

ความเป็นไทยในสำเนียงเอ็กโซติก :
การศึกษาภาพแทนประเทศไทย
ในหนังสือ *Lonely Planet* เชิงวาทกรรม
Thainess through Exotic Accent :
A Discursive Study of Representation of Thailand
in *Lonely Planet**

นัทธนัย ประสานนาม**
Natthanai Prasannam

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาการประกอบสร้างความเป็นไทยในหนังสือ *Lonely Planet* ฉบับพิมพ์ ค.ศ. ๒๐๐๙ ผ่านมุมมองของวาทกรรมโดยผสมผสานแนวคิดนุรพคตินิยมของเอ็ดเวิร์ด ซาอิด ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือเน้นให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทย ก่อนที่จะนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความเป็นอื่นของ

* บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “ภาพแทนประเทศไทยในวรรณกรรมการท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษ : การศึกษาวิจัยสันติและวาทกรรม” ในแผนงานวิจัยเรื่อง “ภาพแทนประเทศไทยผ่านวรรณกรรมท่องเที่ยวภาษาอังกฤษ” ของ รองศาสตราจารย์ ดร.สรณัฐ ไตลังคะ และคณะ โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความเป็นไทยถูกสร้างผ่านมายาคติเรื่องนักท่องเที่ยวคุณภาพ ความน่าพิศวง
ของความเป็นไทย ความสำเร็จภาพทางการเมือง ความสำเร็จภาพในการ
แสดงออก ปัญหาสังคม และ “จริต” ที่เป็นอื่นของคนไทย ลักษณะทั้งหมด
ที่พบยืนยันว่า ผู้เขียนในฐานะชาวตะวันตกยังคงมองไทยด้วยอคติแบบ
จักรวรรดินิยมและสอดคล้องกับวรรณกรรมการเดินทางเรื่องอื่นโดยชาวตะวันตก
ที่เดินทางมายังประเทศไทยตั้งแต่สมัยคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙

คำสำคัญ : วรรณกรรมการเดินทาง นูรพคตินิยม วาทกรรม

Abstract

This article aims to study the construction of “Thainess” in the Lonely Planet Guide (2009) through a discursive approach and Edward Said’s conception of Orientalism. It is found that the content structure focuses on a socio-cultural overview of Thailand and details of tourist attractious. Other aspects of “Thainess” are constructed through the myths of quality travellers, amazement of “Thainess”, political instability, inadequate freedom of expression, social problems and othered Thai habits. The findings prove that the author, as a Westerner, still understands “Thainess” through an imperialist lens. The discourse is parallel with other travel writings by Western travellers since the 19th century.

Keywords : travel writing, orientalism, discourse

ความนำ

ในวงการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของไทยในปัจจุบัน มโนทัศน์เรื่องวาทกรรม (Discourse/ discourse) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ถูกหยิบเอามาอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ในภาษาไทยเองมีการแปลคำศัพท์ “discourse” แตกต่างกันในหลายบริบท ในบริบทของภาษาศาสตร์ “discourse” คือสัมพันธสาร หรือภาษาระดับข้อความ ส่วนในทางวัฒนธรรมศึกษา วาทกรรมเป็นระบบภาษา สัญลักษณ์ และปฏิบัติการที่กำหนดวิธีการที่เราพูดซึ่งได้นิยาม ประกอบสร้าง และผลิตสร้างวัตถุของความรู้อันใหม่ (Barker 2008 : 384) จากคำจำกัดความข้างต้นจะเห็นได้ว่าถึงอย่างไร วาทกรรมก็มีความสัมพันธ์กับภาษา จึงได้มีผู้นำประเด็นนี้ไปศึกษาต่อยอดอีกมากจนเกิดทฤษฎีใหม่ ๆ เช่น การวิเคราะห์วาทกรรมและ/หรือ สัมพันธสารเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ซึ่งเป็นที่นิยมมากขึ้นในหมู่นักภาษาศาสตร์

คำถามที่น่าสนใจก็คือภาษาที่สัมพันธ์กับวาทกรรมไปปรากฏที่ใดบ้าง คำตอบคือวาทกรรมอยู่ในตัวบท (text) ต่าง ๆ ที่รายล้อมวิถีชีวิตประจำวันของเรา ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทสนทนา ละคร โฆษณา สุภาษิต คำพังเพย ตัวบทเหล่านี้ทำหน้าที่เสมือนกระจกซ์พยานที่แสดงให้เห็นกระบวนการควบคุมหรือจัดการวิถีคิดของมนุษย์ เมื่อวิเคราะห์ให้ละเอียดลึกซึ้งแล้ว ตัวบทดังกล่าวอาจแสดงให้เห็นโลกทัศน์ของแต่ละยุคสมัยหรือแต่ละกลุ่มชนได้ (สุวเดช ชาติอุดมพันธ์ ๒๕๕๑ : ๒) วาทกรรมจึงสัมพันธ์กับการนำเสนอความจริงอย่างมีนัยสำคัญ ในแง่ที่ว่า ความจริงมิได้เป็นความจริงสัมบูรณ์ (absolute truth) แต่เป็นความจริงที่ถูกสร้างขึ้นมาจากภาษาและผูกอยู่กับบริบทของตัวบท การเกิดขึ้นของวาทกรรมต้องผ่านกระบวนการคัดสรรความคิดและภาษา ดังนั้นการศึกษาวาทกรรมในตัวบทต่าง ๆ จึงอาจต้องตั้งคำถามด้วยว่าใครเป็นผู้สร้างตัวบทนั้น เขาสังกัดอยู่ในชนชั้น เพศสถานะ ชาติพันธุ์ รุ่นวัย ฯลฯ ไต ตัวบทที่สร้างขึ้นมามีเป้าหมาย ต่อรอง หรือผลิตซ้ำวิถีคิดที่ถูกกำกับด้วยอำนาจที่มองไม่เห็นที่ไหลเวียนอยู่ในสังคมอย่างไร

นักคิดคนสำคัญที่นำเสนอ มโนทัศน์เรื่องวาทกรรมคือ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault, 1926–1984) เขาได้เน้นให้เห็นลักษณะเฉพาะของวาทกรรมที่อาจพอสรุปความได้ว่า “วาทกรรม [...] เป็นความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ถูกนิยามว่าเป็นความจริงภายใต้กรอบความรู้แบบหนึ่ง ด้วยปฏิบัติการของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการนิยาม

๑๓๔ นัทธนีัย ประสานนาม

ความหมาย” (อานันท์ กาญจนพันธ์ ๒๕๕๒ : ๖๐) จึงอาจกล่าวสรุปในที่นี้ได้ว่าวาทกรรมคือภาษาที่สัมพันธ์กับความรู้และอำนาจ

มิโนทส์นเรื่องภาษาและวาทกรรมสัมพันธ์กับมิโนทส์นเรื่องภาพแทน (representation) นักคิดคนสำคัญที่สนใจศึกษาภาพแทนคือ สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall) เขาสนใจศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมโดยโดยมองผ่านคตินิยมการประกอบสร้างทางสังคม (social constructionism) ที่เสนอว่าในขณะที่สิ่งรอบข้างไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง นักเขียนหรือผู้นำเสนอภาพแทนนั้นใส่ “ความหมาย” ลงไปในกระบวนการนำเสนอ (สุรเดช โชติอุดมพันธ์ ๒๕๕๑ : ๕) และสิ่งที่เข้ามามีบทบาทในกระบวนการคัดสรรเพื่อประกอบสร้างภาพแทนนั้นก็คืออำนาจในความหมายเชิงวาทกรรมดังที่ได้กล่าวถึงแล้วข้างต้น

มิโนทส์นเรื่องวาทกรรมถูกประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง เอ็ดเวิร์ด ซาอิด (Edward Said, 1935–2003) ได้ใช้แนวคิดของฟูโกต์มาอธิบายสิ่งที่เขาเรียกว่าบูรพคตินิยม (Orientalism) บูรพคตินิยมในที่นี้หมายถึง การโยงโยยที่เป็นระบบของ “การรู้” และ “การนำเสนอภาพแทน” ในฐานะวิถีทางของการทำความเข้าใจบูรพทิศหรือโลกตะวันออก (the Orient) ที่ตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่าโลกตะวันออกเป็นสถานที่สำคัญในประสบการณ์ของชาวตะวันตกและชาวยุโรป (Said 2003 : 1) โดยที่ตะวันออกมักถูกนำเสนอว่าด้อยกว่าหรือเป็นอื่น (othered) จากตะวันตก การที่ซาอิดผนวกเอามิโนทส์นเรื่องวาทกรรมของฟูโกต์มาอธิบายวิธีการที่ตะวันตกสร้าง/เล่าถึง/เขียนถึงตะวันออกนั้นมิได้หมายความว่าซาอิดเห็นว่าเรื่องเหล่านั้นเป็นคำโกหกที่ถูกเปิดโปงได้ แต่เขากำลังอภิปรายว่าบูรพคตินิยมในฐานะที่เป็นวาทกรรมชุดหนึ่งได้สร้างตะวันออกขึ้นมา โดยที่ตะวันออกดำรงอยู่จริงสำหรับตะวันตกในข้อความนั้น ๆ และในการกระทำที่ฟ่วงพามาด้วย (Baldwin et al, 2003 : 171)

สืบเนื่องจากแนวคิดของซาอิด นักวิชาการเสนอว่าตะวันตกสร้างตะวันออกขึ้นมาในฐานะบางสิ่งที่อันตรายและบางสิ่งที่น่าปรารถนา (Baldwin et al. 2003 : 170) สังเกตได้จากตารางที่ Baldwin et al. (2003 : 171) นำเสนอโดยดัดแปลงจาก Said (1978) ดังนี้

ตะวันออก	ตะวันตก
สิ่งสวยงาม	การใช้ประโยชน์
อำนาจเบ็ดเสร็จ	ประชาธิปไตย
การปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างไร้มนุษยธรรม	การปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างยุติธรรม
ภาวะไหวรู้ลึก	การควบคุมตนเอง
ความคดโกง	คุณงามความดี
เป็นเหมือนเด็ก	มีวุฒิภาวะ
เสียเสียง	เปล่งเสียง/แสดงออก
อ่อนแอ	เข้มแข็ง
ความมืด	แสงสว่าง

ตารางที่ ๑ : การเปรียบเทียบตะวันออกกับตะวันตกผ่านมุมมองแบบบูรพคดีนิยม

ความหมายของตะวันออกถูกนิยามขึ้นมาในลักษณะที่เป็นนิเสธกับตะวันตก กล่าวคือ ตะวันตกอยู่ในฐานะความปกติ (normal) และตะวันออกอยู่ในฐานะความแตกต่าง (different) ยิ่งไปกว่านั้นตะวันออกยังถูกสร้างให้มีลักษณะเป็นหญิง ในขณะที่ตะวันตกมีลักษณะเป็นชาย

วรรณกรรมการเดินทาง (travel writing) เป็นตัวบทประเภทหนึ่งที่เป็นสนามของการสร้างภาพแทนของตะวันออก หรือวาทกรรมเกี่ยวกับตะวันออกผ่านมุมมองแบบบูรพคดีนิยม ปัจจุบันมีวรรณกรรมการเดินทางจำนวนมากที่เขียนถึงประเทศไทย ทั้งในลักษณะหนังสือนำเที่ยว (guide book) และบันทึกการเดินทาง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวรรณกรรมการเดินทางของชาวตะวันตกที่มาเยือนประเทศไทยว่าปรากฏภาพแทนหรือวาทกรรมในลักษณะใดบ้าง โดยต้องการพิสูจน์ว่าตัวบทนั้นสัมพันธ์กับลักษณะแบบบูรพคดีนิยมหรือไม่อย่างไร ทั้งนี้ งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากทฤษฎีที่ได้กล่าวนำให้เห็นความสำคัญไปแล้ว มีดังต่อไปนี้

Razusova (2009) เขียนบทความเรื่อง “The Language of Tourism” ผู้เขียนได้นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ใช้ในการท่องเที่ยวกับมุมมองทางสังคมศาสตร์ โดยผู้ศึกษาได้เสนอว่า ภาษาที่ใช้ในสื่อการท่องเที่ยวเป็นวาทกรรมที่มีรูปแบบเฉพาะที่มี

ความพยายาม ชักจูง เชิญชวน หลอกล่อ ให้ผู้ที่มีความคิดที่จะท่องเที่ยวออกเดินทางไปยังดินแดนต่าง ๆ ซึ่งภาษาที่ใช้ในโฆษณาเรามองทางสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งแยกออกเป็น ๔ มุมมองสำคัญ ประกอบด้วย ๑) ความจริงแท้ (authenticity) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมักจะแสดงให้เห็นว่า ดินแดนที่เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความจริงแท้ไม่เหมือนกับดินแดนอื่น ๆ ซึ่งภาษาสามารถต่อยอดภาพเหล่านี้โดยเลือกใช้คำอธิบายที่แตกต่างกันไป เช่นคำว่า true, genuine, authentic, actual, very, real, typical เป็นต้น คำเหล่านี้จะช่วยสื่อความเป็นจริงแท้ ๒) ความแปลกต่าง (strangeness) ภาษาที่ใช้สื่อสารเพื่อสร้างมโนภาพความแปลกใหม่และประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน มักจะใช้คำคุณศัพท์เข้ามาช่วยขยาย เช่น untouched by civilization หรือ remote and unspoilt หรือคำว่า colorful, newly discovered, almost unknown หรือ unseen เป็นต้น ๓) การละเล่น เป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวในฐานะการละเล่นอย่างหนึ่ง เป็นการสร้างความตื่นตาตื่นใจ แต่งเติมเสริมแต่งให้เกิดความเป็นจริง ๔) ความขัดแย้งโดยการนำเสนอภาพลักษณะดินแดนที่นักท่องเที่ยวอยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวไม่เหมือนกับความเป็นจริงทางสังคมและวัฒนธรรมของดินแดนนั้น ๆ และสร้างให้ดินแดนนั้นเป็นสิ่งที่ตื่นตาตื่นใจ โดยไม่ได้คำนึงถึงองค์ประกอบและลักษณะทางสังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของถิ่นนั้น ๆ แม้แต่น้อย ดังนั้นภาษาที่ใช้ในการนำเสนอการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับบริบททางสังคมศาสตร์ซึ่งมองการสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

Cappelli (2006) เขียนบทความเรื่อง “Travelling Words : Language in English tourism discourse” ผู้เขียนวิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศอิตาลี โดยการวิเคราะห์นั้นจะมุ่งวิเคราะห์ในระดับคำ การศึกษานั้นจะศึกษาจากวรรณกรรมการท่องเที่ยว ๓ ประเภทคือ หนังสือท่องเที่ยวประเทศอิตาลี บล็อก (blog) การท่องเที่ยวอิตาลีและบันทึกการเดินทางหรือบทความการท่องเที่ยวอิตาลี เพื่อที่จะศึกษาบทบาทของภาษาที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยเน้นศึกษาการใช้ภาษาอิตาลีผสมกับภาษาอังกฤษในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาสองภาษาในการบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวควบคู่กันไปในนั้นทำให้เกิดผลที่ตามมาดังต่อไปนี้ ๑) เป็นการบูรณาการประสบการณ์และงานเขียนของผู้เขียนให้มีกลิ่นอาย

ของวัฒนธรรมอิตาลี ซึ่งจะถูกส่งต่อไปยังผู้อ่านซึ่งมองผู้เขียนงานเป็นตัวแบบ (role model) ๒) สร้างความจริงแท้ (authenticity) ให้จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ๓) เพื่อลดช่องว่างทางวัฒนธรรมระหว่างสองชนชาติ ทำให้ความ “แปลกถิ่น” (exotic) ดูคุ้นเคยมากขึ้น และ ๔) เป็นการดึงความแตกต่างระหว่างสองวัฒนธรรมเข้าหากัน โดยการเน้นย้ำความแตกต่างและความเหมือนกันระหว่างสองชนชาติ

Ip (2008) เขียนบทความเรื่อง “Analyzing Tourism Discourse : A case study of a Hong Kong travel brochure” ผู้เขียนมุ่งศึกษาลักษณะของวาทกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ในแผ่นพับการท่องเที่ยวฮ่องกง โดยเน้นศึกษาที่ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและภาพประกอบ การศึกษาพบว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มักจะใช้ภาษาอติพจน์หรือการกล่าวเกินจริง (hyperbolic language) และใช้ภาพที่สวยงามในการสร้างพลังดึงดูดผู้อ่าน ผู้เขียนได้ศึกษาวิเคราะห์ทั้ง การเลือกใช้คำ องค์ประกอบทางวัฒนธรรม และโครงสร้างทางภาษา รวมทั้งการเลือกรูปภาพในการนำเสนอและการจัดวางรูปภาพในการศึกษาเรื่องการเลือกใช้คำในการนำเสนอ นั้น ผู้ศึกษาพบว่ามีกรเลือกใช้คำที่ทำให้เกิดภาพเชิงบวกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นคำว่า vibrant, colorful, fascinating, magnificent, delightful คำว่า magic ถูกเลือกใช้หลายที่ เพื่อที่จะบอกว่าการท่องเที่ยว นั้น เป็นสิ่งที่ลึกลับน่าค้นหา ซึ่งเป็นการเน้นให้เห็นว่า ภาษาการท่องเที่ยว นั้นเป็นภาษาที่แสดงความสุดโต่ง (extreme language) เสียส่วนใหญ่ ในการศึกษาระดับโครงสร้างประโยคพบว่า เป็นประโยคคำสั่งหรือประโยคกำหนดทิศทางกรกระทำ (imperative and directive) จะถูกใช้ในแผ่นพับมากที่สุดเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านต้องลงมือทำบางสิ่งบางอย่าง เช่น “จงนั่งเอนหลังและดูดื่มกับเครื่องดื่มโปรดของคุณ” (“Sit back and enjoy your favorite drink”) หรือ “จงบำเรอตนเองด้วยกิจกรรมที่ชวนให้มีส่วนร่วม” (“Indulge in some interactive activities”) เป็นต้น ในกรณีวิเคราะห์ภาพที่เลือกสรรมานำเสนอในแผ่นพับพบว่า ภาพที่นำมาเสนอไม่ตรงกับความเป็นจริงในสังคมปัจจุบันของฮ่องกง ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจผิดในหมู่นักท่องเที่ยว

Dann (2008) เขียนหนังสือเรื่อง *Imagining Siam : A Traveller's Literary Guide to Thailand* ผู้เขียนปรับปรุงหนังสือเล่มนี้มาจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทซึ่งตีพิมพ์กลุ่มข้อมูลสำคัญของการศึกษาคีอวรรณกรรมการเดินทางที่บันทึกหรือเล่าเกี่ยวกับการเดินทางมายังประเทศไทยที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษทั้งโดยชาวตะวันตกและชาวไทย

๑๓๘ นัทรนัย ประสานนาม

นับแต่คริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ จึ่งถึงราว ค.ศ. ๒๐๐๖ ความน่าสนใจคือการประมวลข้อมูลจากงานเขียนหลายเรื่องทั้งจากนักเขียนชายและนักเขียนหญิงที่เดินทางมายังประเทศไทยด้วยจุดประสงค์ต่าง ๆ กัน ผู้เขียนจึงแบ่งบทหนังสือตามเนื้อหาของข้อมูล บทที่ ๑ คือ “Amazing Thailand” กล่าวถึงประเทศไทยที่ปรากฏในวรรณกรรมการเดินทางที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว บทที่ ๒ “Reinventing Venice” แสดงให้เห็นประเทศไทยที่ถูกนำเสนอเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมสัมพันธ์กับน้ำ และเป็นเมืองเก่าเช่นพื้นที่พระนครหรืออยุธยา บทที่ ๓ “Patronising Thailand” กล่าวถึงงานเขียนที่บันทึกการเดินทางเข้ามาสำรวจในพื้นที่ประเทศไทยของข้าราชการชาวอังกฤษ และการเข้ามาเผยแผ่คริสต์ศาสนาของมิชชันนารี บทที่ ๔ “Teaching Thailand” กล่าวถึงงานเขียนเรื่องสำคัญของแอนนา ลีโอโนเวนส์ (Anna Leonowens) ที่เข้ามายังประเทศไทยในสมัยรัชกาลที่ ๔ เพื่อสอนภาษาอังกฤษในราชสำนักสยาม และเป็นต้นแบบของงานเขียนอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเทศไทยโดยนักเขียนชาวตะวันตก บทที่ ๕ “Locating Leonowens : Anna Leonowens, Margaret Landon and *The King and I*” บทนี้ผู้เขียนเพิ่งเล็งถึงการแปรูปงานเขียนของแอนนาไปสู่ฉบับต่าง ๆ ที่แพร่หลายในหมู่ชาวตะวันตก บทที่ ๖ “Eroticising Thailand” กล่าวถึงนวนิยายและบันทึกการเดินทางบางเรื่องที่น่าเรื่องเพศ การเดินทางเข้ามาแสวงหาประสบการณ์ทางเพศกับผู้หญิงไทยของชายชาวตะวันตก (กลุ่มข้อมูลบางส่วนห้อยกับงานของนพมาศ พวงสุวรรณ ๒๕๕๑) และบทที่ ๗ เป็นบทสรุป ข้อค้นพบที่สำคัญของหนังสือเล่มนี้คือภาพเหมารวมหรือภาพตายตัวที่นักเขียนชาวตะวันตกมองประเทศไทย โดยเฉพาะคตินิยมเอ็กโซติกหรือความแปลกถิ่น (exoticism) โดยที่นวนิยายบางเล่มที่เขียนถึงประเทศไทยได้เน้นให้เห็นความรุ่งเรืองของการค้าเรื่องเพศ อันเป็นภาพที่ผูกโยงกับความแปลกถิ่นตามตรรกะแบบบูรพคตินิยม และแสดงให้เห็นความเป็นอื่นของประเทศไทยในมุมมองตะวันตก

วิริยา วิชญ์สถลฤกษ์ศิลป์ (๒๕๔๘) เขียนวิทยานิพนธ์เรื่อง *การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง* ผู้วิจัยเสนอว่า ผู้เล่าเรื่องในสื่อดังกล่าวที่เป็นคนชั้นกลางไทยได้ประกอบสร้างความหมายที่เป็นภาพแทนของความเป็นอื่นขึ้นมา ๓ ชุด ได้แก่ ๑) การประกอบสร้างความหมายให้ “ชาติอื่น ๆ” ว่าล้ำหลัง แปลกประหลาด เป็นภาพอดีตของสังคมไทยที่ไม่สามารถพบเห็นได้อีกแล้วในสังคมสมัยใหม่ในปัจจุบันด้วยทัศนนะที่แสดงความเหนือกว่า “ชาติอื่น ๆ” ๒) การ

ประกอบสร้างความหมายให้ “ชาติตะวันตก” ยิ่งใหญ่และเจริญกว่าสังคมไทย คนชั้นกลางไทยเชื่อว่าสิ่งที่ดีกว่าและพัฒนาล้ำหน้ากว่าตนเองมีอยู่ในชาติตะวันตก นำมาสู่การสร้างอัตลักษณ์ให้สังคมไทยดูล้ำหลังและปรารถนาจะเจริญรอยตามตะวันตก ๓) การประกอบสร้างแบบผสมผสาน คือการเล่าถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ “ชาติอื่น ๆ” ว่ามีแทรกอยู่ในความเป็นชาติตะวันตก ส่วนชาติอื่น ๆ ก็มีระดับของความทันสมัยไล่ไปจนถึงล้ำหลัง ด้วยการเทียบเคียงความทันสมัยหรือความเจริญกับชาติตะวันตก

นพมาศ พวงสุวรรณ (๒๕๕๑) เขียนวิทยานิพนธ์เรื่อง *รอยยิ้มแห่งมายา : “ฝรั่ง” และการสร้างจินตนาการเรื่องเมืองไทยในนวนิยายตะวันตกร่วมสมัย* ผู้วิจัยพบว่า การสร้างจินตนาการเรื่องเมืองไทยอันเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ “ฝรั่ง” โดยผ่านกลวิธีการประพันธ์ที่ใช้โครงเรื่องเป็น ๓ ช่วง คือ ช่วงแรก ตัวละครเอกชาย “ฝรั่ง” ต้องเดินทางออกจากบ้านเกิดด้วยสาเหตุต่าง ๆ ช่วงที่สอง ตัวละครต้องเผชิญกับสิ่งแปลกใหม่ เพื่อสื่อให้เห็นถึงการ “ปรับเปลี่ยน” ของตัวละคร และช่วงที่สาม เป็นการตัดสินใจของตัวละครหลังจากการเดินทาง สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ “ฝรั่ง” ที่ผ่านความสัมพันธ์ของตัวละครที่เป็น “คู่รัก” ระหว่างผู้ชาย “ฝรั่ง” และผู้หญิงบาร์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่พัฒนามาจากการซื้อและขายบริการภายใต้พื้นที่ “red light zone” ซึ่งสตรีไทยมักมองผู้ชาย “ฝรั่ง” เป็นเพียงแหล่งรายได้และการให้บริการต่าง ๆ เป็นเพียงแค่หน้าที่ แต่ผู้ชายฝรั่งกลับมองเป็นความ “รัก” ส่วนการสร้างจินตนาการเรื่องพื้นที่ของเมืองไทยจะใช้พื้นที่ “red light zone” ผ่านบาร์ที่มีตัวละครผู้ชาย “ฝรั่ง” ใช้เป็นพื้นที่ในการแสวงหา “ความสุขและความบันเทิง” ยามค่ำคืน และพื้นที่ของสถานที่พักจะถูกใช้เป็น “ชุมชนฝรั่ง” เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และดำเนินชีวิตในตอนกลางวัน นอกจากนี้พื้นที่ภายนอกพื้นที่ “red light zone” จะใช้บ้านเกิดของหญิงไทยให้เป็นพื้นที่สำหรับผู้ชาย “ฝรั่ง” ได้เป็น “ผู้เรียนรู้” สิ่งต่าง ๆ พื้นที่ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวถูกใช้เป็นสถานที่ “พักผ่อน” และยังมีพื้นที่ของกรุงเทพมหานครหรือเมืองไทยซึ่งถูกสร้างให้เป็นพื้นที่ “อันตราย” ซึ่งเต็มไปด้วยความวุ่นวายและอาชญากรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ประมวลมาข้างต้นแสดงให้เห็นความสำคัญของภาษาในการประกอบสร้างความเป็นจริง หรือภาพแทนความจริงในวรรณกรรมการเดินทางหรือวรรณกรรมการท่องเที่ยว และวรรณกรรมการเดินทางที่แสดงผ่านมุมมองแบบ “ตะวันตกมองไทย” อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมไม่มีผู้ใดศึกษาหนังสือ *Lonely*

Planet ฉบับพิมพ์ปี ๒๐๐๙ อย่างละเอียดโดยใช้แนวคิดเรื่องวาทกรรมและคตินิยมการประกอบสร้างทางสังคมมาอธิบาย ผู้วิจัยจึงจะศึกษาประเด็นดังกล่าวในบทความวิจัยเรื่องนี้ สาเหตุที่เลือกหนังสือเล่มนี้เป็นกลุ่มข้อมูลเพราะเป็นวรรณกรรมการเดินทางที่อยู่ในกลุ่มหนังสือขายดี แสดงให้เห็นความแพร่หลายในวงกว้าง

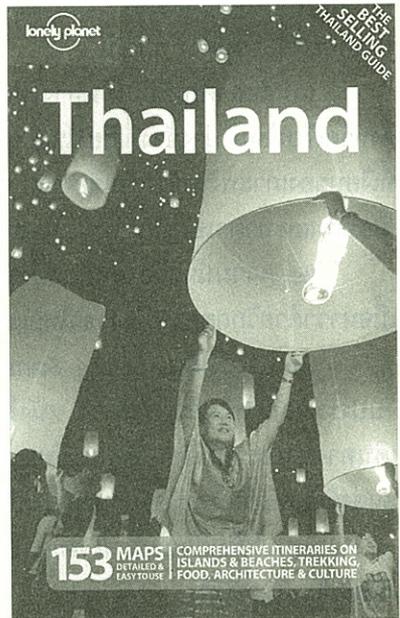
หนังสือ *Lonely Planet* : ความสำคัญและโครงสร้างการนำเสนอเนื้อหา

ปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวขยายตัวจากการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (mass tourism) ที่มีภาษาปากเรียกว่า “ทัวร์ชะงัก” อันหมายถึงการแวะชมตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้เวลานั้น ๆ และไปในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไป การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น การท่องเที่ยวแบบทางเลือก (alternative tourism) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) และการท่องเที่ยวแบบปัจเจก (individual tourism) การท่องเที่ยวเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางตามลำพังไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้ดูแลเป็นการเฉพาะ บางกรณี การท่องเที่ยวเช่นนี้เป็นการท่องเที่ยวหรือเดินทางระหว่างการหยุดงานหรือหยุดเรียน กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางส่วนใหญ่จะมีอายุราว ๒๐-๓๐ ปี บางกลุ่มเป็นนักศึกษาที่หยุดเรียนเป็นเวลาหนึ่งปีมาเดินทางรอบโลก บ้างก็เป็นคนทำงานที่ลาออกจางานมาเวลาหนึ่งปีเต็มไปกับการเดินทาง (taking a year off to travel) การขยายตัวของการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในลักษณะนี้สัมพันธ์กับการขยายตัวของผลิตภัณฑ์คู่มือนักท่องเที่ยวอย่าง *Lonely Planet* และ *Rough Guide* (อัมพร จิรัฐติกร ๒๕๔๕ : ๑๕๐)

อัมพร จิรัฐติกร (๒๕๔๕ : ๑๕๑) ซึ่งให้เห็นว่าองค์ประกอบสำคัญของนักเดินทางแบบสะพายกระเป๋าหลังที่ไปกันได้ดีกับเนื้อหาของหนังสือ *Lonely Planet* นอกจากการนิยามตนเองว่าเป็น “นักเดินทางผู้โดดเดี่ยว” แล้ว ยังหมายรวมถึงจุดหมายปลายทางที่เป็นประเทศโลกที่สาม อันหมายถึง ราคาถูก สามารถเดินทางในระยะยาวได้หนึ่งปี ต่อไปคือความต้องการในการแสวงหาของแท้ ของดั้งเดิม ของพื้นเมือง และเดินทางอย่างใกล้ชิดกับคนท้องถิ่นมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และอีกประการหนึ่งคือ ความรังเกียจที่มีต่อสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวไปเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันการเดินทางเช่นนี้กำลังกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชาวตะวันตก ยิ่งได้เดินทางไปสถานที่ที่ไม่มีใครเคยไปมาก่อน ประโยชน์ของการเดินทางสู่โลกอื่นคือ นักเดินทางสามารถไล่ลงไปประวัติย่อสำหรับสมัครงานได้ด้วยว่าตนเคยสะพายกระเป๋าหลังเที่ยวรอบโลกมาแล้ว บริษัทบางแห่งในประเทศออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกาใช้ประสบการณ์นี้เป็นคุณสมบัติประการหนึ่งที่จะรับคนเข้าทำงาน โดยถือเอาว่าการเดินทางไปรอบโลก เป็นการเปิดสายตาให้เข้าใจคนอื่นมากขึ้น (อัมพร จิริฐติกร ๒๕๔๕ : ๑๕๒) ผู้วิจัยเห็นว่าการเดินทางอาจเปรียบเสมือนพิธีผ่านภาวะ (rites of passage) ของชาวตะวันตก ที่แสดงให้เห็นการเติบโตเป็นผู้ใหญ่หรือความมีวุฒิภาวะของผู้เดินทาง

จากที่ได้กล่าวไปแล้ว หนังสือ นำเที่ยว คู่มือนำเที่ยว หรือวรรณกรรมการเดินทางเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะเดินทางของนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ๆ โดยธรรมชาติแล้วคู่มือนำเที่ยวทุกฉบับมุ่งขายสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อผู้อ่าน ลักษณะดังกล่าวจึงสัมพันธ์กับความต้องการของตลาด หนังสือ Lonely Planet ที่เป็นผู้นำในตลาดการนำเที่ยวประเทศไทยกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ นักเดินทางแบบสะพายกระเป๋า หลังรวมทั้งข้อมูลสำหรับนักเดินทางที่มีงบประมาณน้อย หนังสือ Lonely Planet มุ่งเป้าไปที่นักเดินทางที่เดินทางโดยลำพังซึ่งใช้บริการขนส่งมวลชนมากกว่านักท่องเที่ยว



กลุ่มใหญ่ที่มีการจองทุกอย่างล่วงหน้า งานเขียน Lonely Planet ทั้งชุดโยงตัวเองเข้ากับกลุ่มนักอ่านที่มีแบบแผนพฤติกรรมเป็น “นักเดินทาง” มากกว่า “นักท่องเที่ยว” กำเนิดของ Lonely Planet เริ่มขึ้นราวทศวรรษ ๑๙๗๐ ที่นักเดินทางสะพายกระเป๋าหลังสองคนคือ โทนีและมอรีน วิลเลอร์ (Tony and Maureen Wheeler) เดินทางข้ามทวีปเอเชียสู่ออสเตรเลีย และส่งต่อคู่มือการเดินทางของเขาทั้งสองไปในหมู่นักเดินทางในเมือง

๑๔๒ นัทรนัย ประสานนาม

เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย (Dann, 2008 : 22) จากนั้นหนังสือ *Lonely Planet* จึงได้พัฒนาและมีการเขียนเพิ่มเติมจนครอบคลุมพื้นที่ในทวีปเอเชียรวมไปถึงประเทศที่เกิดใหม่หลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียตด้วย

เนื้อหาของหนังสือ *Lonely Planet* อาจแบ่งได้เป็นสองส่วน ส่วนแรกคือส่วนที่ให้ความรู้ในภาพกว้างเกี่ยวกับประเทศไทย และส่วนที่สอง เป็นการให้รายละเอียดที่เจาะจงเฉพาะแต่ละจังหวัด หรือเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญโดยแบ่งตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ

เนื้อหาที่จะมุ่งวิเคราะห์เป็นพิเศษคือเนื้อหาในส่วนแรก ที่ปรากฏการสร้างภาพแทนประเทศไทยที่สัมพันธ์กับมุมมองดั้งเดิมที่ตะวันตกมองตะวันออก เนื้อหาส่วนแรกประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

(๑) สิ่งสำคัญที่นักเดินทางไม่ควรพลาด (*Traveller Highlights*) ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ ปางช้างที่เชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติอ่างทอง แม่ฮ่องสอน ต้มยำ ด้านที่เงียบของเกาะพังงัน จังหวัดเชียงราย กรุงเทพมหานคร เกาะลันตา หาดไร่เลย์ จังหวัดสุโขทัย และน้ำตกเอราวัณ เนื้อหาในส่วนนี้ทั้งหมดมีภาพประกอบ

(๒) ความนำหรือบทนำ ที่คณะผู้เขียนตั้งชื่อว่า “*Destination Thailand*” มีเนื้อหาว่าด้วยวิกฤตการณ์ของเมืองของไทยและ “จริต” หรืออุปนิสัยของคนไทย

(๓) การเริ่มต้น (*Getting Started*) ว่าด้วยการกำหนดเวลาเดินทาง การกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการเดินทาง หนังสืออ่านประกอบ อันได้แก่วรรณกรรมบันทึกการเดินทางมาประเทศไทย และนวนิยายที่เขียนเกี่ยวกับประเทศไทยพากย์อังกฤษ และแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์สำหรับค้นคว้าเพิ่มเติม

(๔) ปฏิทินกิจกรรม (*Events Calendar*) หรือประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่จัดในแต่ละเดือนในรอบปี

(๕) เส้นทางที่นักเดินทางนิยม (*Itineraries*) โดยกำหนดตามจุดประสงค์ของการเดินทาง เช่น การเดินทางสำหรับเด็ก การเดินทางในระยะเวลาล้านการเดินทางโดยเน้นการพักผ่อนตามชายหาด การเดินทางที่เน้นการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นต้น

(๖) ประวัติศาสตร์ไทย (*History*) อธิบายตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์จนถึงวิกฤตการณ์เมืองในปี ๒๐๐๘

(๗) ประเทศไทยกับคุณ (*Thailand & You*) เนื้อหาว่าด้วยการปรับตัวเข้ากับ

วัฒนธรรมไทย กล่าวถึงมารยาทต่าง ๆ ที่นักเดินทางพึงปฏิบัติ เช่น ห้าม “หมิ่นเบื่องสูง” การปฏิบัติตนเมื่ออยู่ในศาสนสถาน การไหว้ การแต่งกาย สุขอนามัย ข้อห้ามเกี่ยวกับศีรษะและเท้า การปรับตัวเข้ากับท้องถิ่น และงานอาสาสมัครที่ทำได้ในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศไทย

(๘) วัฒนธรรม (*The Culture*) มีเนื้อหาว่าด้วยจิตวิญญาณของ “ไทย” ประกอบด้วย ความสนุก การรักษาหน้า สถานะและข้อบังคับตามค่านิยม วิถีชีวิต เศรษฐกิจ ลักษณะทางประชากร (กล่าวถึงคนไทย คนจีน ชนกลุ่มน้อยอื่น ๆ และชาวเขา) การศึกษา กีฬา สื่อ ศาสนา (คณะผู้เขียนจัดเรื่องราววงศ์ไว้ในหมวดหมู่คำอธิบายเรื่องศาสนา)

(๙) ศิลปะ (*Arts*) มีเนื้อหาว่าด้วย ๑) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมตามจารีต (บ้าน วัด วัง) สถาปัตยกรรมร่วมสมัย ๒) ลักษณะของจิตรกรรมและประติมากรรม ผู้เขียนอธิบายโดยไล่เรียงตามประวัติศาสตร์ศิลปะ ๓) ดนตรี กล่าวถึง ดนตรีไทย (เดิม) ลูกทุ่ง หมอลำ ดนตรีร็อกและดนตรีป๊อป ๔) นาฏศิลป์ ว่าด้วย โขน ละคร ลิเก หุ่นหนัง ๕) ภาพยนตร์ เน้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในยุค ค.ศ. ๑๙๖๐-๑๙๗๐ จนถึง ค.ศ. ๒๐๐๔ โดยเน้นภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลจากสถาบันต่างชาติด้วยวรรณกรรม จำแนกเป็น วรรณกรรมจารีต กับวรรณกรรมร่วมสมัย

(๑๐) อาหารและเครื่องดื่ม (*Food & Drink*) ว่าด้วยอาหารพื้นฐาน (ข้าว) และอาหารพิเศษ ก๋วยเตี๋ยว แกงเผ็ด และซูป อาหารผัด อาหารทอด อาหารที่เป็นยา ผลไม้ของหวาน กาแฟ ชา น้ำผลไม้ เบียร์ สุราในประเทศ สถานที่สำหรับรับประทานอาหาร การรับประทานอาหารมังสวิรัติ อาหารสำหรับเด็ก นิสัยและธรรมเนียมในการรับประทานอาหาร และคำศัพท์เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร

(๑๑) สิ่งแวดล้อม (*Environment*) เนื้อหาในส่วนนี้ประกอบด้วย พื้นแผ่นดิน สัตว์ป่า พืชพันธุ์ อุทยานแห่งชาติและเขตอนุรักษ์ ประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การสูญเสียพื้นที่ป่า อุทกภัย การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต การพัฒนาชายฝั่ง การจับปลาเกินขนาด มลภาวะทางอากาศและทางน้ำ และองค์กรเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของไทย

จากโครงสร้างการนำเสนอเนื้อหาในส่วนแรกของ *Lonely Planet* แสดงให้เห็นความสนใจที่ครอบคลุมของผู้ที่จะเดินทางมายังประเทศไทย จากข้อมูลที่มีจำนวนมาก และดูเหมือนว่าจะหลากหลายเหล่านี้แสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะของนักเดินทางว่ามีได้

ต้องการมาประเทศไทยเพื่อประจักษ์ความสวยงามของวัฒนธรรมหรือสิ่งแวดล้อมด้วยตาเท่านั้น แต่ต้องการเข้าใจวัฒนธรรมไทย หรืออาจถึงขนาดที่ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมไทย และอยู่ในประเทศไทยในบริบทสังคมไทยได้ ผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่ *Lonely Planet* กำลังประกอบสร้างขึ้นมาคือความแตกต่างระหว่าง นักท่องเที่ยว (tourist) กับ นักเดินทาง (traveller) กลุ่มผู้อ่านกลุ่มใหญ่ที่สุดกลุ่มหนึ่งของหนังสือนี้คือนักท่องเที่ยวที่สะพายกระเป๋าหลัง (Backpacker) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางตามแผนของตนเอง บางกรณีมีการกำหนดเส้นทางแบบฉบับล้นทันทิ ไม่ได้ท่องเที่ยวเฉพาะสถานที่สำคัญตามแผนการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่สะพายกระเป๋าหลังเหล่านี้คือกลุ่มคนที่สร้างอัตลักษณ์ของนักเดินทาง ที่เชื่อว่าการเดินทางเป็นการเปิดประสบการณ์สู่โลก เปิดตัวเองสู่สังคมและวัฒนธรรมใหม่ที่หลากหลาย และคิดว่าการเดินทางต่างกับการท่องเที่ยวที่ฉาบฉวย

ในหัวข้อต่อไป ผู้วิจัยจะแสดงให้เห็นลักษณะที่ *Lonely Planet* ประกอบสร้างความเป็นอื่นขึ้นมา โดยจะชี้ให้เห็นความย้อนแย้งระหว่างมุมมองของนักเดินทางที่เข้าใจสังคมและวัฒนธรรมไทยกับการมองตะวันออกด้วยมุมมองดั้งเดิมของตะวันตก

หนังสือ *Lonely Planet* : วรรณกรรมการเดินทางกับการเขียนความเป็นอื่น

ในบทความวิจัยเรื่องนี้มุ่งชี้ให้เห็นการประกอบสร้างความเป็นไทยในฐานะวาทกรรมชุดหนึ่งของชาวตะวันตกด้วยมุมมองแบบบูรพคตินิยม ผู้วิจัยจึงขอก้าวถึงประเด็นความเป็นอื่น (otherness) ในที่นี้หมายถึงความเป็นอื่นกับความเป็นตะวันตกที่เป็นแกนหลักของการประกอบสร้างความเป็นไทยในประเด็นดังต่อไปนี้

๑. มายาคติเรื่อง “นักเดินทางคุณภาพ”

มายาคติ (myth) เป็นแนวคิดสำคัญอีกแนวคิดหนึ่งในการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านมุมมองของวัฒนธรรมศึกษา มายาคติเป็นแนวคิดที่นำเสนอโดยโรลองด์ บาร์ธส์ (Roland Barthes, 1915–1980) นักคิดที่จัดอยู่ในกลุ่มหลังโครงสร้างนิยม บาร์ธส์สนใจเรื่องระบบสัญลักษณ์หรือการให้ความหมาย ที่ความหมายในระบบเหล่านี้มีหลายชั้น

ซุคักดี ภัทธกุลวณิชย์ (๒๕๔๕ : ๑๔๓) กล่าวสรุปแนวคิดเกี่ยวกับมายาคติของบาร์ธส์ไว้ว่า มายาคติคือการทำให้แนวปฏิบัติที่ยึดถือกันในสังคมกลายเป็นความถูกต้องชอบธรรมที่ไม่ต้องสงสัยได้ถาม หรืออีกนัยหนึ่งคือทำให้ “วัฒนธรรม” กลายเป็น “ธรรมชาติ” ของมนุษย์ บาร์ธส์พูดถึงกระบวนการสร้างมายาคติในสังคมว่าเป็นกระบวนการที่นำสัญญาณทางภาษามาสานต่อให้เกิดเป็นค่านิยม ความเชื่อหรืออุดมการณ์ กล่าวคือคำที่เราใช้กันในภาษากลายเป็นเครื่องมือในการหล่อหลอมทางสังคม การศึกษามายาคติในปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมคือการชี้ให้เห็นการเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคมของมายาคติเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และชี้ให้เห็นว่าปรากฏการณ์นั้นเป็นวัฒนธรรมมิใช่ธรรมชาติ

ในกรณีของหนังสือ *Lonely Planet* คณะผู้เขียนสนใจความเป็นนักเดินทางมาก ในฐานะที่เป็นอัตลักษณ์ของผู้เขียน สืบเนื่องจากการแนะนำตัวในส่วนต้นของหนังสือ และพวกเขาต้องการส่งผ่านอัตลักษณ์นี้ไปยังกลุ่มผู้อ่านด้วย อัตลักษณ์ดังกล่าวสืบทอดไปได้ไกลถึงจุดกำหนดของหนังสือเล่มนี้ โทนี และมอริน วิลเลอรี มองตัวเองในฐานะนักเดินทางที่เดินทางสู่ดินแดนอื่นเพื่อ “ค้นพบ” (to discover)

การสร้างอัตลักษณ์ของนักเดินทางกระทำผ่านเรื่องเล่าการเดินทางได้ ดังที่ Wearing, Stevenson, and Young (2010 : 47) เสนอว่า การถ่ายทอดเรื่องราว และเรื่องเล่าเกี่ยวกับการเดินทางผ่านอนุทิน เรื่องเล่ากับเพื่อน ๆ ภาพถ่าย อีเมลล์ และช่องทางอื่น ๆ มีความสำคัญต่อประสบการณ์ของการเดินทาง และมีส่วนในการประกอบสร้างตัวตนของนักเดินทาง อาจกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการ “เสริมแต่งตัวตน” (self-fashioning) โดยนัยนี้กระบวนการของการเดินทางจึงหมายรวมถึงการประกอบสร้างอัตลักษณ์และการแสดงตนผ่านการสร้างเรื่องเล่า (narrativisation of the self)

ใน ค.ศ. ๒๐๐๕ โทนี และมอริน วิลเลอรีผู้ก่อตั้งหนังสือ *Lonely Planet* ได้เขียนอัตชีวประวัติเรื่อง *Once While Travelling : The Lonely Planet Story* เขาทั้งสองกล่าวว่างานเขียนคู่มือแนะนำเที่ยวของเขาเป็นงานเขียนต้นแบบของงานเขียนลักษณะเดียวกันที่ว่าด้วยทวีปเอเชีย การอ้างความเป็นลำดับแรกของนักเดินทางทั้งสองชวนให้รำลึกถึงการอ้างของนักเดินทางชาวยุโรปในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ ที่อ้างว่าตนคนผิวขาวคนแรกที่ค้นพบดินแดนแห่งนี้ ตัวอย่างที่น่าสนใจคือเนื้อความตอนที่ครอบครัววิลเลอรีกล่าวถึงเกาะพีพี “ชาวบ้านบนเกาะมาห้อมล้อมเรา พวกเขาแสดงอาการงุนงง

ระคนปล้มปิดต่ออาคันตุกะแปลกหน้า เท่าที่เรา รู้ก็คือเรา ได้ “ค้นพบ” เกาะพีพี ที่ซึ่งวันนี้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตอนใต้ของประเทศไทย ถ้าคุณเคยชมภาพยนตร์เรื่อง *The Beach* ก็เท่ากับคุณได้เห็นเกาะพีพีแล้ว” (Wheeler and Wheeler 2005 : 68–69 cited in Dann 2008 : 22 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

โทนี และมอรีน วิลเลอรี่เองตัวเองเข้ากับชุมชนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางมาสู่ประเทศไทย และอ้างถึงนวนิยายยอดนิยมของอเล็กซ์ การ์แลนด์ (Alex Garland) นักเขียนชาวอังกฤษ เรื่อง *The Beach* (1996) (ฉบับแปลไทยชื่อ *เดอะ บีช* แปลโดย มั่นนยา) นวนิยายเรื่องนี้ว่าด้วยการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่ค้นพบแผนที่นำทางสู่เกาะที่เป็นแดนในฝันของนักท่องเที่ยว นวนิยายเรื่องนี้ว่าด้วยการ “ค้นพบ” ดินแดนที่คนไม่รู้จัก ทั้งสวยงามและอันตราย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากการค้นพบแล้วยังรวมถึงการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้อยู่รอดได้ในดินแดนที่ไปเยือน หากกล่าวอย่างอุดมคติคือสามารถเปลี่ยนสถานะจากคนนอกจนกลายเป็นคนในได้ ในหนังสือ *Lonely Planet* (2009) มีการประกอบสร้าง “สปิริต” ของนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในเนื้อหาส่วนที่ว่าด้วย “ประเทศไทยกับคุณ” ว่า

การรู้จักประเทศไทยที่มากขึ้นจะทำให้คุณกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่ชาญฉลาดและเป็นแขกที่ดีขึ้น เปล่งรังสีความอบอุ่นและความสุขออกมา แล้วคนไทยจะตอบสนองคุณอย่างอาทรโดยสัญชาตญาณ คุณต้องรู้การปฏิบัติตนอย่างสุภาพในที่สาธารณะ แล้วคุณจะดึงดูดรอยยิ้มจากบรรดาครูไหวใจร้ายที่ปฏิเสธคุณ จงเรียนรู้ภาษาไทยเล็ก ๆ น้อย ๆ แล้วคุณจะเป็นเพื่อนกับคนที่ร้านขายก๋วยเตี๋ยวข้างทางและคนขับรถแท็กซี่ทุกคนอย่างรวดเร็ว (Williams et al. 2009 : 45 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

จากเนื้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้เขียนได้สร้างภาพเหมารวมหรือภาพตายตัว (stereotype) ของคนไทยขึ้นมาว่ามีความอาทรอยู่ในสัญชาตญาณ ทั้งนี้ผู้เขียนแสดงให้เห็นว่าเรามีความเชื่อว่าผู้อ่านของเขาจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมใหม่ได้โดยไม่ได้ติดขัด ทั้งนี้กลุ่มคนที่ผู้เขียนคิดว่านักท่องเที่ยวจะสนิทด้วยได้เป็นคนที่ยังคงอาศัยอยู่ในชนชั้นแรงงาน หากมองจากแง่ของชนชั้น สอนัยให้เห็นความเหลื่อมล้ำในวิธีการมองคนไทยของผู้เขียน สิ่งนี้

ควรตั้งคำถามก็คือผู้เขียนเลือกที่จะไม่ยกตัวอย่างกลุ่มคนที่ชาวต่างชาติจะสนิทด้วยได้ให้เป็นคนที่สังกัดอยู่ในชนชั้นกลางหรือชนชั้นกลางระดับสูง เพราะในเมืองใหญ่อาจพบว่าคนกลุ่มนั้นบางคน “ถือตัว” และไม่ได้ดูเป็นมิตรอย่างที่ชาวตะวันตกปรารถนาจะได้เห็นจากชาวตะวันออก (มีนัยของความสัมพันธ์เชิงอำนาจเรื่องความเหนือกว่าของชาวตะวันตกกับความด้อยกว่าของชาวตะวันออก และมีนัยว่าชาวตะวันออกถูกทำให้เชื่องได้) ตัวอย่างต่อไปคัดจากเนื้อหาที่ว่าด้วยการเดินทางไปสู่หมู่บ้านของชนกลุ่มน้อยต่าง ๆ ผู้เขียนมีข้อแนะนำบางประการดังนี้

หลีกเลี่ยงการบ่มเพาะวัฒนธรรมการขอ (ทาน) (begging tradition) โดยเฉพาะในหมู่บ้านเด็ก ๆ อย่ายื่นลูกอมให้พวกเขา นอกเสียจากว่าคุณสามารถดูแลสุขอนามัยช่องปากให้ได้

หลีกเลี่ยงการเปลือยกายในที่สาธารณะ และระมัดระวังการผลิตเสื้อผ้าใกล้กับหน้าต่างที่เปิดอยู่ซึ่งเด็กในหมู่บ้านอาจแอบดูได้ [...]

อย่าให้คุณในหมู่บ้านหากเขาจ้องมองมาที่คุณ และถามผู้นำเที่ยวของคุณว่าจะกล่าวทักทายในภาษาชนเผ่านั้น ๆ ได้อย่างไร (Williams et al. 2009 : 47 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ประเด็นที่น่าสนใจจากคำแนะนำที่คัดมาคือ จากคำแนะนำแรกที่ทำให้หลีกเลี่ยงการส่งเสริมวัฒนธรรมการขออาจเป็นเพราะไม่ต้องการให้นักเดินทางเข้าไปเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชนเผ่าด้วยการหยิบยื่นสิ่งแปลกปลอมเช่น ลูกอม แต่สอนให้เห็นว่าชนเผ่าเหล่านี้ไม่รู้จักรักและ/หรือไม่เข้าถึงระบบสาธารณสุขมูลฐาน เช่น การรักษาสุขภาพช่องปาก ซึ่งแสดงให้เห็นความด้อยพัฒนาของพื้นที่นั้น

คำแนะนำที่สอง การหลีกเลี่ยงการเปลือยกายอาจเพื่อแสดงความเคารพ แต่การให้ระวางตัวในการผลิตเปลี่ยนเสื้อผ้าคือความกังวลของชาวตะวันตกที่จะกลายเป็นวัตถุของการจ้องมอง (object of gaze) ทั้งที่แต่เดิมเมื่อชาวตะวันตกเดินทางเข้าไปยังหมู่บ้าน พวกเขาเรียนรู้ ศึกษา และจ้องมอง ชนเผ่าในพื้นที่นั้นเสมือนว่าเป็นวัตถุ ไม่ว่าจะในฐานะวัตถุสำหรับการท่องเที่ยว หรือวัตถุของการศึกษา (object of study) ของนักมานุษยวิทยา

คำแนะนำที่สามเป็นความพยายามที่จะกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของชนเผ่าที่

เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่นเดียวกับตัวอย่างเรื่องการหัดพูดภาษาไทยที่ได้อธิบายไปแล้ว ผู้เขียนเชื่อมั่นในจิตวิญญาณนักเดินทางในหมู่ผู้อ่านว่าจะสามารถปรับตัวได้ และเชื่อว่าเพียงคำท้าทายง่าย ๆ ก็อาจสร้างความเป็นมิตรให้เกิดขึ้นได้ (ชนกลุ่มน้อยเองก็อาจเชื่อไม่ต่างกับคนไทยหากอธิบายจากมุมมองนี้) ตัวอย่างสุดท้ายคือ คำแนะนำสำหรับนักเดินทางที่ไม่ต้องการมาท่องเที่ยวอย่างฉาบฉวย

ถ้าคุณต้องการความท้าทายทางวัฒนธรรมที่มากกว่าการทำงานในต่างแดน ลองมองหาโปรแกรมในพื้นที่ชนบทที่ใช้ภาษาอังกฤษมีจำกัด และมีชาวต่างชาติอยู่น้อย ในสถานการณ์เช่นนี้ คุณจะเรียนภาษาไทยได้เร็วขึ้น และจะได้เฝ้าสังเกตวิถีชีวิตด้วยการเชื่อมโยงกับอดีตได้ลึกซึ้งขึ้น (Williams et al, 2009 : 49 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

จากข้อความที่คัดมาแสดงให้เห็นจุดประสงค์ของการเดินทางว่าเป็นการมาเรียนรู้วัฒนธรรม และการเรียนรู้ดังกล่าวถูกจัดวางว่าเป็นเรื่องท้าทาย (สอนให้เห็นความพยายามเอาชนะ หรือวิสัยที่ถูกเอาชนะได้) ทั้งนี้วิถีชีวิตของคนไทยหรือชาวชนบทกลายเป็นสิ่งที่ถูกจ้องมองหรือถูกสังเกต โดยที่วัฒนธรรมชนบทเองถูกมองอย่างเหมาะสมว่าเชื่อมโยงกับอดีต เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม เป็นความจริงแท้ที่ชาวตะวันตกแสวงหาจากโลกตะวันออก

หัวข้อที่กล่าวถึงมายาคติของนักเดินทางคุณภาพนี้แสดงให้เห็นว่า ความเป็นนักเดินทางคุณภาพเป็นเพียงการประกอบสร้างขึ้นมาจากวาทกรรมดั้งเดิมของชาวตะวันตกที่มีต่อตะวันออก ในแง่ความเหลื่อมล้ำตามมุมมองแบบบูรพคตินิยม การเดินทางจึงมิได้หมายถึงการมาเรียนรู้เพื่อเข้าใจวัฒนธรรมแปลกถิ่นแต่ถ่ายเดียว แต่ยังอาจหมายรวมถึงศักยภาพในการกลมกลืนหรือการสยบวัฒนธรรมที่เคยแปลกประหลาดหรือเข้าใจไม่ได้ในสายตาของนักเดินทางเพื่อที่จะปรับตัว

๒. ความนำพิศวงของ “ไทย”

Ashcroft, Griffiths, and Tiffin (2007 : 90–91) อธิบายเรื่องการท่องเที่ยวและการเดินทางในมุมมองหลังอาณานิคมไว้ตอนหนึ่งว่า ประสบการณ์ของนักเดินทาง (ก่อนยุคใหม่) ถูกใส่สีตีความคาดหวังที่ก่อรูปมานานับศตวรรษของจินตนาการที่ดู

เป็นความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติ นักท่องเที่ยวยุคใหม่จึงเดินทางเพื่อค้นพบประสบการณ์ที่เป็นภาพเหมารวม และถูกนำเสนอว่าแปลกถิ่น ณ สถานที่ซึ่งความแปลกถิ่นที่เป็นภาพเหมารวมไม่ปรากฏ (เช่น ต้นปาล์ม หายทรายขาว ฯลฯ) ภาพเหล่านั้นก็จะถูกสร้างขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่พิกนักท่องเที่ยว มโนภาพเกี่ยวกับประเทศในเขตร้อนมิได้ อ้างอิงกับสภาพทางภูมิศาสตร์ที่แท้จริงอันหมายรวมถึงความไม่สะดวกสบายต่าง ๆ เช่น ฝุ่นยุง ป่าโกงกาง สัตว์มีพิษ และความยากจนของมนุษย์ ทั้งหมดทั้งมวลถูกสร้างขึ้นมาจากจินตนาการของชาวยุโรปมากกว่าจะระบุตำแหน่งแห่งที่ที่ชัดเจนลงไปได้ ผ่านมาจุดประสงค์แฝงอย่างหนึ่งของการเดินทางจึงเป็นการไปสู่ดินแดนอื่นเพื่อยืนยันความเชื่อที่มีมาแต่เดิมของนักเดินทาง

หนังสือ *Lonely Planet* เป็นวรรณกรรมการเดินทางยุคใหม่ ที่ต้องการแสดงให้เห็นความอดกลั้นของชาวตะวันตกที่มีต่อความเป็นไทย และดูเหมือนว่าเข้าใจความเป็นไทยต่างกับที่ชาวตะวันตกในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ เข้าใจผ่านภาพเหมารวม โดยประกอบสร้างผ่านมายาคติของนักเดินทางคุณภาพดังที่ได้อธิบายไปแล้ว ในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยจะชี้ให้เห็นความเป็นอื่นของความเป็นไทยที่ถูกสร้างซ้ำในวรรณกรรมการเดินทางเล่มนี้ เพื่อพิสูจน์ว่าในมุมมองของชาวตะวันตกยังคงมองไทยในแบบบูรพคตินิยมอยู่ในที่นี้ ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างจาก *Lonely Planet* ฉบับที่ตีพิมพ์ต่างวาระกัน ผู้เขียนหลักเป็นคนละคน เพื่อแสดงให้เห็นความไม่เปลี่ยนแปลงของความเป็นไทยในมุมมองชาวตะวันตก โดยเลือกใช้คำว่า “น่าพิศวง” (amazing) อันเป็นคำคุณศัพท์ที่ถูกเลือกมาใช้แสดงลักษณะความเป็นไทยอยู่เสมอมาเป็นคำสำคัญ

กรุงเทพฯ เมื่อไม่นานนี้ถูกเปล่งออกมาก็จะเติมห่วงความคิดด้วยภาพที่หลังไหลมาของเมืองหลวงแบบฉบับในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ขณะที่คุณออกจากท่าอากาศยานที่ติดเครื่องปรับอากาศ มวลอากาศที่อบอุ่นด้วยกลิ่นหอมดอกมะลิจะห่มคลุมร่างกายของคุณ ขณะที่เสียงตั้งเข็มนาฬิกาในมหาสมุทรของการจราจรจะเติมใส่สัมผัสผัสของคุณ ใจของคุณจะเต้นเร็วขึ้นขณะที่สัมผัสรับรู้ว่าคุณกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ที่คุณจะไม่ลืมเลือนโดยง่าย (Cumings and Williams 2004 cited in Dann 2008 : 7 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ไม่ยากเลยที่คุณจะรักประเทศไทย ด้วยเหตุผลต่าง ๆ คือ ง่ายก้าวของชีวิตไม่เร่งรีบ ผู้คนโดยทั่วไปก็ล้วนเป็นมิตร มีความกดดันไม่มากนักที่ผู้มาเยือนเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ต้องแบกรับ รอยยิ้มมีให้เห็นตลอดการเดินทาง การพูดคุยสำคัญกว่ารายการสิ่งที่ต้องทำ และการกล่าวเยินยอถือเป็นกีฬาประจำชาติ (Williams et al. 2009: 45 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ตัวอย่างทั้งสองช่วยยืนยันแนวคิดบูรพคดีนิยม ของเอ็ดเวิร์ด ซาอิดได้ ในคำบรรยายของคัมมิงส์ กรุงเทพฯ กลายเป็นความจริงในขณะที่นักท่องเที่ยวผลออกจากความคุ้นเคยของท่าอากาศยานและเปิดตัวเองสู่ประสบการณ์แรกซึ่งเป็นการหลอมรวมของภาพลักษณ์ที่ชาวยุโรปมีต่อโลกตะวันออกที่เข้ายวนใจ การไหลบ่าเป็นกระแสการกลืนหอมอบร่ำ และการเชื้อชวนต้อนรับ ส่วนข้อความของวิลเลียมส์และคณะก็อธิบายถึงประเทศไทยในลักษณะที่เป็นภาพเหมารวมหรือภาพตายตัว ในลักษณะที่สนับสนุนให้เห็นความเป็นคู่ตรงข้ามกับลักษณะสังคมและวัฒนธรรมตะวันตกในสายตาของผู้เขียน เช่น “ง่ายก้าวของชีวิตไม่เร่งรีบ” และ “การพูดคุยสำคัญกว่ารายการสิ่งที่ต้องทำ” สอนัยว่าสังคมตะวันตกมีความแก่งแย่งแข่งขันและผู้คนถูกบีบรัดด้วยแรงกดดันของความรับผิดชอบทั้งต่อชีวิตหรืองาน รวมทั้ง “ผู้คนทั่วไปล้วนเป็นมิตร” และ “รอยยิ้มมีให้เห็นตลอดการเดินทาง” สอนัยว่าคนในสังคมตะวันตกเป็นคนถือตัว และแสดงความรู้สึกน้อยกว่าคนตะวันออก การมาเยือนประเทศไทยจึงเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ในด้านที่ตรงข้ามกับสิ่งที่อยู่ในประสบการณ์ของชาวตะวันตก การมาสู่โลกตะวันออกจึงเป็นเสมือนการมาเพื่อปลดปล่อยตนเองหรือหลีกเลี่ยงออกจากสภาพแวดล้อมที่บีบรัดเคร่งครัดหรือภาระการงานที่อยู่ในโลกตะวันตก สอดคล้องกับที่ซาอิดเสนอไว้ว่าโลกตะวันออกมักถูกอธิบายว่าเป็น “สถานที่ของเรื่องรัก สิ่งมีชีวิตที่น่าพิศวง ความทรงจำที่หลอกหลอน และภูมิภาพ ตลอดจนประสบการณ์สำคัญ” (Said 2003 : 1)

แม้ว่าใน *Lonely Planet* จะกล่าวถึงเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ ว่าเป็นเมืองที่มีความทันสมัยโดดเด่น และเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมถ้าเทียบกับชายหาด ห้างทะเล และป่าเขาที่ชาวตะวันตกเดินทางไปท่องเที่ยว แต่กรุงเทพฯ ก็ยังถูกนำเสนอผ่านภาพที่น่าพิศวงและดูเหมือนเป็นสิ่งที่เข้าใจไม่ได้สำหรับชาวตะวันตก

ความร้อน คนร้องขายของ และชายหญิงขายบริการ กรุงเทพฯ ได้กลายเป็นสวนสัตว์ไปแล้วในยามค่ำคืน แล้วคุณก็จะได้เห็นข้างเดินไปตามถนนโดยมีไฟท้ายติดอยู่ที่หาง ความวู้อ้างที่พอมแห่งจะยัดหัวก็กล้วยใส่มือคุณเพื่อให้คุณให้เป็นอาหารแก่ข้าง โดยแลกกับเงินบาทสักกำมือหนึ่งแน่นอนว่ามันดูเหนือจริง และชวนให้รู้สึกใจสลายอย่างถึงที่สุดด้วย (Williams et al. 2009 : 53 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ความเป็นอื่นของความเป็นไทยถูกแสดงออกมาอย่างชัดเจนเมื่อผู้เขียนเลือกเปรียบเทียบว่ากรุงเทพฯ เป็นเหมือนสวนสัตว์ ทั้งที่ก่อนหน้านี้เขาบรรยายถึงคนกลุ่มต่าง ๆ ภาพของข้างกับความวู้อ้างเป็นสิ่งที่ “เหนือจริง” (“surreal”) สำหรับชาวตะวันตกทำให้พวกเขาเกิดความพิศวง ความรู้สึกที่ตามมาคือความสงสารข้าง และอาจรวมถึงความพอมแห่ง ความสงสารที่เกิดขึ้นช่วยยืนยันความเหนือกว่าของชาวตะวันตก และเหตุที่ต้องรู้สึกสะเทือนใจมากเพราะสิ่งนี้อยู่บนอภวประสพการณ์ของพวกเขา ความรู้สึกของชาวตะวันตกที่มีต่อคนไทยที่ถูกบรรยายในวรรณกรรมการเดินทางเรื่องนี้สื่อให้เห็นการหลอมนซ่อนทางความหมายระหว่างความเป็นไทยกับความยากจน ซึ่งอาจเป็นภาพตายตัวหรือภาพเหมารวมอีกประการหนึ่งที่ชาวตะวันตกสร้างขึ้นโดยผูกโยงความเป็นไทยเข้ากับสถานะทางเศรษฐกิจที่ด้อยกว่าตะวันตก ภาพตายตัวที่น่าพิศวงทั้งหมดจึงหลอมรวมกันเป็นเหมือนภาพที่บิดเบี้ยว ลองพิจารณาตัวอย่างที่เป็นเสมือนข้อสรุปของการประกอบสร้างความเป็นไทย

ความทรงจำที่ดีที่สุดเกี่ยวกับประเทศไทย

กลิ่นหอมและเสียงระฆัง หอมข้าวหุงยามเช้า กลิ่นหอมของรูปเสียงร้องเหมือนห่านของรถโดยสารประจำทางระยะไกล เสียงกังวานของระฆังในวัด เสียงกริ่งที่ประตูของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น เสียงจิ้งจกร้อง

ของประดับที่เกี่ยวกับศาสนา มาลัยดอกมะลิ ของขลังที่แขวนแกว่งไปมาตรงกระจกมองหลังของรถยนต์ และผ้าสีที่ผูกตามต้นไม้

ควั่นและการไถ รถโดยสารที่ส่งเสียงเรอ ควั่นที่มีกลิ่นพริกไทยจากร้านอาหารริมทาง เนื้อตัวของไก่ที่ถูกย่างเกรียม

น้ำ น้ำอยู่ทุกหนทุกแห่ง บ่อปลาและสวนน้ำริมทาง ตลอดจนที่อยู่น้ำร้อน น้ำร้อนและบ้านเรือน คลองที่เต็มไปด้วยคราบเขม่า เหมืองที่ไหลออกจากทุกชุมชน น้ำเปล่าขวดละห้าบาท และห้องทะเลที่เป็นสี่ฤดูมณี (Williams et al. 2009 : 19 (สำนวนแปลของผู้วิจัย))

ประเทศไทยที่จะติดไปในความทรงจำของชาวตะวันตกคือประเทศไทยที่มีลักษณะเป็นพันทาง (hybrid) กลางเก่ากลางใหม่ ดูบิดเบี้ยวไม่มีเอกภาพ หลอมรวมทั้งความเชื่อทางพุทธศาสนาและความเชื่อเรื่องผี ระบบการคมนาคมที่ยังพัฒนาไม่เต็มที่ และเป็นประเทศเขตร้อน โดยที่ลักษณะดังกล่าวนี้เองที่สร้างความพิศวงให้แก่ชาวตะวันตกว่าลักษณะที่แตกต่างกันอย่างไรที่สุดทั้งหมดหลอมรวมอยู่ในประเทศเดียวได้อย่างไร ความข้อนแย้งในที่นี้ก็คือ ภาพของประเทศไทยที่ดูเหมือนว่าสรุปไม่ได้ ทำให้เป็นหนึ่งในไม่ได้ กลับถูกสรุปออกมาในรูปแบบความทรงจำสำเร็จรูป โดยทำให้รู้สึกถูกชวนเชื่อว่าหากนักเดินทางไม่ประสบสิ่งเหล่านี้จะเหมือนว่ามาไม่ถึงประเทศไทย และเน้นย้ำให้เห็นความแปลกถิ่น (exotic) ของความเป็นไทยอย่างชัดเจน ความพิศวงที่วิเคราะห์ให้เห็นข้างต้นสอดคล้องกับลักษณะของเรื่องเล่าการเดินทางทั่วไปที่มีการสร้างแก่นเรื่องว่าด้วยการสำรวจ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างนักเดินทางกับสถานที่ที่เดินทางไปและเรื่องเล่าของตนนั้นมีทั้งอารมณ์ ความทรงจำรำลึก และความปรารถนารุนแรงของตัวละครที่สำแดงออกมาในหลายระดับ ผ่านองค์ประกอบของความลึกลับ การผจญภัย และสิ่งที่ไม่คาดฝัน (Robinson and Anderson 2002 : 45) ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ผ่านมุมมองของวาทกรรมแล้วความพิศวงถูกสร้างขึ้นมาจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ใช้นักเดินทางยุโรปเป็นตัวตั้งที่ผลลึกลับอื่น ๆ ที่ไม่เหมือนกับประสบการณ์ของตนให้กลายเป็นอื่น

หัวข้อต่อไปผู้วิจัยจะกล่าวถึงตัวอย่างที่ผู้เขียนประกอบสร้างความเป็นไทยผ่านมุมมองที่มองว่าประเทศไทยค่อยพัฒนาและแตกต่างกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมตะวันตก

๓. ความไร้เสถียรภาพทางการเมือง ความไร้เสรีภาพในการแสดงออก และปัญหาสังคม

ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงความเป็นอื่นที่ผู้เขียนประกอบสร้างให้แก่ “ไทย” โดย

หยิบเลือกจาก “นิเสธ” ของความเป็นตะวันตก ได้แก่ ๑) เสถียรภาพทางการเมือง (การปกครองแบบประชาธิปไตย) VS ความไร้เสถียรภาพทางการเมือง (การปกครองโดยระบอบของทหาร) ๒) เสรีภาพในการแสดงออก (อุดมการณ์แบบประชาธิปไตย) VS การควบคุมการแสดงออก และ ๓) การกระจายทรัพยากรให้แก่คนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม อย่างเป็นระบบ การควบคุมทางสังคม และการบังคับใช้กฎหมาย VS ปัญหาสังคม ตัวอย่างแรกคือการวิจารณ์เสถียรภาพทางการเมืองของไทย

นับแต่การล้มล้างระบอบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ในปี ๑๙๓๒ (พ.ศ. ๒๔๗๕) ความไร้เสถียรภาพทางการเมืองได้กลายเป็นมาตรฐานของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ ในระยะเวลาไม่นานมานี้ในปี ๒๐๐๖ ได้เกิดรัฐประหาร (ครั้งที่ ๑๘ ในรอบ ๗๐ ปี) ที่ทำให้ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นถูกขับให้ออกนอกประเทศ จากนั้นจึงมีกลุ่มทหารเข้ามาปกครองแทน ต่างกับที่อื่นที่อาจมีประชาชนออกมาเดินประท้วงตามท้องถนน การรัฐประหารที่ “นุ่มนวลดูจืดจาง” แทบจะไม่กระทบต่อการจราจรและประชาชนชาวไทยที่ร่วมอุดมการณ์นี้ ต่างก็ยอมรับความเปลี่ยนแปลงด้วยความปิติหรือการถอนตัวออกไปอย่างง่ายเจียบ (Williams et al. 2009 : 16 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของไทยเป็นสิ่งที่ผู้เขียนสนใจ สังเกตได้จากข้อความข้างต้นที่คัดมาจากความนำของหนังสือ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงประเด็นนี้ซ้ำอีกในช่วงเนื้อหาที่กล่าวถึงประวัติศาสตร์ชาติไทย จากเนื้อหาที่คัดมาแสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนอาจไม่เห็นด้วยกับการทำรัฐประหาร อาจเพราะเชื่อว่าเป็นสิ่งที่สกัดกั้นกระบวนการทางประชาธิปไตย สำหรับชาวตะวันตกที่ถูกขัดเกลากองทัพสังคมมาในบริบทที่มีอุดมการณ์ประชาธิปไตยเข้มข้นจึงไม่สามารถเข้าใจหรือเข้าใจให้ยอมรับหรือเห็นตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยได้ การประกอบสร้างความเป็นไทย จากตัวอย่างนี้สอดคล้องกับภาพเหมารวมหรือภาพตายตัวของตะวันออกในมุมมองตะวันตกตามแนวคิดบูรพคตินิยมที่เห็นว่าชาติอื่นที่ไม่ใช่ตะวันตกย่อมไม่เข้าใจหรือปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยได้อย่างแท้จริง ด้วยวิธีคิดดังกล่าว เมื่อผู้เขียนกล่าวถึงสื่อในประเทศไทยจึงมิได้กล่าวถึงประวัติศาสตร์หรือพัฒนาการของสื่อเช่นเดียวกับที่กล่าวถึงงานศิลปะ แต่ผู้เขียนเลือก

ที่จะเน้นประเด็นเรื่องสื่อกับการถูกเซ็นเซอร์

การครอบงำสื่อในประเทศไทยทำได้โดยง่ายเพราะมีกฎหมายหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ (Lese-majesty) ที่มีโทษจำคุก ๓ ปีถึง ๑๕ ปี บ่อยครั้งที่สื่อเซ็นเซอร์ตนเองทั้งเพื่อแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ และด้วยความกลัวว่าจะถูกฝ่ายที่เป็นศัตรูกับตนใช้กฎหมายหมิ่นพระบรมเดชานุภาพมาเล่นงาน (Williams et al. 2009 : 64 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

นอกจากตัวอย่างที่ตัดมาแล้ว ผู้เขียนยังกล่าวถึงตัวอย่างชาวตะวันตกที่ต้องขอหากกฎหมายหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ ที่ถูกจำกัดในประเทศไทยชั่วคราวหนึ่งก่อนที่จะได้รับพระราชทานอภัยโทษ นอกจากนี้ผู้เขียนยังเขียนยังได้วิพากษ์ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันพระมหากษัตริย์กับการเมืองไทยปัจจุบันเอาไว้บางส่วนด้วย ผู้วิจัยเห็นว่าคำวิพากษ์ของผู้เขียนยังมิได้อิงอยู่กับบริบทมากพอ ผู้เขียนยังคงตัดสินความเป็นไทยจากสายตาของคนนอก นอกจากนี้ยังเลือกที่จะกล่าวถึง “ด้านมืด” ของความเป็นไทย ที่ไม่น่าจะปรากฏในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่โดยหน่วยงานราชการหรือเอกชนของไทยเป็นแน่

งานที่ทำในเมืองรวมศูนย์อยู่ที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ส่วนเมืองชายแดนอย่างแม่สายและแม่สอดก็มีคนพลัดถิ่นและคนชายขอบอยู่จำนวนมาก ทั้งยังมีการค้าประเวณีเด็กอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่ดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประเทศไทยยังเป็นช่องทางและจุดหมายปลายทางของการค้ามนุษย์จากประเทศที่ยากจนกว่าเช่นเมียนมาร์และกัมพูชา (Williams et al. 2009 : 51 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ด้วยความที่เชื่อมั่นว่าหนังสือ *Lonely Planet* มีเนื้อหาหนังสือสำหรับนักท่องเที่ยวที่ฉาบฉวย ผู้เขียนจึงพยายามอธิบายแง่มุมต่าง ๆ ของสังคมไทยให้ผู้อ่านรู้ โดยไม่ตระหนักว่า ปัญหาสังคมที่นำเสนอในหนังสือยิ่งตอกย้ำภาพเหมารวมของตะวันออกกว่าเป็นประเทศด้อยพัฒนา เป็นประเทศที่กฎหมายไม่มีผลบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสังคมเลือกปฏิบัติ การกระจายทรัพยากรต่าง ๆ เป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง เป็นสังคมที่มีการ

เอาวัดเอาเปรียบกัน เป็นสังคมที่คนปฏิบัติต่อกันอย่างไร้มนุษยธรรม โดยไปโยงเข้ากับอุตสาหกรรมเรื่องเพศ (sex industry) ที่เป็นภาพเหมารวมของความเป็นไทยที่เคยปรากฏในพจนานุกรมของสำนักพิมพ์ Longman ของสหราชอาณาจักร และเนื้อหาในนวนิยายของชาวตะวันตก ซึ่งแสดงให้เห็นการสอดประสานกันของวาทกรรมเกี่ยวกับความเป็นไทยที่ถูกสร้างขึ้นโดยชาวตะวันตก

๔. “จริต” ที่เป็นอื่นของคนไทย

ผู้วิจัยใช้คำว่า “จริต” ตามนัยความหมายของคำว่า “habitus” ที่นักสังคมศาสตร์คนสำคัญอย่างปีแยร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้เสนอไว้ว่าจริตหมายถึง กิริยาท่าทาง ความคิด มารยาทของบุคคลที่ได้มาและสั่งสมอยู่ในตัวโดยไม่รู้ว่ามีต้นตออยู่ มันกลายเป็นส่วนหนึ่งของความคิดความอ่านในชีวิตประจำวัน อยู่ในจิตไร้สำนึก ทำให้เราทำสิ่งต่าง ๆ โดยไม่ต้องคิด (สุภาวงศ์ จันทวานิช ๒๕๕๑ : ๒๔๖)

จริตของคนไทยเป็นสิ่งที่นักเขียนวรรณกรรมการเดินทางกล่าวถึงมาโดยตลอด ส่วนใหญ่จะให้ความหมายในเชิงลบเช่นในงานเขียนของแอนนา เลียวโนเวนส์ที่ระบุว่าลักษณะนิสัยของคนไทยคือเกียจคร้าน ละโมบ และตระหนี่ (Leonowens 1988 : 25 cited in Dann 2008 : 21) ใน *Lonely Planet* ได้กล่าวถึงจริตของคนไทยเอาไว้หลายตอน มีตัวอย่างดังต่อไปนี้ “เมื่อเห็นช่างในเมืองใหญ่ สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้ว เป็นไปไม่ได้เลยที่สัตว์ใหญ่เช่นนี้จะถูกมองข้ามไปโดยง่าย แต่ที่นี่คือประเทศไทย ประเทศที่ซึ่งผู้คนกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญในการมองข้ามช่างในห้อยของพวกเขาเอง” (Williams et al. 2009 : 16 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

แท้จริงแล้วการกล่าวอ้อมค้อมของผู้เขียนอาจนำไปสู่การสรุปด้วยคำคุณศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “ignorant” เพราะผู้เขียนเลือกใช้คำกริยา “ignore” ซ้ำ ๆ หลายแห่งในข้อความหลายตอน ในพจนานุกรมหลายฉบับแปล “ignorant” ว่า “โง่” ผู้วิจัยเห็นว่า “ignorant” เป็นความโง่ที่เกิดจากความไม่เอาใจใส่หรือความประมาท ผู้เขียนกำลังวิพากษ์จริตของคนไทยว่ามองข้ามในสิ่งที่ควรใส่ใจ และเนื้อความต่อมาผู้เขียนได้กล่าวถึงสถานการณ์ทางการเมืองของไทยในระยะหลัง ที่ผู้เขียนเข้าใจไม่ได้ว่าเหตุใดคนไทยจึงขาดสำนึกทางการเมืองหรือเลือกที่จะไม่มีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างผู้เขียนมีประสบการณ์จากสังคมตะวันตก ลักษณะของคนไทยที่ “ignorant” ยังถูกตอกย้ำอีก

ครั้งในตัวอย่างที่ว่า

คนไทยมีชื่อเสียงมากเรื่องความเพิกเฉย โดยเฉพาะความเพิกเฉยต่อสถานการณ์ในพื้นที่สาธารณะที่ซึ่งความโกลาหลอาจหลีกเลี่ยงได้ด้วย การเข้าคิวและและความสะดวกในเกียรติยศของตน (เยี่ยงอัศวิน-ผู้วิจัย) (ซึ่งเป็นโมทัศน์ที่มาจากต่างชาติในประเทศไทย) แต่ถึงอย่างไร คุณก็ยังจะพบว่าคนไทยส่วนใหญ่มีใจเอื้ออาทร และให้ค่าแก่การเติมที่กับชีวิต (Williams et al. 2009 : 54 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ผู้เขียนเสนอว่าความไม่เอาใจใส่ต่อสิ่งรอบตัวเป็น “ชื่อเสียง” (notorious) ของคนไทยที่คนรู้กันทั่วไป ลักษณะของคนไทยที่ผู้เขียนนำเสนอคือเป็นคนที่ไม่มีค่านับถือตนเอง ไม่มีกฎระเบียบ (เมื่อเทียบกับคนตะวันตก) และติดที่จะเติมที่กับชีวิต (enjoying life) อันอาจหมายถึงมีความสุขไปวัน ๆ ต่างกับชาวตะวันตกที่จริงจังกับงานและความรับผิดชอบ ชาวตะวันตกที่ถูกคาดหวังคุณลักษณะดังกล่าวในสังคมของตนเอง การเดินทางมายังโลกตะวันออกจึงเป็นการปลดปล่อยตนเอง (to get loose) จากแบบแผนหรือค่านิยมของสังคมตะวันตก เราจึงพบชาวตะวันตกจำนวนมากที่สนุกสนานจนเกินพอดีในประเพณีสงกรานต์ที่ถนนข้าวสาร หรือใน “พูล มูน ปาร์ตี้” ตามเกาะต่าง ๆ ทางตอนใต้ของประเทศไทย แต่ชาวตะวันตกไม่ได้มองว่าการเติมที่กับชีวิตเป็นความจริงแท้ของตน ต่างกับชาวตะวันออกที่ปลดปล่อยตนเองออกจากกฎระเบียบตลอดเวลา

นอกจากนั้นผู้เขียนยังได้กล่าวถึงวัฒนธรรมการรักษาหน้า (saving face) ที่แตกต่างกับวิธีปฏิบัติในสังคมตะวันตก ตัวอย่างเช่น “สำหรับความน่าอายที่รongsลงมาอย่างการสะดุดหรือการล้ม คุณอาจได้ยินเสียงหัวเราะคิกคักจากกลุ่มคนไทย ในกรณีนี้พวกเขาไม่ได้ยินดีในความผิดพลาดของคุณ แต่เป็นการช่วยรักษาหน้าของคุณด้วยการหัวเราะออกมา” (Williams et al. 2009 : 54 [สำนวนแปลของผู้วิจัย]) ในสังคมตะวันตกเมื่อได้เห็นความผิดพลาดของใครอาจแสดงความเสียใจ ความเห็นใจ ความสงสารหรือเข้าไปยื่นมือช่วยเหลือตามมรรยาทหรือค่านิยม แต่คนไทยเลือกที่จะหัวเราะเพื่อรักษาหน้าคนอื่น อันเป็นสิ่งที่ชาวตะวันตกเข้าใจไม่ได้ ผู้เขียนจึงระบุประเด็นนี้เอาไว้ให้ผู้อ่านของเขาตระหนัก เพื่อไม่ให้เกิดความตระหนกทางวัฒนธรรม (culture shock) หรือแสดงความโกรธออกมาอย่างผิดกาลเทศะ

จิตอีกประการหนึ่งของสังคมไทยที่สัมพันธ์กับค่านิยมและวัฒนธรรมของไทย คือการเคารพผู้อาวุโส อันมีรากฐานมาจากลักษณะสังคมไทยที่มีความเหลื่อมล้ำต่ำสูง และจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ผู้เขียนนิพากษ์วัฒนธรรมดังกล่าว โดยมีนัยของการเปรียบเทียบกับสังคมตะวันตก โดยผู้เขียนได้แสดงให้เห็นข้อเสียของจิตดังกล่าวที่มีต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม

ชั้นเรียนมีลักษณะเป็นแบบจำลองของสังคมพื้นฐานที่หวนเพาะความตระหนักรู้เรื่องความเหลื่อมล้ำต่ำสูงในสังคม นักเรียนต้องเชื่อฟังครูผู้ซึ่งอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ในฐานะผู้อาวุโสซึ่งเรียกร้องการยอมรับและความเคารพ วัฒนธรรมการศึกษาเช่นนี้มีค่าก็ต่อเมื่อมันมีปฏิสัมพันธ์อยู่ภายในสังคมไทย แต่บางครั้งก็กลายเป็นความไม่สมประกอบเมื่อไปแข่งขันกับชาติอื่นในเชิงวิชาการ (Williams et al. 2009 : 62 [สำนวนแปลของผู้วิจัย])

ผู้เขียนนิพากษ์ระบบการศึกษาของไทยว่า ความอาวุโสอาจสกัดกั้นวัฒนธรรมการคิด หรือวัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ที่ชาวตะวันตกปลูกฝังให้นักเรียนที่เข้าเรียนในระบบทุกคนรู้จักและปฏิบัติตนตามวัฒนธรรมดังกล่าว นักเรียนในสังคมตะวันตกสามารถคัดค้านครูได้ด้วยเหตุผล อันส่งผลให้ผู้เขียนมีความคิดเป็นของตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเองและความนับถือตนเองในที่สุด ซึ่งผู้เขียนไม่เชื่อว่าสำหรับนักเรียนไทยแล้ว ลักษณะดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้อย่างไรในวัฒนธรรมการเรียนรู้อันที่ผู้เขียนเห็นว่าไม่เอื้อต่อการใช้ความคิด

หากจะหักล้างความคิดของผู้เขียน คนไทยอาจโต้แย้งได้ว่าวัฒนธรรมการเรียนรู้นี้ผูกพันอยู่กับลักษณะของสังคมและวัฒนธรรมไทย และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งอิทธิพลหลักของวัฒนธรรมไทยเช่นจีน และอินเดีย ที่ลูกศิษย์จะต้องนับถือครู บูชาครู และทำตามอย่างครู เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมดังกล่าวก็ถูกลดรูปลงไปบ้าง โดยที่รัฐพยายามใช้การปฏิรูปการศึกษา และรณรงค์เรื่องการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต ทักษะการคิดจึงอาจไม่ได้เกิดจากภายในชั้นเรียนเพียงแห่งเดียว และตามสถิติก็มียุทธศาสตร์การคิดจำนวนมากที่ได้รับรางวัลต่าง ๆ ในการแข่งขันโอลิมปิกวิชาการหรือการแข่งขันอื่น ๆ ในระดับนานาชาติ การกล่าวว่าการถืออาวุโสนำไปสู่ “ความไม่

สมประกอบ” จึงอาจเป็นการด่วนสรุปจากอคติอย่างชัดเจน

ความสรุป

Haggan (2001 : 178) สรุปความสัมพันธ์ระหว่างวรรณกรรมการเดินทาง/ท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเอาไว้ค่อนข้างน่าสนใจว่า โวหารว่าด้วยดินแดนในอุดมคติที่แปลกถิ่นถูกใช้ในฐานะควันพราง (smokescreen) เพื่อป้องกันการท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมนี้ขยายตัวและทำการตลาดต่อมายาคติเรื่องความพึงใจอันปลอดภัย สุนทรียศาสตร์และมายาคติแบบแปลกถิ่น (exotic myth) จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้กำไรหลังไหลมา โดยอำพรางความแตกต่างในความเป็นจริง และกระตุ้นเร้าจินตนาการของใครก็ตามที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คตินิยมแปลกถิ่นส่งเสริมและประทับตรึงความลึกซึ้งของการเข้าถึงไม่ได้ ส่วนการท่องเที่ยวนำเสนอการสัมผัสวัฒนธรรมที่จำกัดและแย้งกับมายาคติข้างต้น แต่มายาคตินี้ขึ้นอยู่กับความต้องการที่เข้าใจได้สำหรับความห่างทางวัฒนธรรม (cultural distance) โลกของการท่องเที่ยวอยู่ด้วยการผลักดันออกไปนอกขอบเขตของสังคมที่มีอยู่จริง คำอธิบายนี้ชี้ให้เห็นว่าเหตุใดหลายครั้งนักเดินทางจึงมองว่าการเดินทางไปยังดินแดนที่ตนไม่รู้จักเป็นการ “ค้นพบ” อีกนัยหนึ่งคือการ “พิชิต” ความลึกซึ้งนั้น ด้วยคำอธิบายฉบับของตนเองที่มีการจัดระเบียบความเป็นจริงผ่านเครือข่ายของอำนาจและภาษา

การศึกษาครั้งนี้น่าจะนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า หนังสือ *Lonely Planet* (2009) ได้ประกอบสร้างประเทศไทยขึ้นมาจากฐานของคติที่ตะวันตกมองโลกตะวันออกตามแนวทางของบรรพคตินิยมที่ซาฮิดได้เคยเสนอไว้ การศึกษาลักษณะที่ปรากฏในเชิงวาทกรรมทำให้เข้าใจว่ามุมมองของตะวันตกที่มองตะวันออกยังคงเติมไปด้วยอคติและมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจแฝงอยู่

ข้อจำกัดของการศึกษาในครั้งนี้คือ เมื่อผู้วิจัยอธิบายลักษณะของตะวันตกดูเหมือนว่าผู้วิจัยจะกล่าวอย่างเหมารวมเช่นกัน ทั้งที่ลักษณะสังคมและวัฒนธรรมของชาวตะวันตกในประเทศต่าง ๆ อาจแตกต่างกันในรายละเอียด อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้อ่านหนังสือ *Lonely Planet* พากย์อังกฤษ เป็นกลุ่มคนที่ซื้อหา อ่าน ถ่ายทอด และ

ผลิตซ้ำวาทกรรมเกี่ยวกับตะวันออก หากกลุ่มผู้อ่านเหล่านี้มองตะวันออกต่างกัน ยอดขายของหนังสือคงไม่ปรากฏว่าเป็นหนังสือขายดีอยู่จนถึงทุกวันนี้ ประเด็นสำคัญก็คือ ผู้วิจัยมิได้ต้องการพิสูจน์ว่าชาวตะวันตกแต่ละชาติเข้าใจตะวันออกอย่างไร แต่ผู้วิจัยเห็นว่าชาวตะวันตกที่เป็นกลุ่มผู้อ่านล้วนมีวิธีคิดบางอย่างร่วมกันหรือมีวัฒนธรรมบางอย่างร่วมกันอันมีส่วนผลักดันให้เขาเลือกที่จะรับหรือผลิตซ้ำวาทกรรมเกี่ยวกับ “ไทย” ดังที่ได้อธิบายในหัวข้อต่าง ๆ แล้ว

ประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ น่าจะช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวของไทยพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่า เมื่อคนไทยประกอบสร้าง “ไทย” ขึ้นมา เราจะทำอยู่ในหลุมพรางของวาทกรรมชุดใดหรือไม่/อย่างไร

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์. อ่าน (ไม่) เอาเรื่อง. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๔๕.

นพมาศ พวงสุวรรณ. “รอยยิ้มแห่งมายา” : “ฝรั่ง” และการสร้างจินตนาการเรื่องเมืองไทยในนวนิยายตะวันตกร่วมสมัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวรรณคดีและวรรณคดีเปรียบเทียบ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

วิริยา วิฑูรย์สุภะศิริศิลป์. การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘.

สุภางค์ จันทวานิช. ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

สุรเดช ไชติอุดมพันธ์. “บทพรรณานิติการ : วาทกรรม ภาพแทน อัตลักษณ์.” วารสารอักษรศาสตร์. ๓๗, ๑ (๒๕๕๑) : ๑-๑๕.

อัมพร จิรัฐติกร. เปิดม่านมายา...อุษาคเนย์. กรุงเทพฯ : มติชน, ๒๕๔๕.

อานันท์ กาญจนพันธุ์. คิดอย่างมิเชล ฟูโกต์ คิดอย่างวิพากษ์ : จากวาทกรรมของอัตบุคคลถึงจุดเปลี่ยนของอัตตา. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒.

ภาษาอังกฤษ

Ashcroft, Bill, Gareth Griffith, and Helen Tiffin. Post-Colonial Studies : The Key Concepts. 2nd ed. London : Routledge, 2007.

Baldwin, E. et al. Introducing Cultural Studies. Harlow : Pearson, 2003.

Barker, Christ. Cultural Studies : Theory & Practice. 3rd ed. London : Sage, 2008.

- Cappelli, Gloria. "Travelling Words : Language in English tourism discourse." Department of English, University of Pisa, 2006.
- Dann, Caron. Eastgate. **Imagining Siam : A Traveller's Literary Guide to Thailand.** Clayton : Monash University Press, 2008.
- Haggan, Graham. **The Postcolonial Exotic : Marketing the Margins.** London and New York : Routledge, 2001.
- Ip, Janice Yui Ling. "Analyzing tourism discourse : A case study of a Hong Kong travel brochure." **LCOM : Online Journal of the 'Programme in Language and Communication'**. 1 (2008) : 1-19.
- Razusova, Magdalena. "The Language of Tourism." Chemnitz : Department of English, Chemnitz University of Technology, 2009.
- Robinson, Mike and Hans Christian Anderson. **Literature and Tourism.** London : Thomson, 2002.
- Said, Edward. **Orientalism : Western Conceptions of the Orient.** London : Penguin, 2003.
- Wearing, Stephen, Deborah Stevenson, and Tamara Young. **Tourist Culture : Identity, Place, and the Traveller.** London : Sage, 2010.
- Williams, China. et al. **Lonely Planet : Thailand.** Victoria : Lonely Planet, 2009.

