาติพี่น้อง เล่นกีฬา วัฒนธรรม หรือ เพื่อประชุมสัมมนา (สมหมาย ชินนาค, 2541)

ทว่าลักษณะของการท่องเที่ยว มิใช่มีเพียงเรื่องการเดินทางไปสถานที่อื่นๆเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น “การท่องเที่ยว” ยังถือว่าเป็นกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับการเดินทางเพื่อไปสัมผัสสิ่งที่แตกต่างกันจากการดำเนินชีวิตและการทำงานตามปกติ ดังที่ Urry ได้กำหนดลักษณะของการท่องเที่ยว ที่เป็นขอบเขตในการศึกษาของเขา ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้เวลาว่างความสนุกสนานในการเดินทาง ที่เป็นการกระทำที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตและการทำงานตามปกติ 2) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย หรือ การเดินทาง การพักอาศัย ในสถานที่จุดหมายปลายทางเพียงช่วงเวลาหนึ่งไม่ใช่การตั้งรกรากถิ่นฐานอยู่ประจำ 3) สถานที่ที่ถูกอาศัยหรือถูกเยี่ยมชมนั้นมีความแตกต่างจากสถานที่ปกติที่นักท่องเที่ยวอาศัยหรือทำงานในชีวิตประจำวัน 4) การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการจ้องมองของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการจับจ้องมองสิ่งที่แตกต่างกันจากการดำเนิน ชีวิตประจำวันและการทำงาน 5) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ได้รับความนิยม ที่มีการจัดเตรียม และพัฒนาเพื่อรับมือกับการจ้องมองของนักท่องเที่ยว 6) การท่องเที่ยวเป็นการพยายามในการผลิตและสร้างวัตถุรูปแบบใหม่เพื่อใช้ในการจ้องมองของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ (Urry, 1992)

นอกจากนั้น“การท่องเที่ยว” ยังเป็นสิ่งที่มาคู่การบริโภคเสมอ การบริโภคในความหมายนี้ คือ การบริโภคความสุข อันเกิดจากการได้เดินทาง หรือสิ่งใดก็ตามที่ได้จากการเดินทางนั้นๆ เช่น ความสุขจากการชมความงามตามธรรมชาติของสถานที่ หรือความสุขอันเกิดจากการพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างการเดินทาง หรือความสุขจากการละทิ้งงานเดินทางไปพักผ่อน เป็นต้น (สมหมาย ชินนาค, 2541) Campbell กล่าวว่า “การท่องเที่ยว” เป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริโภคที่ซ่อนเร้นความคาดหวัง ความฝัน และประสบการณ์ ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองการบริโภค นอกจากการบริโภควัตถุแล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นการบริโภคในระดับจินตนาการของนักท่องเที่ยว ที่ถูกสร้างผ่าน สื่อ โฆษณา การท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริโภคที่ขึ้นอยู่กับความคาดหวัง จินตนาการที่ถูกสร้างขึ้นมาจากสื่อ ไปพร้อมๆกัน (Campbell, 1987 อ้างใน Shaw and Williams, 2004)

อีกทั้งเพื่อตอบสนองการบริโภคดังกล่าว “การท่องเที่ยว” จึงถูกจัดระบบและดำเนินการในรูปแบบอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งในสังคมทุนนิยม “การท่องเที่ยว” จึงนับเป็นไวพจน์ของคำว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีคุณลักษณะเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) คน ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ การท่องเที่ยว รัฐบาล ชุมชนเจ้าของพื้นที่ 2) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรม ประเพณี 3) การจัดการ ได้แก่ การขนส่ง อาหารเครื่องดื่ม ที่พัก นันทนาการ สินค้าที่ระลึก (สมหมาย ชินนาค, 2541)

และด้วยลักษณะเป็นอุตสาหกรรมการอันเป็นผลพวงของการบริโภคนิยมและอุดมการณ์ทุนนิยม “การท่องเที่ยว” จึงมีกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า(cultural commoditization)บนการมองวัฒนธรรมนั้นเป็นทุน สามารถผลิตเป็นสินค้า ที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย อย่างชัดเจน เกิดการดำเนินการในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว ที่มุ่งสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้อย่างบริบูรณ์ และสามารถทำทุกอย่างออกมาขาย เป็นต้นว่า สิ่งแวดล้อม สินค้าของที่ระลึก ต่าง ๆ รวมถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตผู้คน ประเพณี ความเชื่อ การละเล่น กีฬา ฯลฯ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540) ซึ่งสินค้าวัฒนธรรมจะมีนัยทางวัฒนธรรมในด้านใดด้านหนึ่งไม่ว่าจะเป็นจารีตขนบธรรมเนียม ประเพณี ระบบความเชื่อและศรัทธา ระบบคุณค่า บรรทัดฐานทางจริยธรรม แบบแผน การดำเนินชีวิต แบบแผนการบริโภค แบบแผนการพักผ่อนหย่อนใจ การละเล่น กีฬา วรรณกรรม ศิลปะ ฯลฯ (รังสรรค์ ชนะพรพันธุ์, 2532) และนอกจากนั้นสินค้าวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวสามารถเป็นหรือมีความหมายในเชิงสังคมวัฒนธรรม หรือประสบการณ์ท่องเที่ยว ที่เป็นภาพตัวแทนของวิถีชีวิต ธรรมเนียม และสถานะ (McCanell, 1976, อ้างใน Shaw and Williams, 2004.)

นอกจากนั้น กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยวยังมีลักษณะทางวัฒนธรรมอันส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรม ดังนี้ 1) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภคบนความหมายบนสัญลักษณ์ 2) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวเกิดสภาวะการพึ่งพาทางด้านวัฒนธรรมระหว่างจุดหมายปลายทางในการเดินทางและนักท่องเที่ยว 3) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวนำไปสู่การคัดกรองความหมาย การถูกเพิ่มเติม อันเป็นผลผลิตของกระบวนการของสื่อมวลชน (Selwyn, 1996 อ้างใน Shaw and William, 2004)

แต่ทางด้าน Crick กลับเสนอว่า กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยวนี้ ทำให้เกิดการติดต่อการค้าระหว่างคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีวิธีแตกต่างกันไป แต่ละสังคม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีความพยายามจะควบคุม วัฒนธรรม ความรู้ ภูมิปัญญาของตน ในการทำให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นของตน (Crick , 1989 อ้างใน Shaw and William, 2004) ฉะนั้น “การท่องเที่ยว” จึงนับได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ ที่เชื่อมโยงผู้คนทั่วโลกให้ใกล้ชิดและเข้มข้นมากขึ้น อันส่งผลให้ผู้คนและสถานที่ที่ห่างไกลจากกันมีความสัมพันธ์ กันมากขึ้น จนกระทั่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแห่งหนึ่งแห่งใด สามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในอีกที่หนึ่งที่ห่างไกลออกไป (Giddens, 1990:64, อ้างใน วัฒนา สุกัณสีล, 2548)

Shaw and Williams (2004) พูดถึงการท่องเที่ยวว่ามีนัย โลกาภิวัตน์ดังนี้ 1) การท่องเที่ยว แสดงถึงการหลั่งไหลของข้อมูลการท่องเที่ยว การจัดสร้างสถานที่พื้นที่ และการบริการ ต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการสร้างสรรค์จินตนาการ (image) วัตถุต่าง ๆ เช่น ของที่ระลึก การบริการ เพื่อดึงดูดการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวในระดับโลก 2) การท่องเที่ยวทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารที่เข้มข้นระหว่างกัน ทั้งด้านกายภาพในการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยว ความเข้มข้นด้านการเงินในการร่วมกลุ่มใช้จ่ายเงินใน การท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่สู่ท้องถิ่นและการจัดสร้างภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว 4) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการผลิต การบริโภค อัตลักษณ์ และการให้ความหมายกับสิ่งที่มีปฏิสัมพันธ์ โดย โลกาภิวัตน์ไม่ใช่เพียงแต่สิ่งที่ปรากฏการณ์ทางสังคม แต่เป็นการอ้างอิงถึงการเดินทางที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ที่แสดงนัยปรากฏการณ์อัตลักษณ์ของท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ และสนับสนุนให้เกิดรูปแบบอัตลักษณ์ที่ชัดเจนขึ้น 5) ลักษณะ โลกาภิวัตน์ของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงหรือประยุกต์พัฒนาศักยภาพของท้องถิ่น บนความเชื่อว่าเป็นยาวิเศษที่จะมาช่วย แก้ปัญหาความยากจนและสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจทำให้แต่ละประเทศ โดยเฉพาะประเทศโลกที่ 3 ที่มีภูมิแผนพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจและสังคม ที่เน้นการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเฉพาะสถานที่จุดหมายปลายทางที่มีเสน่ห์น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และ การส่งเสริมให้ออนุรักษ์ สงวนพื้นที่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยว

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการ มองการท่องเที่ยวว่าเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมในยุค โลกาภิวัตน์ ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเดินทาง เพื่อใช้เวลาว่างและพักผ่อนในวันหยุดให้เกิดความสนุกสนานในการเข้าไปสัมผัสสถานที่ ชีวิตผู้คน หรือวัฒนธรรมที่แตกต่างจากชีวิตปกติของตน การท่องเที่ยวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริโภคที่สัมพันธ์กับ การผลิตโดยผ่านกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า เพื่อตอบสนองการหลั่งไหลการเดินทาง ของนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวยังเป็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ท้องถิ่น และเจ้าบ้าน ที่ส่งผลทำให้เกิดการปรับตัวของเจ้าของบ้านและท้องถิ่น ทั้งการค้าและจัดสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว (Shaw and Williams, 2004: 21-24)

## 2) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นผลผลิตของวาทกรรมพัฒนาการท่องเที่ยวในปี.ศ 2541 ที่รัฐบาลไทยหันมาทบทวนนโยบายและทิศทางที่เหมาะสมในการสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจึงได้มีการนำแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เข้ามาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หรือ ที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท ว่าหมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับ ค่าตอบแทนตามความเหมาะสม บ้านที่จัดเป็นโฮมสเตย์ต้องเป็นบ้าน ที่เจ้าของบ้านมีความพร้อม สำหรับการแบ่งพื้นที่บ้านให้บริการนักท่องเที่ยวพักอาศัยเสมือนเป็นสมาชิกหรือญาติ มีความพร้อม ภายใต้อการบริหารจัดการของชุมชนที่มีหลักสำคัญว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จะต้อง ดำรงรักษาประเพณีของชุมชนตนไว้ ซึ่งที่ผ่านมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมนจาก นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2549)

โดยเหตุนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงส่งเสริมให้ชุมชนจัดการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ เพื่อสร้างรายได้เสริมให้ชาวบ้านกินดีอยู่ดี และจัดทำมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยบัญญัติ 10 ประการ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติการและเกณฑ์วัดมาตรฐาน ดังนี้ 1) เติงนอนที่สบายราคา สมเหตุสมผล 2) ห้องอาบน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด 3) อาหารพื้นบ้านปรุงอย่างถูกสุขลักษณะ 4) ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สงบและสวยงาม 5) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว 7) ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายของที่ระลึก 8) ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว 9) ความบันเทิง เช่น การละเล่น ดนตรีพื้นบ้าน 10) ความเป็นมิตรรอยยิ้มของ เจ้าของบ้าน (พรเพ็ญ วิจัยฉัตรประเสริฐ และ คณะ, 2548)

ส่วนปัญหาและอุปสรรคจากการสำรวจโฮมสเตย์บางแห่งในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้ 1) รายได้ที่ได้รับการจัดโฮมสเตย์อยู่ในระดับต่ำ ไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้พื้น ตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น 2) ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการ ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และปัญหา การแย่งลูกค้าและตัดราคากันเองในหมู่เจ้าบ้านในโฮมสเตย์ 3) ปัญหาระดับความคาดหวังที่แตกต่าง กันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน ได้แก่ คุณภาพของอาหาร ความสะอาด ความปลอดภัย เป็นต้น 4) ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น การสูญเสียความเป็นส่วนตัว การบิดเบือน วัฒนธรรมท้องถิ่นเพียงเพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และการแก่งแย่งลูกค้าอัน นำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน (ชววิทย์ ศิริเวชกุล, 2544)

นอกจากนั้น Petersen ผู้เชี่ยวชาญพิเศษขององค์การการท่องเที่ยวโลกได้สรุปปัญหาและ อุปสรรคการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย ดังนี้ 1) อุปสรรคทางด้านภาษาที่เจ้าบ้านไม่ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) อุปสรรคด้านวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นง่าย ๆ ทั้งนี้เพราะทั้ง

สองฝ่าย มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้อาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดและความคลาดเคลื่อนทางวัฒนธรรม 3) ปัญหาด้านระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่แตกต่างกันระหว่างเจ้าของบ้านและนักทอเทียว ซึ่งอาจคาดหวังว่าเจ้าของบ้านควรนำเสนอสินค้าทางการทอเทียวและบริการให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ขณะที่เจ้าของบ้านคิดว่าบริการที่ตนเสนอเป็นที่พอใจของนักทอเทียวแล้ว 4) ปัญหาการจัดระบบการบริการของชุมชน ถึงแม้ว่าบางชุมชนมีการจัดตั้งองค์การบริหารในรูปแบบชมรม หรือสมาคมการทอเทียว แต่อย่างไรก็ตาม ชุมชนบางแห่งเกิดระบบผูกขาดในการจัดสรรรายได้ ซึ่งเกิดจากการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจของคนกลุ่มหนึ่งในชุมชน 4) ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันและไม่เป็นธรรมในกลุ่มผู้ประกอบการ โสมสเตย์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งภายในชุมชน (Petersen อ้างใน วัฒนพงษ์ ภัทรสุขเกษม, 2545)

อนึ่ง Petersen ได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการจัดการ โสมสเตย์ในประเทศไทย ดังนี้ 1) ประเทศไทยยังไม่มีสินค้าทางการทอเทียวประเภท โสมสเตย์ที่เหมาะสมและพร้อมจะรองรับนักทอเทียวได้เลย เนื่องจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น 2) อุตสาหกรรมการทอเทียวระดับสากลไม่มีประเทศใดที่ต้องการส่งเสริมการทอเทียวแบบ โสมสเตย์อย่างจริงจัง เนื่องจากการทอเทียว โสมสเตย์ไม่ใช่การทอเทียวที่สามารถสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำให้กับประเทศ ทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบทางวัฒนธรรม 3) การทอเทียวแห่งประเทศไทยควรลดการทอเทียวแบบ โสมสเตย์อย่างจริงจัง เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะตามมา ทั้งนี้ควรพิจารณาการทอเทียวโดยชุมชนในรูปแบบอื่นๆแทนในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ควรเน้นการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมเป็นหลัก และต้องมีการสร้างมาตรฐานการจัดการทอเทียวแบบ โสมสเตย์ ถ้าเป็นไปได้ควรจำกัดกลุ่มนักทอเทียว และต้องมีนโยบายที่ชัดเจนพร้อมกับการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากการทอเทียวแห่งประเทศไทย (Petersen อ้างใน วัฒนพงษ์ ภัทรสุขเกษม, 2545)

ทั้งนี้ในด้านงานวิจัยที่เกี่ยวกับการทอเทียวแบบ โสมสเตย์ในประเทศไทยนั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นการวิจัยภายใต้แนวคิดการทอเทียวเชิงนิเวศ ในเชิงเสาะหาสืบค้นศักยภาพชุมชนให้จับคู่ด้านบวกของแนวคิดการทอเทียวเชิงนิเวศที่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งผลการศึกษานั้นยังเป็นไปในลักษณะเชิงสนับสนุนและให้ตัวเนื้องานของการศึกษาเป็นดังข้อพิสูจน์ว่าการทอเทียวแบบ โสมสเตย์นั้นสามารถพัฒนาศักยภาพชุมชนได้จริง ทั้งนี้สามารถพบการศึกษาการทอเทียวแบบ โสมสเตย์ดังกล่าวได้ในกลุ่มโครงการงานวิจัยของสถาบันการทอเทียวโดยชุมชนภายใต้การสนับสนุน สำนักงานส่งเสริมกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)สำนักงานภาค หรือในงานศึกษามานิตย์ มณีธรรม (2545), พณิตตา สิงห์ครา (2547) และ ญัฐณิย์ ทวีผล (2547) เป็นต้น และแม้ว่า

กลุ่มงานวิจัยเหล่านี้จะก่อคุณประโยชน์ในการเชิงการพัฒนาแบบยั่งยืน แต่กลุ่มงานวิจัยดังกล่าวก็มิได้มีสนใจศึกษาการท่องเที่ยวโสมสเคย์ในประเด็นเชิงวัฒนธรรม และมีได้มองว่าการท่องเที่ยวโสมสเคย์เป็นการสร้างภาพตัวแทนขึ้นแต่อย่างไร

ถึงกระนั้นอาจมีอยู่บ้างในงานของ ชลีจันท์ ทองคำชู (2549) ซึ่งเป็นการศึกษาการท่องเที่ยวโสมสเคย์ ในประเด็นเกี่ยวกับการสร้างภาพตัวแทน โดย ชลีจันท์ ทองคำชูได้ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวโสมสเคย์ในสื่อการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตและแผ่นพับ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวโสมสเคย์เกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การคัดเลือกวัตถุในท้องถิ่น หรือต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่แล้ว มาเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวโสมสเคย์ การส่งเสริมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวโสมสเคย์ และกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการท่องเที่ยวโสมสเคย์ ดังนั้น เมื่อองค์ประกอบทั้ง 3 มารวมกันจึงทำให้การท่องเที่ยวโสมสเคย์มีการสร้างภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้น คือภาพลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นนิยม ภาพลักษณ์ความเก่าแก่ และภาพลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นต่าง ๆ คือ ภาพลักษณ์ความอบอุ่น ภาพลักษณ์ความสะอาดสบาย ภาพลักษณ์ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของการส่งเสริมการขาย และภาพลักษณ์ของภาษาโฆษณาที่มีความเด่นและจูงใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพลักษณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก และมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในรูปแบบโสมสเคย์มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยของชลีจันท์ ทองคำชู ก็เพียงก็ศึกษาการสร้างภาพตัวแทนโสมสเคย์ในเฉพาะทางสื่อประชาสัมพันธ์ แต่ยังไม่ขาคมิติทางวัฒนธรรม และปฏิบัติการของเจ้าของบ้านในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่การท่องเที่ยวโสมสเคย์

อย่างไรก็ตามยังมีงานศึกษาการท่องเที่ยวแบบโสมสเคย์เชิงวัฒนธรรมในประเทศจีนของ Wang (2007) ที่แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวแบบโสมสเคย์นั้น เป็นการบริโภคความจริงที่เกิดจากการจัดฉากขึ้นมา โดย Wang ได้ศึกษา การท่องเที่ยวโสมสเคย์วัฒนธรรมนาซี ณ เมืองลี่เจียง ประเทศจีน ที่เริ่มปรากฏขึ้นในช่วง ค.ศ. 1997 หลังจากที่เมืองโบราณลี่เจียงได้รับประกาศจากยูเนสโกให้เป็นมรดกโลก โดยการดำเนินการโสมสเคย์ในเมืองลี่เจียงนั้นอยู่ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลจีน ที่มองว่าการท่องเที่ยวแบบโสมสเคย์ จะสามารถสร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่น ไปพร้อม ๆ กับอนุรักษ์วัฒนธรรมนาซีให้คงอยู่ และส่งผลทำให้เมืองลี่เจียงดำรงสภาพเป็นมรดกโลกได้ตลอดไป ซึ่งจากการดำเนินส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโสมสเคย์ของรัฐบาลจึงทำให้เมืองลี่เจียงได้รับความนิยมนับเป็นอย่างมาก จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ปรารถนาค้นหาความจริงแท้ และจากการศึกษาของ Wang ดังกล่าว พบว่าการท่องเที่ยวโสมสเคย์วัฒนธรรมนาซีนั้น เป็นรูปแบบการ

ท่องเที่ยวในการบริโภคความจริงแท้ที่เป็นเพียงภาพแทนของการดำเนินชีวิตของวัฒนธรรมนาซี อันเกิดจากการจัดฉากความจริงแท้ที่ถูกผลิตโดยเจ้าของบ้าน ในการนำบ้านแบบวัฒนธรรมนาซีให้ แยกเข้าพัก และให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมกับเจ้าของบ้านได้ ซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการสร้างภาพขึ้นมาจากการมีประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของบ้านว่าโฮมสเตย์ที่ตนพัก นั้นเป็นการ ได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงของวัฒนธรรมนาซี

ฉะนั้น ตลอดเนื้อหาการทบทวนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สามารถทำให้ผู้ศึกษา เข้าใจถึงการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ว่ามีบ้านและชีวิตประจำวันของชาวบ้านในพื้นที่ชนบทจตุชาย โดยมีมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเป็นหลักยึดในการเข้ามากำกับคุณภาพ อีกทั้งเมื่อลงมือปฏิบัติจริงแล้วการ ดำเนินการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ดังกล่าวยังก่อให้เกิดปัญหาให้กับชุมชนอีกด้วย ซึ่งประเด็นที่จากการ ทบทวนเกี่ยวกับปัญหาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์นั้นมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาครั้งนี้ ในมิติที่ว่า ภายใต้อุปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ดังกล่าวนี้ ได้เข้ามากำกับควบคุมเจ้าของบ้านอย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ในส่วนของการทบทวนงานวิจัย ในงานศึกษาของ ชลธิจันทร์ ทองคำชู ก็สามารถ สะท้อนถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์โฮมสเตย์ในพื้นที่สื่อประชาสัมพันธ์นั้นมียังประกอบ อะไร และส่งผลทำให้ภาพลักษณ์โฮมสเตย์นั้นเป็นอย่างไรบ้าง และในส่วนของ Wang นั้น ก็ สามารถทำให้เข้าใจได้ว่าการท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดจากการจัดฉาก ความจริงขึ้นมา โดยการนำบ้านและการบริการของเจ้าของบ้านเป็นองค์ประกอบของกิจกรรม จนทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อว่าตน ได้สัมผัสวิถีชีวิตอันเป็นของจริง แต่กระนั้นงานวิจัยที่ทบทวนดังกล่าว ก็ได้ ลงเจาะลึกถึงประเด็นว่าเจ้าบ้านนั้นถูกควบคุมอย่างไรในฐานะสินค้าของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และในส่วนตัวเจ้าบ้านนั้นว่ามีปฏิบัติการอย่างไรให้สามารถอยู่ได้ในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวเข้ามา พักและร่วมกิจกรรมในบ้านตน ฉะนั้นงานศึกษานี้เกี่ยวกับโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูครั้งนี้ จะ ศึกษาในประเด็นที่งานทบทวนเหล่านี้มิได้ลงลึกตามที่ได้อ้างไป

#### 1.4.2 ความเป็นชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

โฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูเป็นการท่องเที่ยวที่นำความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่มาสร้างจุดขาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงทำให้การทบทวนในส่วนนี้จึงมุ่งประเด็นไปที่ความเป็นชาติพันธุ์และการ ท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์เป็นเนื้อหลัก

##### 1) ความเป็นชาติพันธุ์ (Ethnicity)

เรามักเข้าใจว่าชาติพันธุ์เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ติดตัวเรามาตั้งแต่กำเนิด เช่น เชื้อชาติ หรือ เป็นลักษณะรวมกันกับความเป็นชาติ เช่น สัญชาติ หรือ รวมถึงกลุ่มที่มีวัฒนธรรมและความเป็น กลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากกลุ่มอื่น เช่น ชนเผ่า ชนพื้นเมือง แต่จากการศึกษาของ มานุษยวิทยาในศตวรรษที่ 20 พบว่าความเป็นชาติพันธุ์นั้นมีความหลากหลายและซับซ้อนมากกว่า

นั้น โดยพวกเขา มองว่าความเป็นชาติพันธุ์เป็นเพียงสิ่งที่สร้างขึ้น และไม่ใช่นโยบายทางสังคมที่มีอยู่แล้วตั้งแต่ดั้งเดิม แต่ความเป็นกลุ่มทางชาติพันธุ์นั้น เป็นเพียงสำนึก ความเข้าใจ หรือรูปแบบขององค์กรทางสังคมที่ถูกสร้างความหมายให้เป็นภาพตัวแทนขึ้นมาเพื่อกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชนต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จาก Barth ที่กล่าวว่ากลุ่มชาติพันธุ์เป็นผลผลิตของการสร้างพรหมแดนชาติพันธุ์เพื่อแยกแยะให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เกิดการตีความตามสถานการณ์ที่เป็นเงื่อนไขของปัจเจกบุคคล เป็นการระบุแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของสมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อใช้เรียกตัวเองหรือถูกเรียกจาก คนอื่น โดยอาศัยลักษณะทางวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์กำหนดความเป็นชาติพันธุ์ ในแง่นี้ความเป็นชาติพันธุ์เปรียบเสมือนสถานภาพ อื่นๆ ในสังคม เช่น เพศสภาพ ชนชั้น หรือวัยวุฒิที่กลายเป็นเครื่องหมายของการปฏิสัมพันธ์ที่จะทำให้ผู้ปฏิสัมพันธ์รู้ว่าควรปฏิบัติกันอย่างไร และใช้มาตรฐานใดเป็นหลักการที่ถูกต้องเหมาะสมในการปฏิบัติต่อกัน (Barth, 1969 อ้างใน นวีวรรณ ประจวบเหมาะ, 2547)

ส่วนความเป็นชาติพันธุ์ที่มาจากการสร้างความหมาย สามารถเห็นได้ชัดเจนจาก Keyes ที่ศึกษาความเป็นชาติพันธุ์ไทย ได้อธิบายว่า ความเป็นชาติพันธุ์ไทย เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเป็นเรื่องสมมติหรือเป็นชุมชนในจินตนาการที่อยู่ภายใต้กระบวนการทางการเมืองของการสร้างรัฐชาติสมัยใหม่โดยการให้ความหมายใหม่ในรูปแบบสัญลักษณ์ร่วมกัน ซึ่ง Keyes พบว่าคนไทยในอดีตไม่ได้สร้างรัฐขึ้นมาภายใต้ฐานของความเป็นชาติพันธุ์แต่เป็นการยึดสำนึกในการมีบรรพบุรุษร่วมกันในแต่ละท้องถิ่น เช่น คนเชียงใหม่นับถือพระยาเจือ แต่เมื่อมีการสร้างรัฐสมัยใหม่จึงมีความพยายามนำคนไทยหลายท้องถิ่นมารวมเป็นชาติเดียวกันและมีการสร้างความหมายใหม่ให้เป็นสัญลักษณ์ร่วมของความเป็นพลเมืองรัฐชาติไทย และนำพ่อขุนรามคำแหงมหาราชที่เป็นบรรพบุรุษของสุโขทัยมาสร้างความหมายใหม่ว่าเป็นบรรพบุรุษคนสำคัญที่สร้างชาติไทยขึ้นมา จึงทำให้คนไทยในท้องถิ่นถูกล้อมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันและรู้สึกร่วมจินตนาการความเป็นชาติไทยร่วมกัน (Keyes, 1995 อ้างใน อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2548)

ความเป็นชาติพันธุ์ยังมีความสัมพันธ์ในการสร้างภาพตัวแทนที่มีลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจในแยกแยะกลุ่มชนต่าง ๆ ประเมิน กตจี หรือ ละเลยมรดกวัฒนธรรมของกลุ่มชนที่แตกต่างดังจะเห็นได้จาก การสร้างภาพตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาในประเทศไทย เริ่มจากกลางพุทธศตวรรษที่ 25 ประเทศไทยได้นำแนวคิดสร้างรัฐชาติสมัยใหม่เข้ามา ทำให้เริ่มมีการสร้างรัฐที่มีพรหมแดนที่ชัดเจนและ สร้างการเมืองศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพมหานครให้เป็นศูนย์กลางทางอำนาจและเริ่มสร้างความเป็นชาติไทยที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมขึ้นมา เช่น เชื้อชาติไทยที่บริสุทธิ์ นับถือศาสนาพุทธ ศรัทธาในสถาบันกษัตริย์ มีวัฒนธรรมประเพณีไทยที่ดำรงรักษาไว้มาตั้งแต่สมัยบรรพ

ชน เป็นต้น นอกจากนั้นไทยยังได้รับกระแสองค์ความรู้จากภายนอก เช่น กระแสการพัฒนา การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจแบบทุนนิยม ระบบประชาธิปไตย เข้ามาปรับเป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศ การนิยามอัตลักษณ์ร่วมดังกล่าว ได้กลายเป็นวาทกรรมที่ทำให้ชาวเขาที่อยู่ไกลจากศูนย์กลางอำนาจและมีอัตลักษณ์ต่างจากอัตลักษณ์ร่วมถูกสร้างภาพตัวแทนทำให้กลายเป็นอื่นและตกอยู่ในสถานะชายขอบของสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาจึงถูกนิยามว่าไม่ใช่คนไทย และถูกตอกย้ำอย่างต่อเนื่องโดยผ่านปฏิบัติการทางวาทกรรมที่ใช้เครื่องมือทางการเมือง แผนพัฒนาประเทศ สถาบัน ทำให้มีการสร้างภาพต่อกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาในรูปแบบ อื่นๆตามมา เช่น วาทกรรมเรื่องความมั่นคงแห่งชาติสร้างภาพชาวเขาให้เป็นภัยต่อสังคมทั้งผู้ก่อการร้ายและผู้ค้ายาเสพติด การดำเนินงานของกรมสงเคราะห์ชาวเขาสร้างภาพชาวเขาเป็นกลุ่มด้อยพัฒนา วาทกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทำให้ชาวเขากลายเป็นผู้ทำลายป่า รวมทั้งนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการต่อกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2546)

นอกจากนั้นความเป็นชาติพันธุ์ยังมีลักษณะการประดิษฐ์สร้างความหมายเชิงการเมือง ดังคำกล่าวของ Eriksen (1997) ที่กล่าวว่าความเป็นชาติพันธุ์เป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีลักษณะทางการเมืองในการผลิตความหมาย และการก่อรูปความเป็นชาติพันธุ์ ในการพิจารณาตนเอง (agent) ถึงลักษณะที่แตกต่างจากคนอื่น ที่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์และสถานการณ์ ต่าง ๆ ในสังคม โดย Eriksen ได้เสนอรูปแบบทางการเมืองของ 4 กลุ่มชาติพันธุ์ที่มีกระบวนการก่อรูปแบบสัมพันธ์กับสถานการณ์ ดังนี้ 1) การปฏิบัติการทางการเมืองของชนกลุ่มน้อยในพื้นที่เมืองที่กำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมในการมีบทบาททำให้เกิดการยกเลิกการดูถูกและการเหยียดสีผิวในระบบทุนนิยม 2) การต้องตกอยู่ในสถานะอ่อนด้อยทางอำนาจของชนเผ่าพื้นเมือง เนื่องจากอยู่ภายใต้การครอบงำของรัฐชาติ 3) การเคลื่อนไหวของชนกลุ่มน้อยทางการเมืองต่อการเลือกปฏิบัติของรัฐชาติ หรือการจัดการกับชนกลุ่มน้อยในฐานะที่เป็นอื่น 4) การแข่งขันช่วงชิงระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมพหุลักษณะ อันเป็นผลจากระบบอาณานิคมในการรวมกลุ่มชาติพันธุ์ให้ปกครองในรูปแบบรัฐชาติหนึ่งเดียวกัน เช่น เคนยา อินโดนีเซีย จาไมกา

จากการทบทวนมุมมองของนักมานุษยวิทยาในศตวรรษที่ 20 ดังกล่าว ทำให้การศึกษาครั้งนี้ มีพื้นฐานการมองต่อความเป็นชาติพันธุ์ว่า เป็นการประดิษฐ์สร้างความหมาย ภาพลักษณ์ของตัวตนในเชิงทางการเมือง ที่ไม่ตายตัวขึ้นอยู่กับกรณีปฏิสัมพันธ์และสถานการณ์ในสังคม ภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้ สามารถนำความเป็นชาติพันธุ์ไปพิจารณากับประเด็นการท่องเที่ยวให้ความเป็นชาติพันธุ์มีมิติที่หลากหลายขึ้น

## 2) การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

ในส่วนนี้ได้ดำเนินทบทวนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมือง เพื่อชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวด้วย ดังนี้ Horron และ Weiler (1992) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมืองว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของเจ้าบ้าน ในการเข้าเยี่ยมชมบ้านของชนพื้นเมือง เพื่อสังเกตการณ์หรือมีส่วนร่วมในประเพณี นักท่องเที่ยวอาจมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงจากการเผชิญหน้าหรือไม่เผชิญหน้ากับชนพื้นเมืองก็ได้ ส่วนทางด้าน Hinch and Butler (1996) ได้กำหนดนิยามความหมายว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมือง” เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับชนพื้นเมืองโดยตรง ในการนำวัฒนธรรมของพวกเขาเป็นตัวหลัก เสนอและบริการแก่นักท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน(Horron and Weiler, 1992; Hinch and Butler, 1996 อ้างใน Smith, 2003) สำหรับ Smith (2003) มองว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมือง” เป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางมุ่งไปพื้นที่ห่างไกล และมีความสนใจอย่างมากในการท่องเที่ยวเชิงประเพณี วิถีชีวิตของชนพื้นเมือง โดยชนิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม ดังต่อไปนี้ 1) รูปแบบการเดินทางที่เกี่ยวกับชนพื้นเมืองในประเทศไทย เวียดนาม เปรู ชิลี เนปาล จีน อินเดีย เป็นต้น 2) การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในเคนยา 3) การท่องเที่ยวขั้วโลกเหนือ เช่น แอทแลนติก 4) การท่องเที่ยวบ้านชาวบ้าน 5) การท่องเที่ยวในเชิงมรดกสืบทอด 6) การท่องเที่ยวศิลปะและหัตถกรรม

“การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมือง” มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวประเภทแบกเป้ (backpack) ที่ชื่นชอบการผจญภัย ค้นหาพื้นที่ที่ไม่เคยมีใครสัมผัส ในปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวแบบนี้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีตลาดแข่งขันกันค่อนข้างใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองสามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ และสามารถสร้างประโยชน์ต่อชนพื้นเมือง ในการนำทรัพยากรท้องถิ่นวัฒนธรรมมาผลิตเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยลบภาพลักษณ์ที่เป็นผลกระทบจากการล่าอาณานิคมที่ดองคเป็นทาสภายใต้อำนาจของคนผิวขาว และถูกมองว่าเป็นชนที่ไม่อารยธรรมหรือถูกมองว่าเป็นความยากทางวัฒนธรรม (culture poverty) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมือง จึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างภาพลักษณ์ใหม่แก่ชนเผ่าพื้นเมืองให้เป็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Smith, 2003)

Smith (2003) มองว่าภาพลักษณ์ที่ปรากฏของกลุ่มชนพื้นเมือง ที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนและหลังยุคล่าอาณานิคมนั้น มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างภาพตัวแทนชนเผ่าพื้นเมืองทั้งในฐานะที่ถูกสร้างและในฐานะที่ชนพื้นเมืองเป็นผู้สร้างเอง Simpon มองว่าภาพตัวแทนชนเผ่าพื้นเมืองที่ปรากฏ

กฎขึ้นมา นั้น เป็นผลมาจากการสร้างของนักมานุษยวิทยาผ่านการจัดพิพิธภัณฑสถานและการจัดนิทรรศการ ที่มีการนำเสนอภายใต้แนวคิดการล่าอาณานิคม อันส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ชนเผ่าพื้นเมืองมีลักษณะต่ำกว่าความเป็นจริงที่ตกอยู่ภายใต้อำนาจคนผิวขาว วัฒนธรรมของชนพื้นเมืองกลายเป็นเพียงฟอสซิลแข็งแรงแสดงถึงการหวลหาอดีตและเป็นวัฒนธรรมที่ไม่มีพลวัต ส่วนทาง Weedon กล่าวว่า การจัดนิทรรศการนั้นส่งผลต่อการรับรู้ของคนตะวันตกว่า ชนพื้นเมืองเป็นกลุ่มชนที่มีความแปลกประหลาดมาแต่กำเนิด ซึ่งเขาได้ยกตัวอย่างจินตนาการรับรู้ของชาวตะวันตกต่อชนเผ่าอะบอริจินว่า เผ่าอะบอริจินนั้นมีลักษณะแบบบรรพกาล ไม่มีความศิวิไลซ์ เป็นคนผิวดำที่โหดร้าย อาศัยอยู่ในสังคมยุคหิน และมีอาวุธเป็นขลุ่ยเมอแรง ซึ่งภาพชนเผ่าพื้นเมืองที่ชาวตะวันตกรับรู้ดังกล่าว นั้น เป็นภาพที่ตรงกันข้ามกับความเป็นจริงในยุคปัจจุบันที่ชนพื้นเมืองมีวิถีชีวิตอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ด้าน Whitter ได้เสนอความคิดต่อโปสเตอร์การท่องเที่ยวว่า เป็นการวาดภาพชนพื้นเมืองให้มีรูปแบบเดียวกัน เช่น มีความแปลกประหลาด ยั่วยวน และแสดงถึงการเหยียดสีผิว แต่อีกด้านหนึ่งการเสนอภาพเชิงศิลปะหัตถกรรม และวัฒนธรรม กลับเป็นการเพิ่มสีสันให้กับท้องถิ่นและเป็นการฟื้นฟูวัฒนธรรมชนเผ่าพื้นเมืองที่เกิดจากตัวพวกเขาเอง ส่วนทางด้าน Dam มองว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการวาดภาพชนเผ่าพื้นเมืองว่าเป็นสิ่งยั่วยวนในสายตาของนักท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ชนพื้นเมืองดังกล่าวของก็ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Simpon, 1995; Weedon, 1995; Whitter, 2000; Dam อ้างใน Smith, 2003)

นอกจากนั้น Smith (2003) มองว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนพื้นเมืองนั้น มีความสัมพันธ์กับความจริงแท้ และการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ที่ทำให้เกิดการจัดการจัดการปรับตัว การนำศิลปะวัฒนธรรมชนพื้นเมือง เช่น การร้องเพลง เทศกาล ประเพณี มาฟื้นฟูประเพณีขึ้นมาใหม่และทำให้เป็นสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวตามคำเรียกร้องของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Barker ที่นำเสนอว่าการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีการประดิษฐ์สร้างขึ้นมา ดังจะเห็นได้จากการศึกษาในฮาวายว่าเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีการจัดการวัฒนธรรมให้มีภาพลักษณ์เป็นเกาะสวรรค์ เป็นสังคมที่มีมิตรไมตรี คนพื้นเมืองฮาวายอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขกับเชื้อชาติพันธุ์อื่น และมีความต้องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์เหล่านั้นเป็นเพียงมายาคติที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แม้แต่คุณค่าแบบฮาวายที่นิยมยึดถือกัน อย่างเช่น ความโอบอ้อมอารีและร่าเริงสดใส ที่เรียกว่า aloha spirit นั้น เป็นเพียงประดิษฐ์กรรมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผ่านการควบคุมตรวจตรา สอดส่องตอกย้ำในรูปแบบต่าง เช่น การอบรมคนขับรถนักท่องเที่ยวและคนงานสนามบินให้ตระหนักรู้และซึมซับในคุณค่าแบบนี้ ในขณะนี้ วัฒนธรรม คุณค่าแบบฮาวาย คือ จุดตัดที่ปะทะประสานระหว่างวัฒนธรรมและกลไกตลาด ผลประโยชน์ของรัฐ และตกผลึกเป็นรูปธรรม



ของ aloha spirit ที่ไม่รับรู้ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ในการกดทับรากศัพท์เดิมเป็นคำพื้นเมืองที่แปลว่า ความรัก ที่มีต่อครอบครัว เชื้อสาย เครือญาติ มิใช่ความหมายที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อกย้ำ โดยเขามองว่าเอกลักษณ์เกาะสวรรค์ของคนฮาวายเป็นการต่อสู้ช่วงชิงการบริหารและการจัดการวัฒนธรรมในรูปแบบความรู้ชุดใหม่ ที่เลือกและสร้างผลิตระหว่างคนฮาวายและรัฐ (Barker, 1997 อ้างใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2543)

ด้านหนึ่งมีงานศึกษาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในที่แสดงให้เห็นศักยภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ในการมีปฏิบัติการ ได้ตอบ ช่วงชิง ฉวยใช้ จากการถูกทำให้เป็นสินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สามารถเห็นได้ในงานของ Friedman, ทวิช จตุวรพฤกษ์ และ ไพโรจน์ กงทวีศักดิ์ โดยงานศึกษาของ Friedman (1990) เสนอว่าการที่ระบบทุนนิยมทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นกลายเป็นสินค้าไม่จำเป็นเสมอไปที่คุกคามเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่อาจจะเป็นการต่อกย้ำเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้เข้มแข็งขึ้น ดังเช่นกรณีชาวไอนุในประเทศญี่ปุ่น ที่ได้ถูกรอบงาจากวาทกรรมการท่องเที่ยวและทุนนิยมในกระแสโลกาภิวัตน์ โดยชาวไอนุนั้นเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศญี่ปุ่นที่ถูกกลืนวัฒนธรรมจากการพัฒนาของประเทศญี่ปุ่นที่ต้องการสร้างความทันสมัยทางเศรษฐกิจ และไม่ต้องการให้มีเชื้อชาติอื่นที่แตกต่างออกไป ชาวไอนุจึงถูกมองว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ไม่มีความหมายในสังคมญี่ปุ่น ฐานะยากจน และเป็นชนกลุ่มน้อยทางการ เมืองที่ถูกให้ผลักดันให้เป็นชายขอบของสังคม ดังนั้น ค.ศ.1980 ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ภายใต้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวไอนุได้ดำเนินการพัฒนาวัฒนธรรมของตนเองผ่านการท่องเที่ยวในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมของตนขึ้นมาใหม่ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ การเพาะปลูก ภาษา และ พิธีกรรมต่าง ๆ แปรรูปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยววิถีชีวิตของพวกเขาที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งจากปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชาวไอนุดังกล่าว ทำให้ชาวไอนุสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของพวกเขาขึ้นมาได้ อีกทั้งการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ากลับสามารถเสริมสร้างเอกลักษณ์ที่แข็งแกร่งให้แก่ชาวไอนุ ส่งผลทำให้พวกเขาได้รับการยอมรับและมีสถานะภาพที่เท่าเทียมในสังคม

งานศึกษาของ ทวิช จตุวรพฤกษ์ (2548) ได้แสดงให้เห็นการช่วงชิงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ท่องเที่ยว จากการศึกษาเรื่อง พรหมแดน อัตลักษณ์และกระบวนการกลายเป็นสินค้า : การเมืองเรื่องวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทท่องเที่ยว ใน อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่สามารถทำให้เข้าใจได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นมีบทบาทในการสร้างรายได้แก่ชนชายขอบเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากทาง เลือกลงการเกษตรไม่สามารถทำให้ชาวเขามีรายได้ที่ดีขึ้นอีกต่อไป และนอกจากนั้นภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวนั้น ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์อย่างเข้มข้นในการผลิตสินค้าวัฒนธรรม ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์สลับซับซ้อนจากการรุกล้ำ

เข้ามาในพรมแดนทางวัฒนธรรมของอีกกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง และถกเถียงเอาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นมาเป็นของตน เพื่อนำมาพลิกแพลงผลิตสินค้าทางชาติพันธุ์เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ส่งผลทำให้พรมแดนทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เริ่มพร่ามัว

ส่วนทางด้านงานศึกษาของ ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2548) ได้แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญเป็นชาติพันธุ์อ่าข่าเป็นเครื่องมือในการต่อรองให้ตนดำรงอยู่ได้ในพื้นที่ท่องเที่ยวได้ โดย ไพโรจน์ ได้เลือกศึกษาชาวอ่าข่าในไนท์บazaar จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าความเป็นชาติพันธุ์หรือการเป็นชาวเขาสามารถเป็นจุดขายที่ช่วยสร้างอำนาจต่อรองให้กับชาวอ่าข่าในแง่การยึดครองพื้นที่การค้าโดยไม่จำเป็น ต้องจ่ายค่าเช่า เพราะความเป็นอ่าข่าสามารถเป็นจุดขายที่สร้างสีสันและสร้างแรงดึงดูดต่อนักท่องเที่ยวให้แก่ไนท์บazaar แม้ว่าความเป็นชาติพันธุ์จะเป็นจุดขายที่ช่วยสร้างอำนาจต่อรองให้กับชาวอ่าข่า แต่มิ ได้หมายความว่าชาวอ่าข่าจะนำเสนออัตลักษณ์ของตนที่เป็นชาวเขาอยู่ตลอด ในทางตรงกันข้ามความเป็นชาติพันธุ์กลับถูกสร้างขึ้น และถูกเลือกใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทและเงื่อนไขที่เกิดขึ้น เช่น การเลือกใช้ภาษา เลือกชุดแต่งกายชาวอ่าข่าในการขาย เพื่อนิยามความหมายของตัวตนและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่แตกต่างออกไปตามแต่สถานการณ์และคู่แข่งค้า

#### 1.4.3 พื้นที่ท่องเที่ยว:พื้นที่ทางสังคมในการสร้างความหมาย

การศึกษาครั้งนี้อยู่บนมุมมองที่ว่าการท่องเที่ยวโฮมสเตย์เชิงชาติพันธุ์เป็น “พื้นที่ท่องเที่ยว” ที่มีการจัดฉากความจริงแท้ และเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีการผลิตสร้างความหมายในฐานะการเมืองของพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการมอง “พื้นที่ท่องเที่ยว” ว่าเป็นพื้นที่ที่สร้างโอกาสให้กับคนท้องถิ่นในการแสดง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการโต้ตอบ หยิบฉวย ช่วงชิง การสร้างความหมาย

Lefebvre (2002) กล่าวว่า พื้นที่ทางสังคมนั้นเป็นการประดิษฐ์สร้างทางสังคม เป็นภาพตัวแทนทางสังคม ซึ่งแต่ละสังคมมีรูปแบบการผลิตพื้นที่ทางสังคมที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป Lefebvre กล่าวว่า พื้นที่ทางสังคมนั้นมีลักษณะเป็นทั้ง “พื้นที่ในความคิดหรือจินตนาการ” และ “พื้นที่ทางกายภาพ” โดย “พื้นที่ในความคิดหรือจินตนาการ” เป็นพื้นที่ที่อยู่ในใจในความคิดจินตนาการ มีลักษณะเป็นนามธรรม ปรัชญาที่สัมพันธ์กับตรรกะ ความรู้ สัญลักษณ์ ส่วน “พื้นที่ทางกายภาพ” เป็นพื้นที่ทางวัตถุ ที่เป็นปฏิบัติการทางพื้นที่ (spatial practice) หรือ การกระทำผ่านกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำ อันก่อให้เกิดรูปแบบที่สามารถรับรู้ได้โดยประสาทสัมผัสทั้งห้าโดยตรง และเปิดกว้างต่อการวาดภาพบรรยายและขังดวงวัด ทั้งนี้ “พื้นที่ในความคิดหรือจินตนาการ” และ “พื้นที่ทางกายภาพ” ดังกล่าวจะถูกเชื่อมโยงเข้าหากันผสมผสานกันจนกลายมาเป็นพื้นที่ของการใช้ชีวิตจริงหรือพื้นที่เชิงภาพแทน (representational of space) ซึ่งในตัวพื้นที่

ลักษณะนี้จะมีทั้งมิติทางกายภาพและมิตินามคิดและจินตนาการที่แฝงด้วยสัญลักษณ์อันซับซ้อน อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ของการใช้ชีวิตจริงนี้ก็คือ “พื้นที่ทางสังคม” (social space) นั่นเอง (Lefebvre, 2002:131-141)

ด้วยภายในพื้นที่ทางสังคมจะมีการบรรจุการสร้างหรือการผลิตที่ซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ระหว่าง “ความสัมพันธ์ในการผลิตซ้ำ” (relation of reproduction) เช่น การผลิตความสัมพันธ์ทางเพศผ่านครอบครัว และ “ความสัมพันธ์ทางการผลิต” (relation of production) ที่เป็นปฏิกริยาระหว่างกันในความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การจัดระเบียบทางสังคม ซึ่งความสัมพันธ์ซึ่งกันระหว่างการผลิตทั้งสองดังกล่าวนี้ จะก่อให้เกิดขอบเขตของพื้นที่ และกำหนดความแตกต่างของพื้นที่กับสิ่งอื่นๆ หรือจำแนกประเภทให้กับพื้นที่ นอกจากนั้นภายในพื้นที่ทางสังคม มีการบรรจุกระบวนการสร้างภาพตัวแทนที่มีลักษณะกดทับ ซ่อนเร้น และมีการบิดเบือนบางอย่างออกไป แสดงออกมาเพียงบางส่วน และสร้างผลผลิตออกมาในรูปแบบภาพตัวแทนหรือสัญลักษณ์ (Lefebvre, 2002:131-141)

พื้นที่ทางสังคมสำหรับ Lefebvre จึงเป็นพื้นที่ที่อุปไมยหรือเป็นภาพตัวแทนทางสังคม เป็นการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอำนาจที่มีความสัมพันธ์ทางการเมืองที่เรียกว่า การเมืองของพื้นที่ ด้วยเหตุที่ว่าพื้นที่ทางสังคมนั้นมีองค์ประกอบที่เป็นความคิดจินตนาการอยู่ในตัวด้วย พื้นที่ทางสังคมจึงเป็นพื้นที่ที่มักจะมีการต่อรอง ถกเถียง หรือพูดคุยเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งอื่นหรือทางเลือกอันใหม่ที่บุคคลนั้นหรือกลุ่มนั้น ได้ตั้งเป้าประสงค์ไว้ ดังนั้น ในการศึกษาพื้นที่ทางสังคมนั้นควรศึกษาปฏิบัติการในพื้นที่ (spatial practice) ภาพตัวแทนของพื้นที่ (representation of space) และพื้นที่เชิงภาพตัวแทน (representational space) (Lefebvre, 2002:131-141)

การท่องเที่ยวสามารถจัดเป็นพื้นที่ทางสังคมตามข้อสังเกตของ Massey ที่เสนอว่า “พื้นที่การท่องเที่ยว” เป็นพื้นที่ที่ถูกทำให้ชัดหรือมีรูปร่าง โดยการจัดเรียงลำดับบทบาท การดำเนินการภายในพื้นที่ เพื่อแบ่งแยกการท่องเที่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ (Massey, 2000 อ้างใน Shaw and Williams, 2004) โดย “พื้นที่การท่องเที่ยว” นั้น มีลักษณะเป็นพื้นที่ประดิษฐ์สร้างภาพตัวแทนความจริงแท้ ดังจะเห็นได้จากงานทบทวนของ Ning (1999) ในการจำแนกกลุ่มแนวคิดในเรื่องการประดิษฐ์สร้างความจริงแท้ใน “พื้นที่การท่องเที่ยว” ดังนี้ 1) กลุ่มแนวคิดประดิษฐ์สร้าง (Constructivism approach) ที่มอง ว่าวัตถุที่ถูกท่องเที่ยวชมทางท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการสร้างทางสังคม ความจริงแท้ในการท่องเที่ยวเป็นความจริงแท้เชิงสัญลักษณ์ที่เกิดจากผู้ผลิตทางท่องเที่ยว ภายใต้ขอบเขตของจินตนาการ ความเชื่อความคาดหวัง และอำนาจของผู้ผลิต 2) กลุ่มแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism approaches) เป็นกลุ่มความคิดหรือสร้าง (deconstruction) ความจริงแท้ และพบว่าใน “พื้นที่การท่องเที่ยว” ไม่มีพรมแดนหรือเส้นแบ่งที่

ชัดเจนมากำหนดว่าสิ่งใดคือความจริงแท้ สิ่งใดไม่ใช่ความจริงแท้ เพราะสิ่งปรากฏนั้น มีลักษณะที่  
 ลื่นไหลไม่สามารถจำแนกความแตกต่าง (de-differentiation) และเป็นภาพตัวแทนที่สร้างมาให้  
 เสมือนจริง (simulation) 3) กลุ่มความจริงแท้ ณ ขณะหนึ่ง (Existential authenticity) หรือกลุ่ม  
 ความจริงแท้ที่เกิดจากการได้ไปดำรงอยู่ร่วมอยู่กับที่นั้น แนวคิดนี้มองว่าความจริงแท้เป็นสภาวะที่  
 ดำรงอยู่ ณ ขณะนั้น ที่เรียกว่า “ช่วงเวลาแห่งความจริงแท้” ที่สัมพันธ์กับสมัยเวลา กิจกรรมที่  
 กระตุ้น ณ ขณะนั้น และบนความรู้สึกประสบการณ์ของคนที่ดีความ ดังนั้นความจริงแท้ในการ  
 ท่องเที่ยว จึงเป็นความจริงที่เกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ดำรงอยู่ ณ ขณะนั้นในการ  
 ร่วมกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้น โดยบรรยากาศทางการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นในช่วงนั้น  
 ซึ่งมันจะไม่สัมพันธ์กับความจริงในการดำเนินชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ได้นักคิดสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาที่สนใจศึกษาการท่องเที่ยว และเสนอ  
 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ว่าเป็นพื้นที่อันเป็นผลผลิตจากการประดิษฐ์สร้างเพื่อการมองของ  
 นักท่องเที่ยว ดังจะพบได้จากข้อเสนอของ Boorstin ที่มองว่า “พื้นที่ท่องเที่ยว” สำหรับเขาแล้ว  
 เปรียบเสมือนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมือนกับฟองอากาศล้อมรอบตัวนักท่องเที่ยวให้ถูก  
 แยกตัวจากสภาพแวดล้อมที่แท้จริง โดย Boorstin เรียกสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นว่า “วง  
 สภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น” (environment bubble) ซึ่งภายในวงของสภาพแวดล้อมดังกล่าว จะมี  
 การจำลองภาพให้เสมือนจริงและการสร้างภาพขึ้นมา เพื่อตอบสนองการจ้องมองของนักท่องเที่ยว  
 ในด้านความต้องการมองสิ่งที่แตกต่างจากปกติ และในด้านความต้องการมองที่มีลักษณะตามที่สื่อ  
 นำเสนอ (Boorstin, 1964 อ้างใน Urry, 1992: 7-15)

ส่วน Cohen มองว่า “วงสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น” นั้น เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่  
 อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่เป็นคนแปลกหน้าสามารถจับจ้องมอง อย่างไม่รู้ตามนักท่องเที่ยวไม่  
 จำเป็นจะต้องมองแต่ใน “วงสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น” แต่พวกเขาอาจมองนอก เหนือจากพื้นที่  
 ดังกล่าว โดยการกำหนดจุดหมายในการมองขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีหลาย  
 รูปแบบและมีประสบการณ์ในการมองของตนที่แตกต่างกันไป (Cohen , 1976 อ้างใน Urry, 1992:  
 7-15)

และ MacCanell มองว่า “พื้นที่การท่องเที่ยว” นั้นเป็นการจัดฉากความจริงแท้ที่เกิดจาก  
 การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเจ้าของ บ้าน (host) หรือ คนท้องถิ่นที่ถูกมอง และนักท่องเที่ยวที่  
 เป็นผู้จ้องมอง โดยเขากล่าวว่า การจ้องมองของนักท่องเที่ยว นั้น เป็นการจ้องมองเพื่อค้นหาความ  
 จริงที่พยายามบุกรุกพื้นที่ส่วนตัวของเจ้าของบ้านหรือคนท้องถิ่น ดังนั้น จึงทำให้เจ้าของบ้านเกิดการ

ประดิษฐ์สร้างฉากหรือจัดฉากจากความจริงขึ้นมา เพื่อป้องกันพื้นที่ส่วนตัวและสร้างฉากความ  
จริงให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดสายตาของนักท่องเที่ยวในการจับจ้องมองเพื่อนำมาสู่การสร้างผลประโยชน์  
ให้แก่พวกเขา (MacCanell, 1979 อ้างใน Urry, 1992: 7-15)

ทางด้าน Rojek (1997) ได้เสนอปฏิบัติการในการสร้าง “พื้นที่ท่องเที่ยว” เพื่อการมอง  
ของนักท่องเที่ยวว่าเป็นผลของการประดิษฐ์สร้างทางสังคมที่ผ่านกระบวนการการแบ่งขอบเขต  
เช่น การจัดภูมิทัศน์ที่ช่วยให้สามารถจำแนกให้แตกต่างระหว่างสถานที่ต้นฉบับหรือสถานที่  
ธรรมดา กับสถานที่พิเศษหรือสถานที่ท่องเที่ยว (Rojek, 1997 อ้างใน Shaw and Williams, 2004)

นอกจากนั้น “พื้นที่การท่องเที่ยว” เป็นรูปแบบที่ถูกจัดสร้างขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์เชิง  
อำนาจ มากกว่าค้ำความจริงแท้เพราะทุกสิ่งทั้งในและนอกพื้นที่ท่องเที่ยวล้วนแล้วแต่มีลักษณะเชิง  
วัฒนธรรม อันถูกประดิษฐ์สร้างขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสามารถพบได้ในงานของ  
Urry (1991) ที่มองว่านักท่องเที่ยวมีอำนาจในการบริโภคโดยการจับจ้องมอง (gaze) ที่ทำให้เกิดมี  
การจัดเตรียมวัตถุและสร้าง “พื้นที่การท่องเที่ยว” ในเชิงกายภาพ โดยเขานำแนวคิดการจับจ้องมอง  
ของ Foucault เป็นแนวทางในการศึกษาและทำให้เราเกิดความเข้าใจได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็น  
อุตสาหกรรมในการจับจ้องมอง โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการจ้องมองภายใต้การ  
จัดวางของวาทกรรมอุตสาหกรรมแบบทุนนิยม ที่ทำให้การจับจ้องมองของนักท่องเที่ยวมีอำนาจ  
ในการควบคุมทรัพยากรให้เป็นวัตถุของการจ้องมอง และส่งผลทำให้มีการจัดเตรียมวัตถุของการ  
ท่องเที่ยวตามความต้องการในการจับจ้องมองของนักท่องเที่ยวซึ่ง Urry มองว่าการจัดเตรียมวัตถุเพื่อ  
การจ้องมองของนักท่องเที่ยวดังกล่าวนั้น เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างนักท่องเที่ยวและ  
วัตถุที่ถูกจ้องมองโดยการจัดเตรียมในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว  
ในฐานะผู้บริโภค

ทั้งนี้ ภายใน “พื้นที่การท่องเที่ยว” ยังมีกระบวนการสร้างภาพตัวแทนผ่านกระบวนการแปร  
วัฒนธรรมให้เป็นสินค้าตามที่ Meethan ที่กล่าวว่า “พื้นที่การท่องเที่ยว” อาจสามารถมองว่าเป็น  
พื้นที่ส่วนหนึ่งในสังคมที่ภายในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์อย่างเข้มแข็งต่อการผลิต การบริโภค และ  
ล้อมรอบโดยสัญลักษณ์ วัตถุดิบ รูปแบบที่หลากหลาย อันมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการ  
สร้างสรรค์ ของกระบวนการผลิตวัฒนธรรม หรือกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Meethan ,  
2001 อ้างใน Shaw and William, 2004)

กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าใน “พื้นที่การท่องเที่ยว” นั้นจะมีลักษณะการ  
ผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป คือ 1) โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมา  
เยือน สถานที่พัก และการบริการที่สะดวกสบายพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว 2) วัตถุดิบ  
ได้แก่ ทรัพยากรที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจ 3) การลงทุน ได้แก่ การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ถนน ไฟฟ้า ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ 4) การใช้แรงงาน เพื่อสร้างสาธารณูปโภค ผลิตสินค้า และบริการ 5) ผลผลิต ได้แก่ การบริการที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 6) การส่งเสริมการขาย ที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ผลิตผลเป็นที่รู้จัก (Urry, 1991)

นอกจากนั้น กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ใน “พื้นที่ท่องเที่ยว” ยังมีลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมตามข้อเสนอของ Meethan ดังนี้ต่อไป 1) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยวนั้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการเสนอภาพลักษณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดหมายปลายทาง และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว จะมีการรวมความรู้สึกจินตนาการต่อพื้นที่เดียวกัน และทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ (image) แสดงออกมาในรูปภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ (symbolic representation of space) 2) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ไม่ใช่เป็นเพียงแต่ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นเท่านั้น แต่มันรวมถึงการถูกทำให้เป็นภาพแทนที่เสนอผ่านระบบการตลาดตามความต้องการของผู้บริโภค 3) กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่าง นักท่องเที่ยว นานาชาติและจุดหมายปลายทางบนความเป็นอื่น โดยอำนาจและความรู้จะเป็นตัวกำเนิดจินตนาการกับสิ่งอื่น สร้างความจริงแท้ เรื่องเล่า และให้ความหมายแก่สถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นสินค้าทางการท่องเที่ยว มิได้มีลักษณะเป็นสินค้าตั้งแต่กำเนิด แต่เป็นผลผลิตของอุตสาหกรรมการโฆษณาที่ทำให้เกิดจินตนาการ (Meethan, 2001 อ้างใน Shaw and William, 2004)

จากการทบทวน “พื้นที่การท่องเที่ยว” ข้างต้นสามารถนำไปเป็นพื้นฐานในการศึกษาครั้งนี้ว่าการท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ภาพแทนที่เกิดจากการประดิษฐ์สร้างทางสังคม ภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างนักท่องเที่ยว สื่อ เจ้าของกิจการ คนในท้องถิ่น รัฐบาล ในลักษณะเชิงการเมืองของพื้นที่ และการที่จะเข้าใจการประดิษฐ์สร้างของ “พื้นที่การท่องเที่ยว” ต้องศึกษากระบวนการผลิตที่อยู่ภายใน นั่นก็คือ กระบวนการทำให้สินค้าและกระบวนการสร้างตัวแทนที่จะมีการทบทวนในหัวข้อต่อไป

#### 1.4.4 การสร้างภาพตัวแทน (Representation) และแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน ปฏิบัติการในพื้นที่ทางสังคม

การทบทวนในหัวข้อนี้จะมุ่งไปที่ แนวคิดการสร้างภาพตัวแทนและปฏิบัติการในชีวิตประจำวันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาที่แสดงถึงปฏิบัติการภายในพื้นที่ทั้งระดับโครงสร้างและระดับผู้กระทำ ดังนี้

### 1) แนวคิดกระบวนการสร้างภาพตัวแทน (Representation)

กลุ่มแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา มองว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับปฏิบัติการในการผลิตความหมาย การแลกเปลี่ยนความหมาย การให้ความหมาย การใช้ความหมายร่วมกัน การตีความหมาย และการสร้างภาพตัวแทนอันก่อให้เกิดการสร้างพื้นที่ขึ้นมา โดย Hall (1997) เสนอว่าถ้าต้องการเข้าใจวัฒนธรรมจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจกระบวนการสร้างภาพตัวแทนด้วย ดังนั้น ถ้าหากเราต้องการเข้าใจการท่องเที่ยวในฐานะวัฒนธรรมเราก็ต้องเข้าใจกระบวนการสร้างภาพตัวแทนด้วยเช่นกัน

Hall(1997) กล่าวว่า กระบวนการสร้างภาพตัวแทน นั้น เป็นปฏิบัติการในการผลิตวัฒนธรรมที่เคลื่อนไหวตาม วัฏจักรวัฒนธรรม (the circuit of culture) ที่แสดงผลของการผลิตผ่านออกมาในรูปภาษา โดย Hall มองว่าวัฒนธรรมนั้น มีลักษณะเป็น “ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม” ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง “การใช้ความหมายร่วมกัน” “การผลิตความหมาย” “การให้ความหมาย” และ “กำหนดขอบเขตและกำหนดความหมาย ต่อ คน วัตถุ และเหตุการณ์” ซึ่งมนุษย์มี “ปฏิบัติการวัฒนธรรม” ในการผลิตความหมาย ตาม “วัฏจักรวัฒนธรรม” (du Gay, อ้างใน Hall, 1997) โดยใช้วิธีการสร้างขอบเขตให้มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น วิธีการใช้ประโยชน์จาก คน วัตถุ และเหตุการณ์โดยผ่านรูปแบบการบริโภคที่นำไปสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไป วิธีจัดระเบียบจัดการควบคุมสร้างข้อตกลงในการดำเนินชีวิต และวิธีการสร้างให้ภาพตัวแทนแก่ คน วัตถุ เหตุการณ์ และคุณค่า ความหมาย ความคิด จิตให้มีรูปร่างขึ้นมา โดย “ปฏิบัติการวัฒนธรรม” ตาม “วัฏจักรวัฒนธรรม” เหล่านี้ จะใช้ ภาษา เป็นสื่อกลางในการแสดงความหมาย โดยภาษาที่เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายดังกล่าว จะมีระบบการสร้างภาพตัวแทน(system of representation) การผลิตความหมาย และแสดงความหมายออกมาเป็น สัญลักษณ์ ภาษา ภาพแทน ความคิด วัตถุ ความรู้ ทั้งเชิงรูปธรรม และนามธรรมที่ไม่สามารถอ้างอิงได้ในโลกความจริงได้ ซึ่งภาษาในกรณีเหล่านี้จะรวมถึง สัญลักษณ์ เช่น เสียง คำ โน้ต ภาษาใบ ภาพจน์ ที่ไม่ใช่เพียงเป็นวัตถุดิบของโลก แต่มันยังเป็นอ้างอิงหรือเป็นภาพแทนของการกำหนดความหมายปฏิบัติการ สัญลักษณ์ ในการให้ความหมายที่แสดงถึง ความคิด ลักษณะวัฒนธรรม อัตลักษณ์ ความรู้ ดังนั้น Hall จึงเสนอว่าสิ่งที่เราจะเข้าใจวัฒนธรรมเราต้องเข้าใจกระบวนการสร้างภาพตัวแทนของภาษา เพราะภาษานั้นเป็นสื่อกลางแสดงการออกของวัฒนธรรมและความหมาย โดยใช้วิธีระบบการสร้างภาพตัวแทน (Hall, 1997)

ระบบการสร้างภาพตัวแทนของภาษา หรือ กระบวนการผลิตความหมาย ที่เกิดขึ้นในจิตใจมนุษย์โดยการแสดงออกผ่านภาษาที่เชื่อมต่อกับความคิด ความจริง ภาษา นั้น เป็นระบบประกอบสร้างความหมายที่มีความสัมพันธ์สลับซับซ้อน ในการจัดระเบียบ จำแนกประเภท และ

จำแนกความแตกต่าง เพื่อให้สิ่งที่เชื่อมต่อกันนั้น ดำรงอยู่หรือเกิดขึ้นมาโดยระบบการสร้างภาพ ตัวแทนของภาษามี 2 นัย คือ 1) การสร้างภาพตัวแทนโดยการนำ “แผนที่ความคิดของเรา” สื่อความหมายต่อสิ่งที่ปรากฏอยู่ในโลก เช่น สิ่งของ คน วัตถุ สถานที่ และเหตุการณ์ โดย “แผนที่ความคิดของเรา” ใน ที่นี้ นั้นเกิดจากการที่มนุษย์ใช้ความคิดร่วมกับคนในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน 2) การสร้างภาพตัวแทนโดยการสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมา เพื่อให้เป็นภาพตัวแทน “แผนที่ความคิดของเรา” ที่สื่อความหมายถึงลักษณะเชิงนามธรรม ซึ่งนัยทั้ง 2 นัย ได้แสดงให้เห็นถึงหัวใจหลักในการผลิตความหมาย หรือ กระบวนการสร้างภาพตัวแทนว่า เป็นกระบวนการที่เชื่อมต่อกันระหว่างความสัมพันธ์ของ “สิ่งที่ปรากฏอยู่ในโลก” (thing) “ความคิด”(แผนที่ความคิด) และสัญลักษณ์ (Hall, 1997)

นอกจากนั้น Hall เสนอว่า แนวคิดการสร้างภาพตัวแทนของกลุ่มความคิดการประดิษฐ์สร้างทางสังคม (constructionist) ว่าเป็นแนวคิดที่เหมาะสมในการศึกษาวัฒนธรรม ที่สามารถเชื่อมต่อกับ ภาษา ความหมาย และวัฒนธรรม โดยมี 2 แนวทางการศึกษา ดังนี้ 1) แนวทางการศึกษาสัญศาสตร์ (semiotic approach) เป็นการศึกษาการผลิตความหมาย หรือกระบวนการเสนอภาพความจริงของภาษา และสัญลักษณ์ว่ามีหน้าที่ในการสื่อสารวัฒนธรรมอย่างไร เช่น แนวคิดของ Roland Barthes 2) แนวทางการศึกษาวาทกรรม (discursive approach) ของ Michel Foucault ศึกษากระบวนการสร้างภาพตัวแทนที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ ระหว่าง อำนาจ ความรู้ ในการผลิตวาทกรรม (discourse) และเสนอวิธีเชิงปฏิบัติการในการสร้างภาพตัวแทน (Hall, 1997)

การทบทวนครั้งนี้เลือกทบทวนเฉพาะแนวทางการศึกษาวาทกรรม ของ Foucault เนื่องจากแนวคิดนี้ได้แสดงการเชื่อมต่อกันระหว่าง ภาษา กับ ปฏิบัติการ และขยายมิติการศึกษาการสร้างภาพตัวแทนที่ไม่จำกัดเฉพาะการศึกษาภาษาโดยการให้ความสนใจศึกษาวาทกรรมในฐานะที่เป็นผลผลิตของกระบวนการสร้างภาพตัวแทนในเชิงปฏิบัติการที่เชื่อมโยง กับ อำนาจ ความรู้ การจัดระเบียบ การประดิษฐ์สร้าง การกำหนดความหมาย การจัดวางตำแหน่ง (subject) และปฏิบัติการที่เกิดขึ้นบนประวัติศาสตร์เฉพาะ จากรูปแบบการศึกษาวาทกรรมของ Foucault ดังกล่าว จึงสามารถทำให้เห็นภาพปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทน (Hall, 1997) ซึ่งปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนสำหรับ Foucault คือ ปฏิบัติการวาทกรรม(discursive practice) ที่มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการผลิตความหมายที่เกี่ยวกับความจริงในเรื่อง ต่าง ๆ รวมถึงการผลิตชุดความรู้ กฎเกณฑ์ และ ข้อปฏิบัติทางสังคม ที่ทำให้เกิดปฏิบัติการทางสังคมกับความรู้อย่างต่อเนื่องผ่านสถาบันทางสังคม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้คนนิยามตนเองตามความรู้ที่ผลิตออกมา จากการเข้าไปมีส่วนร่วมกับสถาบันทางสังคมและปฏิบัติการทางสังคมที่สร้างขึ้นมา ส่วน อำนาจ หมายถึง กระบวนการทางประวัติศาสตร์สังคมที่สร้างความจริงชุดใดชุดหนึ่งขึ้นมา และนำไปสู่ปฏิบัติการทางสังคมมากมาย



ที่เป็นผลทำให้มีการจัดตำแหน่งแห่งที่ของปัจเจก (subject position) ที่ถูกนิยามจากการสร้างความจริงภายในอาณาจักรแห่งความจริง นั้นๆ ภายใต้วาทกรรม โดยเขาได้เสนอปฏิบัติการในการจัดวางตำแหน่ง ดังนี้ 1) การทำให้ปัจเจกนั้นกลายเป็นวัตถุของความรู้และการศึกษา โดยอาศัยปฏิบัติการที่เขาเรียกว่า ปฏิบัติการแบ่งแยกส่วน (dividing practices) ที่ปัจเจกที่ถูกแยกในตัวบุคคล หรือถูกแยกแบ่งออกจากผู้อื่น กระบวนการเหล่านี้จะทำให้ปัจเจกภาพกลายเป็นวัตถุ เช่น การแบ่งระหว่างคนบ้ากับคนปกติ ทำให้คนบ้าแตกต่างจากคนปกติโดยการถูกนิยามว่าเป็นคนคิดปกติทางจิต และกลายเป็นวัตถุที่ถูกกระทำในการบำบัดรักษาจากแพทย์ 2) การทำให้ปัจเจกรู้สึกว่าตนเองเป็นองค์ประธานของการกระทำ Foucault ซึ่งให้เห็นว่าเทคนิคนี้มีพลังมากในการเป็นจารีตอย่างหนึ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม เช่น การทำให้มนุษย์เป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจที่อยู่ภายใต้การถูกกระทำของความรู้ทางเศรษฐศาสตร์และถูกควบคุมภายใต้กรอบวาทกรรมของระบบทุนนิยม (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

## 2) แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีความประสงค์ศึกษาวิธีการ (ways of operating) ของชาวลาหู่ ต่อพื้นที่ท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในการนำชีวิตประจำวันมาให้เป็นสินค้า จึงทำให้หัวข้อนี้สนใจ ทบทวนปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวัน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและเครื่องมือในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

Giddens เสนอมุมมองเกี่ยวกับการศึกษาทางสังคมวิทยาว่า ควรให้ความสำคัญกับมนุษย์และการศึกษาชีวิตประจำวัน โดยสำหรับ Giddens มนุษย์โดยเนื้อแท้ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับสังคม และเข้าไปเป็นส่วนประกอบหลักของสังคม มนุษย์นั้นสามารถสร้างและเปลี่ยนแปลงสังคมได้ เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่จะได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางสังคมและสร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมของตน มนุษย์ไม่ได้อยู่อย่างหยุดนิ่ง แต่มนุษย์มีการเคลื่อนไหวที่ไม่จำกัดเฉพาะตามความรู้สึกแรงงูใจของตนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเคลื่อนไหวเมื่อถูกแรงกระทบจากพลังที่อยู่นอกตัวมนุษย์ และสามารถมองย้อนกลับมาที่พฤติกรรมและสถานการณ์ ซึ่งจากความสามารถในการเคลื่อนไหวของมนุษย์ดังกล่าว จึงทำให้มนุษย์มีทางเลือกในการกระทำต่อต้านแรงบีบทางสังคม และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์สังคมได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้น นักสังคมวิทยาจำเป็นต้องค้นหาวิธีการที่มนุษย์ใช้ในการสร้างและปฏิบัติทางสังคมในการดำรงชีวิตประจำวัน และจะต้องให้ความสนใจพฤติกรรมชีวิตประจำวันในแง่มุมของการวิเคราะห์ (Giddens, 1976 อ้างใน เศรษฐา พวงหัตถ์, 2548)

ชีวิตประจำวันเป็นมโนทัศน์ที่ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา ทั้งในแง่ที่เป็นวัตถุของการวิเคราะห์ บริบทของการวิเคราะห์ และเครื่องมือในการศึกษาวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา ที่สนใจชีวิตประจำวันในฐานะประเด็นที่ควรนำมาวิเคราะห์ ที่ไม่ใช่เศษของสิ่งที่ป็นสารัตถะของชีวิต แต่เป็นสารัตถะอย่างหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญไปพร้อม การเมืองระดับจุลภาค และขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ ชีวิตประจำวันในมุมมอง วัฒนธรรมศึกษาจึงผูกโยงความเป็นอื่น ไม่ว่าจะป็นกลุ่มชายขอบ กลุ่มที่อ่อนแอ กลุ่มที่ถูกกดขี่ ที่ เชื่อมโยงกับปฏิกิริยาการต่อต้าน โดยใช้แนวคิดชีวิตประจำวันในการวิเคราะห์กลุ่มอื่นในสังคม (สุธาริน คุณผล, 2550)

ด้านหนึ่งชีวิตประจำวันได้รับความสนใจเพื่อเน้นความสำคัญของประสบการณ์ และ ความรู้สึกของแต่ละบุคคลว่ามีส่วนกำหนดความเป็นไปในสังคม ที่ไม่ใช่เพียงการถูกครอบงำหรือ ถูกกำหนดจากระดับโครงสร้างแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งเราสามารถพบความสนใจต่อชีวิตประจำ ดังกล่าวได้ ในกลุ่มสังคมวิทยาจุลภาค (Micro sociology) ที่มุ่งเน้นการหาวิธีอธิบายรายละเอียดของ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และถือว่าชีวิตประจำวันเป็นส่วนสำคัญในการหล่อหลอม ความคิด พฤติกรรมของคนในสังคม ที่นอกเหนือจากระเบียบและการกำหนดของระดับ โครงสร้าง ประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตประจำวันสำหรับกลุ่มนี้ถือว่าเป็นความรู้ที่ไม่ได้ผ่านการตรึงตรอง แต่เป็นความรู้ที่เกิดจากความเคยชินจนเป็นนิสัย และเป็นความรู้ที่มาจากสามัญสำนึกมากกว่าการเป็น ความรู้ที่เป็นศาสตร์ ชีวิตประจำวันในความหมายนี้จึงเป็นหน่วยพื้นฐานของประสบการณ์สังคมใน ลักษณะที่ตายตัว (Bovone, 1989, อ้างใน สุธาริน คุณผล, 2550 )

การมองชีวิตประจำวันในอีกความหมายหนึ่งเชื่อมโยงอยู่กับกลุ่มที่เรียกรวมกันอย่าง กว้างๆ ว่า มาร์กซิสม์ใหม่ นักคิดกลุ่มนี้มองชีวิตประจำวันในฐานะที่เป็นผลผลิตของภาวะทุนนิยม สมัยใหม่ที่ครอบงำลึกลงไปถึงในระดับชีวิตประจำวัน สังคมบริโภคนิยมทำให้ชีวิตประจำวันถูก ครอบงำโดยความ ไม่แท้ (inauthenticity) ความแปลกแยก (alienation) และ ดายคีน (banality) กลุ่มนี้ต้องการขยายการมองปัญหาของภาวะสมัยใหม่ออกไปจากเรื่องการผลิต และการครอบงำ ทางอุดมการณ์ ให้ครอบคลุมไปถึงการบริโภคนิยมและการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยนักคิดใน สำนักแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt School) เห็นว่าชีวิตประจำวันถูกยึดครองจนไม่สามารถจะกอบกู้มา ได้แล้ว แต่อีกกลุ่มกลับมองว่าถึงแม้ชีวิตประจำวันจะถูกยึดครองโดยกลไกของภาวะสมัยใหม่จนไร้ ชีวิตชีวาและน่าเบื่อเหลือเพียงกากเดนมนุษย์ แต่ชีวิต ประจำวันยังเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ที่มี ศักยภาพพลิกฟื้นความมีชีวิตชีวา หรือปลุกจิตสำนึกขึ้นมาใหม่ ชีวิตประจำวันในความหมายหลังนี้ ปรากฏชัดในงานของ Heller และ Lefebvre ทั้งสองคนเห็นตรงกันว่าจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญ กับชีวิตประจำวัน เพราะมนุษย์อาจไม่สมบูรณ์ได้ถ้าชีวิตประจำวันยังถูกครอบงำโดยจิตสำนึกที่

ผิดพลาด พวกเขาทั้งสองเน้นว่าชีวิตประจำวันไม่ใช่ประสบการณ์ที่ตายตัว แต่สามารถพลิกผันเปลี่ยนแปลงได้ ในด้านหนึ่งชีวิตประจำวันอาจถูกครอบงำจนไร้ชีวิตชีวา แต่ขณะเดียวกันมีพลังแฝงอยู่ที่สามารถเป็นจุดเริ่มต้นในการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่สังคมในอุดมคติ งานของ Heller ให้ความสำคัญวิธีศึกษาชีวิตประจำวันในฐานะที่เป็นประสบการณ์ร่วมของมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ เพื่อจะเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวิธีการของแต่ละคนที่ทำความเข้าใจกับสังคมรอบตัว แต่ชีวิตประจำวันของ Lefebvre นั้น ให้ความสำคัญกับการหาจังหวะเวลาและปัจจัยที่จะพลิกให้สถานะของความตายซากน่าเบื่อหน่ายของชีวิตประจำวัน ให้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงและหลุดพ้นจากวาทกรรม (Heller, 1999; Lefebvre, 1999 อ้างใน สุธาริน คุณผล, 2550)

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของ de Certeau ที่ให้ความสนใจศึกษาชีวิตประจำวันของคนสามัญธรรมดาที่สอดคล้องกับสถานการณ์แห่งยุคหลังสมัยใหม่โดย de Certeau มองว่าชีวิตประจำวัน นั้นมีพลังสร้างสรรค์เช่นเดียวกับ Lefebvre แต่ de Certeau มีจุดมุ่งหมายและวิธีการที่ต่างออกไป โดยจุดมุ่งหมายในการศึกษาชีวิตประจำวันของเขาคือความต้องการค้นหาวิธีการของมนุษย์ในชีวิตประจำวันในการใช้ไหวพริบปฏิภาณในการที่จะอยู่รอด ภายใต้การเกาะกุมครอบงำของตรรกะ และกลไกของอำนาจ อีกทั้งต้องการชี้ให้เห็นว่าอำนาจไม่อาจจะครอบงำชีวิตประจำวันได้อย่างหมดสิ้น โดยวิธีการของฝ่ายอ่อนแอหรือฝ่ายถูกครอบงำจะเลือกใช้จังหวะเวลา และโอกาสที่มีอยู่ช่วยใช้ประโยชน์จากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่า (สุธาริน คุณผล, 2550)

นอกจากนี้ เขายังมองว่าการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น มีมิติทางการเมืองในการเป็นแย่งชิงและต่อรองกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ระหว่างผู้กำหนดกับผู้ใช้ทั้งหมดไม่ใช่ความสัมพันธ์ทางเดียว แต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุดในชีวิตประจำวัน โดยการต่อรองและความสัมพันธ์ของอำนาจในชีวิตประจำวันที่ว่านี้ จะมีวิธีการผ่านยุทธวิธี (strategy) และ อุบาย (tactic) ในการอธิบายถึงพลวัตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในชีวิตประจำวัน (สุธาริน คุณผล, 2550)

ยุทธวิธี หมายถึง การกระทำของอำนาจที่มีฐานมั่นคงชัดเจน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจัดวางความสัมพันธ์กับส่วน อื่นๆ ที่อยู่ภายในวงจร ตรรกะของการเมือง เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบยุทธศาสตร์ ส่วน อุบาย หมายถึง การกระทำที่ไม่มีตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจ อาศัยจังหวะและโอกาสในการฉกฉวยประโยชน์ ต่อรองกับอำนาจ การทำงานของอุบายมีลักษณะชั่วคราว และไม่ได้ครอบครองผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ความสำเร็จของอุบายนั้นขึ้นอยู่กับการค้นหาช่องจังหวะเวลาที่จะแปลงสถานการณ์เฉพาะหน้าให้เป็นโอกาส de Certeau ชี้ว่ากิจกรรมในชีวิตประจำวันมีกระบวนการทำงานของอุบายแฝงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการสนทนา การอ่าน การเดินทาง การจับจ่ายซื้อของ การทำกับข้าวและอื่น ๆ เพื่อช่วงชิงต่อรอง การจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (สุธาริน คุณผล, 2550)

ส่วนทางด้าน Bourdieu นักคิดชาวฝรั่งเศสเป็นบุคคลหนึ่งที่สนใจศึกษาปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในฐานะผู้กระทำเช่นกัน แต่ Bourdieu จะมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างออกไปเพื่อค้นหาปฏิบัติการใช้สภาวะ (habitus) ของมนุษย์ที่มีลักษณะเฉพาะ กลุ่ม ชนชั้น และ ปัจเจกบุคคล อันเกิดจากการสะสมทุนในการดำเนินชีวิตประจำวันที่มีปฏิบัติการต่อสู้ดิ้นรน ท่ามกลางสนาม แข่งขันเพื่อให้ตนหลุดพ้นจากการครอบงำของวาทกรรม และได้มาซึ่งชัยชนะผลประโยชน์ (Bourdieu, 1980 อ้างใน สุณี๋ย ประสงค์บัณฑิต, 2548: 43-67)

ด้วยสภาวะนั้นเป็น โครงสร้างที่บรรจุอยู่ในร่างกายของมนุษย์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่มีจุดกำเนิดมาจากโครงสร้างสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกในร่างกายมนุษย์ แล้ว ค่อย ๆ หลอมรวมซึมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของร่างกาย (embodiment) และดำเนินการเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมให้เป็นโครงสร้างสภาวะ โครงสร้างสภาวะเป็นโครงสร้างที่ถูกฝังจารึกอยู่ในร่างกายมนุษย์ ที่กลายมาเป็นสิ่งที่เรียกว่า ความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (disposition) ซึ่งอยู่ในรูปของอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ ความศรัทธา ที่จะแสดงออกมามีภายนอกผ่านการกระทำของร่างกายให้เห็นเป็นรูปอากัปกริยา (manner) ต่างๆ เช่น น้ำเสียง จังหวะจะโคนในการพูด แววตา กริยาอาการ การเดิน การกิน การยืน ความชอบ ที่นำไปสู่การจำแนกความแตกต่างในระดับปัจเจกบุคคล โดยอากัปกริยาที่คนแสดงออกมามีจะถูกนำไปใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับ คนในสังคมที่อยู่ภายนอกในร่างกาย ส่งผลทำให้เกิดการผลิตซ้ำโครงสร้างของกลุ่มหรือชนชั้นทางสังคมที่เรียกว่า การสลายภาพผู้วัตถุ (objectification) อันก่อเกิดโครงสร้างทางสังคมภายนอก เช่น ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ความยากจน โดยอากัปกริยาที่แสดงออกมาเป็นการแสดงที่ผู้แสดงรู้ตัวบ้างและไม่รู้ตัวบ้าง (unconscious) และเนื่องจากสภาวะเป็น โครงสร้างที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างร่างกายของมนุษย์และโครงสร้างทางสังคม จึงทำให้สภาวะไม่ได้มีโครงสร้างที่แข็งที่ตายตัว แต่เป็น โครงสร้างที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนระดับได้ (transposable) นั่นหมายความว่า สภาวะ มีการเปลี่ยนแปลงไม่ย่ำอยู่กับที่ มีการเพิ่มพูนตามประสบการณ์ในการปฏิบัติของคน นอกจากนั้น ร่างกายมนุษย์แต่ละคน ไม่เหมือนกันและบวกกับร่างกายมีทั้งในทางด้านธรรมชาติและด้านสังคมที่รวมอยู่ในตัวคนๆ หนึ่ง ทำให้เขามีโอกาสรับรู้และเรียนรู้ไม่เหมือนกัน ดังนั้น แม้ว่าคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันแต่ละคนก็จะมีสภาวะเฉพาะตัวไม่เหมือนกัน หรือแม้ว่าจะอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีสภาวะเฉพาะกลุ่มเฉพาะชนชั้น (สุณี๋ย ประสงค์บัณฑิต, 2548: 43-67)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสภาวะไม่ได้เป็นผลผลิตของร่างกายคนเพียงฝ่ายเดียว แต่ยังเป็นผลผลิตของโครงสร้างสังคมเดียวกัน จึงมีสภาวะที่คล้ายกันมากกว่าคนที่อยู่คนละ โครงสร้าง อาจกล่าวได้ว่าคนมีการกระทำ การปฏิบัติที่เป็นลักษณะเฉพาะตัว มีอิสระในการกระทำ แต่ก็จะมีอิสระภายในโครงสร้างชนิดใดชนิดหนึ่ง ครอบงำที่มนุษย์ต้องเกิดมาท่ามกลางสังคมหรือคน อื่นๆ และ

ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ดังนั้นฮาบิตัส จึงมีทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชนชั้น และการที่คนในกลุ่มหรือชนชั้นเดียวกัน และการที่มีฮาบิตัสคล้ายกันจึงหมายถึงการมีประสบการณ์บางอย่างร่วมกัน ที่เป็นประสบการณ์เฉพาะ กลุ่ม หรือ ชนชั้น นั้น ๆ และการมีประสบการณ์คล้าย ๆ กัน จึงเป็นที่มาของอารมณ์ความรู้สึกคล้ายกันมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ วิธีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน ( สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2548: 43-67)

จากการทบทวนดังกล่าวสามารถนำมาโน้ตค้นเกี่ยวกับชีวิตประจำวันมาเป็นเครื่องมือศึกษาและหน่วยวิเคราะห์ ทั้งในมิติที่ชีวิตประจำวันของชาวลาหู่บ้านยะคูนันถูกรุกล้ำ การถูกยึดครอง จากการท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกันการศึกษาในระดับชีวิตประจำวันก็เครื่องมือในการค้นหาวิธีการ (ways of operating) ของชาวลาหู่ในการต่อสู้ต่อรองภายในพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ โดยเฉพาะแนวคิดปฏิบัติการชีวิตประจำวันของ de Certeau ที่สามารถเป็นตัวช่วยในการค้นหาปฏิบัติการทางสังคมอันแสดงให้เห็นว่าชาวลาหู่บ้านยะคูนัน มีอุบายในการต่อรอง ต่อสู้กับการควบคุมภายใต้การท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างไรบ้าง ทั้งนี้ในแนวคิดปฏิบัติการชีวิตประจำวันของ Bourdieu ก็สามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาถึงการสะสมทุนในชีวิตประจำวันจากการรับมือกับนักท่องเที่ยวว่าชาวลาหู่บ้านยะคูนันสามารถผลิตว่าวิธีการเฉพาะในการนำมาใช้สร้างภาพตัวแทนทางการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

### 1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานแนวคิดพื้นที่ทางสังคมของ Henri Lefebvre ที่มองว่าพื้นที่ทางสังคมนั้น เป็นการประดิษฐ์สร้างทางสังคม อันเกิดจากปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนที่บรรจุอยู่ภายในพื้นที่ ที่ส่งผลให้พื้นที่ทางสังคมนี้อาจเป็นพื้นที่ที่มากไปด้วยการเมือง โฮมสเตย์ลาหู่บ้านยะคูนันที่นี้ถูกมองว่าเป็น พื้นที่ท่องเที่ยว ที่เกี่ยวพันอยู่กับการจัดการความจริงแท้ ที่มีปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทน ผ่านกระบวนการแปรชาติพันธุ์ลาหู่ให้เป็นสินค้า การกระทำดังกล่าวเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงการเมือง การจัดการกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่าง ชาวลาหู่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเกิดขึ้นภายในความพยายามที่จะนิยามความหมายการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บนการทำความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยว ในแบบที่เอื้อประโยชน์ให้กับตนเองมากที่สุด

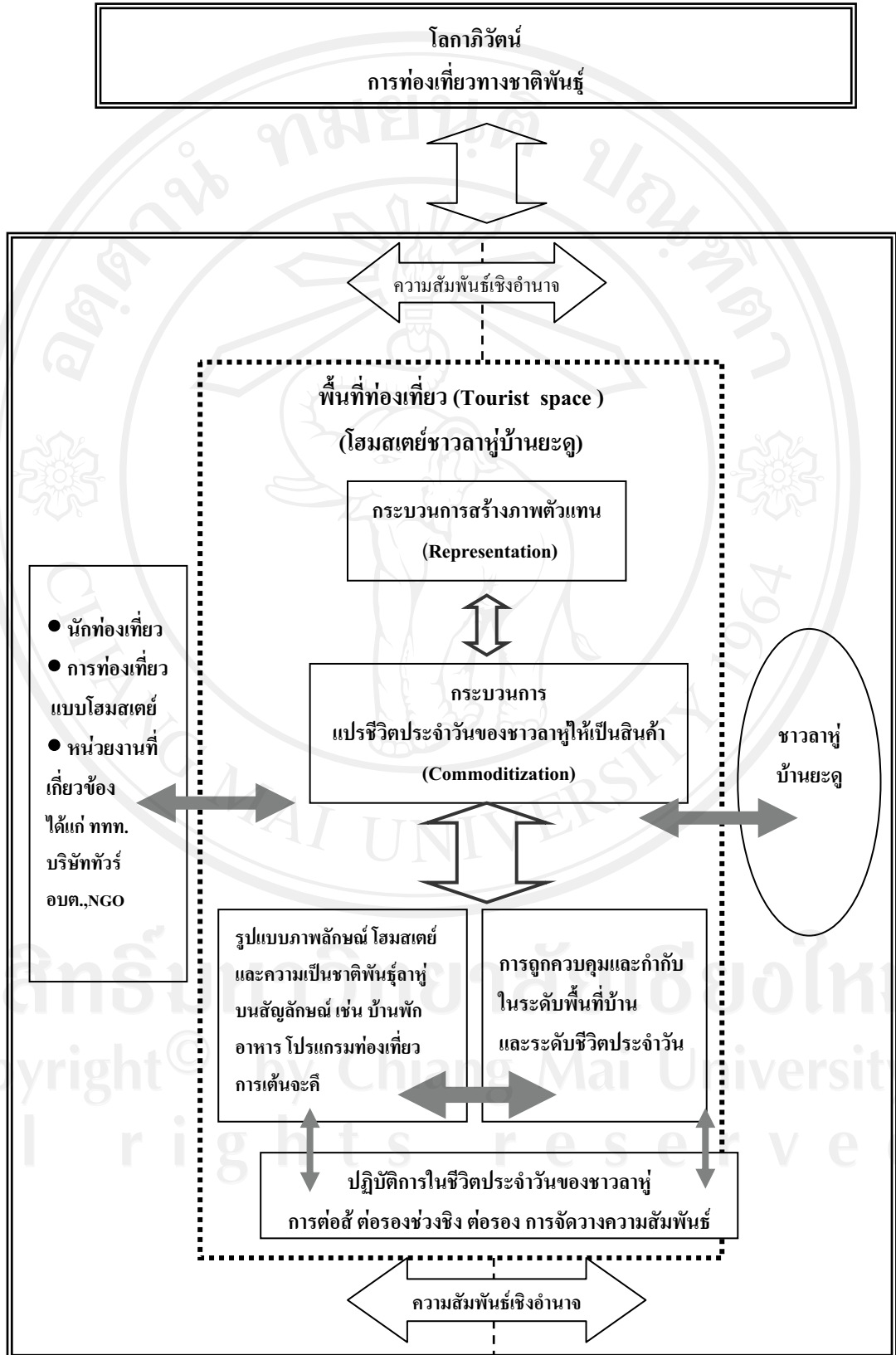
เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาต้องการเข้าใจภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะคูนัน ที่มี การนำชีวิตประจำวันมาเป็นสินค้าการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นผลผลิตของกระบวนการสร้างภาพตัวแทน ผู้ศึกษาจึงใช้แนวคิดการสร้างภาพตัวแทนของ Stuart Hall ที่เสนอว่าการที่เราจะเข้าใจปฏิบัติการผลิตวัฒนธรรมได้นั้น เราต้องเข้าใจระบบการสร้างภาพตัวแทนของภาษา โดยการศึกษาผ่านกระบวนการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งปรากฏอยู่ในโลก แผนที่

ความคิด และสัญลักษณ์ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาชีวิตประจำวันของชาวลาหู่ที่ถูกผลิตผ่านสัญลักษณ์ที่แสดงออกมาในรูปแบบสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น บ้านพักโฮมสเตย์ โปรแกรมการท่องเที่ยว การบริการ การแสดง เป็นต้น เพื่อเกิดความเข้าใจรูปแบบของโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูจากการนำชีวิตประจำวันมาเป็นสินค้า และแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ดังกล่าว นั้นเข้ามากำกับความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ต่อชาวลาหู่บ้านยะดูอย่างไร

และเพื่อแสดงให้เห็นสภาวะการถูกควบคุมและกำกับการค้าขายในชีวิตชาวลาหู่บ้านยะดู ในระดับชีวิตประจำวัน อันเป็นผลผลิตของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่มีการนำเอาชีวิตประจำวัน ที่มีนัยทางชาติพันธุ์มาเป็นสินค้าภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่าง ชาวลาหู่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน การศึกษาครั้งนี้จึงไม่จำกัดอยู่แต่สัญลักษณ์เท่านั้น แต่จะดำเนินการศึกษาควบคู่ไปกับแนวคิดปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนในการผลิตวาทกรรมของ Michel Foucault ที่มีการเชื่อมโยงอำนาจและความรู้ กับปฏิบัติการในการจัดระเบียบ การประดิษฐ์สร้าง การกำหนดความหมาย การจัดวางตำแหน่งที่เป็นปฏิบัติการที่เกิดขึ้นบนประวัติศาสตร์เฉพาะ

นอกจากนั้น เพื่อทำความเข้าใจกับปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนในระดับผู้กระทำ ผู้ศึกษา จึงเลือกใช้ปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันของชาวลาหู่ที่พบเห็นได้ในการจัดโฮมสเตย์ เป็นหน่วยของวิเคราะห์ในการศึกษาได้มุมมองของแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาวิธีการและปฏิบัติการเฉพาะของกลุ่มชาวลาหู่บ้านยะดู ในการช่วงชิง ต่อรอง การจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เพื่อให้ตนอยู่รอดในพื้นที่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่เป็นผลผลิตของปฏิสัมพันธ์ของผู้คนหลายกลุ่ม ทั้งนี้สามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



## 1.6 ขอบเขตและวิธีวิจัย

### 1.6.1 หน่วยการวิเคราะห์

หน่วยวิเคราะห์ในการศึกษาคครั้งนี้ คือปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันของชาวลานู ในพื้นที่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่มีการแบ่งหน่วยวิเคราะห์ในการศึกษาเป็น 3 ด้าน ดังนี้ **ด้านแรก** ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของชาวลานู ในฐานะสิ่งที่ถูกทำให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่แสดงออกมาทางสัญญา ทั้งในรูปแบบของภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้จากเอกสารและเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ และการรับรู้จากการบริโภคสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดู เพื่อให้เห็นถึงรูปแบบภาพลักษณ์ของชาวลานูบ้านยะดู **ด้านที่สอง** ปฏิบัติการชีวิตประจำวันของชาวลานู ในฐานะของสิ่งที่เป็นผลมาจากการสร้างภาพตัวแทนที่นำชีวิตประจำวันมาให้เป็นสินค้า ภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างชาวลานู นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นภาพการถูกควบคุมการถูกกำกับในระดับพื้นที่บ้านและระดับชีวิตประจำวัน **ด้านที่สาม** ปฏิบัติการชีวิตประจำวันของชาวลานู ในฐานะปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนเพื่อ ต่อรองกับการถูกจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจดังกล่าว เพื่อให้ตนอยู่รอดในพื้นที่การท่องเที่ยว

### 1.6.2 การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ศึกษาจากเอกสารที่สื่อถึงรูปแบบภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดู เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลบริบทของชุมชน และข้อมูลการดำเนินการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านยะดู จากการศึกษาจากแหล่งข้อมูล ดังต่อไปนี้

- เอกสารด้านนโยบายและกระบวนการดำเนินงานของภาครัฐ สถาบันศึกษา และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ในการเข้ามาส่งเสริม ควบคุม และสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

- เอกสารและเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดู

- เอกสารกิจกรรมและข้อมูลของชุมชนจากการรวบรวมของชุมชน

- เอกสารงานศึกษาวิจัยที่เคยเข้ามาศึกษาในชุมชนบ้านยะดู

2) การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการกับชาวลานู นักท่องเที่ยว บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของชุมชน เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐาน บริบทชุมชน ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวของชุมชน ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว รูปแบบและวิธีการ รวมถึงปัญหาและวิธีแก้ไข

3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนและเข้าพักอาศัยในบ้านชาวลานูทั้งบ้านที่บริการและไม่บริการแบบโฮมสเตย์ ตลอดจนร่วมกิจกรรม ต่าง ๆ ของชุมชน และ



ดำเนินชีวิตร่วมกับชาวลาหู่ทั้งในช่วงที่ต้อนรับและไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ  
ปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันในการสร้างภาพตัวแทนภายในพื้นที่การท่องเที่ยว

4) การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ และสังเกตการณ์มา  
ตรวจสอบความถูกต้องและจัดระบบข้อมูลตามหน่วยวิเคราะห์เพื่อนำไปวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved