

โฮมสเตย์บ้านยะดู : การซื้อขาย ชีวิตประจำวัน บ้านของชาวลาหู่ และการสร้างภาพตัวแทนทางชาติพันธุ์¹

Ya Doo Homestay: commoditization of Lahu Everyday Life, House and Ethnic Representation

สาริณี ภาสยะวรรณ
Sarinee Passayawan

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับโฮมสเตย์ชาวลาหู่แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย เพื่อต้องการสะท้อนว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการนำชีวิตประจำวันและพื้นที่บ้านของชาวลาหู่มาเป็นสินค้า ทั้งนี้พบว่าการท่องเที่ยวโฮมสเตย์แห่งนี้เป็นการผลิตซื้อขาย และบริโภค บนสัญลักษณ์หรือกระบวนการสร้างภาพตัวแทน อันส่งผลทำให้ความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ นั้นถูกกำกับตามเส้นกระบวนการเสนอภาพลักษณ์โฮมสเตย์ ไม่ว่าจะ เป็นภาพลักษณ์ชาวมูเซอแบบดั้งเดิม ภาพชาวลาหู่ผู้มีใจอนุรักษ์และมีศักยภาพจัดการท่องเที่ยว และอาจไม่มีความหมายทางชาติพันธุ์ลาหู่เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นแต่เพียงหมู่บ้านสำหรับค้างพักระหว่างการเดินทางเท่านั้นเอง

คำสำคัญ การท่องเที่ยวโฮมสเตย์, ชาวลาหู่, การสร้างภาพตัวแทน, กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า

Abstract

As part of the tourism promoted in Chaing Rai province, organized treks often include a Lahu village home-stay. As a result, Lahu homes and everyday life of Lahu has come to represent ethnicity as a commodity in tourism. The representation of tourism in Lahu homestay regulate and control Lahu image to the public such as traditional Lahu, preservative Lahu, and enabling Lahu in tourism management. These images are not connected to the village with ethnicity idea, merely giving the perception of homestay during trekking.

Keywords Homestay Tourism, Lahu, Representation, Cultural Commoditization

บทนำ

“การท่องเที่ยว” ถือเป็นตลาดแห่งการแลกเปลี่ยนซื้อขายที่วาดด้วยเรื่อง การตอบสนองการบริโภคความสุขจากการเดินทางของนักท่องเที่ยว“ผู้ซื้อ”และมีผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเช่น บริษัททัวร์ รัฐบาล ชุมชนเจ้าของพื้นที่ เป็น“ผู้ขาย”โดยทั้งผู้ซื้อผู้ขายเหล่านี้ จะเข้ามาปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ในการผลิตและแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ ภายใต้รูปแบบระบบของตลาด(Marketing system) อันมุ่งสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้อย่างบริบูรณ์ ฉะนั้น สินค้าในตลาดแห่งนี้จึงสามารถเป็นได้ทุกอย่าง และยังสามารถผลิตแปรทุกอย่าง ออกมาขายได้ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ทรัพยากรธรรมชาติ การบริการ หรือแม้กระทั่ง วัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตผู้คน กลุ่มชาติพันธุ์ ประเพณี ความเชื่อ การละเล่น กีฬา ฯลฯ ล้วนแล้วถูกแปรให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Cultural commoditization) ทั้งในรูปแบบของวัตถุ เช่นสถานที่ท่องเที่ยว ของที่ระลึก หรือรูปแบบของ เหตุการณ์ อย่างเช่น เทศกาล หรือ การแสดง บางครั้งอาจอยู่ในรูปแบบของ จินตนาการหรือภาพลักษณ์บนสื่อประชาสัมพันธ์และประสบการณ์ หรือแม้แต่ ผู้คนเอง ก็อาจถูกเปลี่ยนสถานะให้“เป็นผู้ถูกมอง”หรือ “ผู้ถูกท่องเที่ยว ได้เช่นกัน (Shaw and Williams, 2004; ชาญวิทย์,2540)

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการจัดบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home-stay) หรือ อีกชื่อหนึ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) เรียกว่า “ที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวมิติใหม่ที่เน้นการอนุรักษ์และ พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการจัดบริการที่พักให้นักท่องเที่ยวพักร่วมกับ เจ้าของบ้าน เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของผู้คนในชนบทไทยและศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านตาม ความเป็นจริง (พรเพ็ญ และคณะ, 2548; สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2549; ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2549) หรือกล่าวได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ยึด พื้นที่บ้านเป็นศูนย์กลางเปิดบริการให้เขาพัก เพื่อเอื้อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ได้เห็น

การกิน การอยู่ การนอน หรือ การดำเนินชีวิตประจำวัน ของชาวบ้านคนชนบท นั้นเป็นอย่างไรนั่นเอง

การบริการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ได้สะท้อนถึงมิติใหม่ของการตลาดการท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ว่า พื้นที่บ้านและชีวิตประจำวันของผู้คน สามารถนำมาเป็นสินค้าที่ขายได้ ซึ่งแสดงถึงการเชื่อมโยงผู้คนทั่วโลกได้อย่างใกล้ชิดและเข้มข้น ผ่านการบริการที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าใกล้กับชีวิตประจำวันของเจ้าของบ้านมากขึ้น ส่วนเจ้าของบ้านต้องตกอยู่ในสถานะผู้ถูกท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสและรู้เห็นชีวิตประจำวันถึงในระดับพื้นที่บ้าน

ฉะนั้น เพื่อแสดงถึงการผลิต ชื่อขาย และการบริโภค ชีวิตประจำวันและพื้นที่บ้าน ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ดังกล่าว บทความนี้จึงขอเสนอถึง “โฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดู”² หมู่บ้านชาวลานูแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่เปิดบริการให้นักท่องเที่ยวเข้าสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตชาวลานู และเพื่อให้การนำเสนอถึงโฮมสเตย์ชาวลานูแห่งนี้ เป็นการท่องเที่ยวที่มากกว่าการแลกเปลี่ยนเชิงพาณิชย์ในตลาด แต่มีลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า จุดขายของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่เน้นการเข้าพักบ้านและเรียนรู้วิถีชาวลานูบนความเป็นจริงนั้น เป็นเพียงการสร้างภาพตัวแทนที่เป็นผลผลิตของกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า อีกทั้งยังส่งผลทำให้ภาพลักษณ์โฮมสเตย์เข้ามากำกับความเป็นชาติพันธุ์ของชาวลานูบ้านยะดูอีกด้วย

ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอจะอยู่บนมุมมองที่ว่า โฮมสเตย์แห่งนี้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourist space) ที่ภายในมีกระบวนการสร้างภาพตัวแทน ผ่านกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าอันมีลักษณะการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป คือ 1) โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน สถานที่พัก และการบริการที่สะดวกสบายพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว 2) วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจ 3) การ

ลงทุน ได้แก่ การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ไฟฟ้า ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ 4) การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค ผลิตสินค้า และบริการ 5) ผลผลิต ได้แก่ การบริการที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 6) การส่งเสริมการขาย ที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผลิตผลเป็นที่รู้จัก ทั้งนี้กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าภายในพื้นที่ท่องเที่ยวดังกล่าวนั้นจะมีความสัมพันธ์ทั้งการผลิตระบบการตลาด สื่อประชาสัมพันธ์ จุดหมายปลายทาง ประสบการณ์นักท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น และการบริโภค โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวจะมีการรวมจินตนาการต่อพื้นที่เดียวกัน และทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ (Image) แสดงออกมาในรูปภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ (Symbolic representation of space) ที่แสดงถึงเป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างนักท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางบนความเป็นอื่น โดยอำนาจและความรู้จะเป็นตัวกำเนิดจินตนาการกับสิ่งอื่น สร้างความจริงแท้ เรื่องเล่า และให้ความหมายแก่สถานที่และสินค้าทางการท่องเที่ยว (Urry, 1991 และ Meethan, 2001 อ้างใน Shaw and William, 2004)

1. ที่มาของสินค้า : ทิวไร่ และการพัฒนาภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

หากทบทวนถึงประวัติการท่องเที่ยวของบ้านยะดูแล้ว ก็จะพบว่าที่มาของการบริการแบบโฮมสเตย์นั้น เป็นผลผลิตของการดำเนินธุรกิจแบบทิวไร่ และกระบวนการพัฒนาภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อันสามารถสะท้อนถึงการจัดวางตำแหน่งให้ชาวลาหู่บ้านยะดู เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

จุดเริ่มต้นของการต้อนรับนักท่องเที่ยวของหมู่บ้านยะดูนั้น เริ่มขึ้นในช่วงระหว่าง พ.ศ 2516 -2518 อันเป็นช่วงที่การท่องเที่ยวแบบทิวไร่ในจังหวัด

เชียงใหม่เริ่มเติบโต และขยายตัวมาถึงพื้นที่แม่น้ำกกในส่วนพื้นที่ของจังหวัด เชียงราย หมู่บ้านยะดูแห่งนี้จึงถูกเปิดพื้นที่ ผ่านการสร้างสัมพันธจากไคด์ทัวร์ ป่า เพื่อให้คนแปลกหน้าอย่างเช่นนักท่องเที่ยวฝรั่งเข้ามาใช้สวนหองโงให้ เป็นพื้นที่สำหรับสูบฝิ่นและนอนพักในเวลาค่าคืน ภายใต้อัตราแลกเปลี่ยนที่ไคด์ทัวร์ ป่าเป็นผู้กำหนดค่าตอบแทนแก่เจ้าของบ้านในราคา 10 บาท/คน/คืน นับแต่ บัดนั้นมา ชาวลาหู่บ้านยะดูจึงถูกดึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบ ทัวร์ป่าในฐานะหมู่บ้านจุดหมายปลายทางและที่พัก โดยมีบริษัททัวร์และไคด์ ทัวร์ป่าเป็นผู้ดำเนินการธุรกิจ จัดบริการการนำเที่ยวในเชิงผจญภัย ล่องแพ เดิน ป่า เสพฝิ่น และนอนบ้านชาวเขา ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญ ภัย ปรรวณาคความแปลกทางชาติพันธุ์ และค้นหาความจริงแท้ (Cohen, 1999)

พ.ศ. 2520-2522 การท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่าได้รับความนิยม ชาวเขาถูก ประกาศตัวในสถานะ”สินค้า” อย่างชัดเจน จากการถูกนำเป็นภาพประกอบ โฆษณาและเน้นให้เป็นจุดขายหลักของการท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่า ส่วนชาวบ้าน บ้านยะดูก็เริ่มเห็นผลประโยชน์ของการรับนักท่องเที่ยว บ้านเกือบทุกหลังคาเรือน ยินดีต้อนรับแขกฝรั่งเข้าพัก บางคืนอาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 80-100 คน จึงนับได้ว่า ณ ช่วงเวลานั้น ชาวลาหู่บ้านยะดูได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทัวร์ป่ากันทั้งหมู่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นการนอนพักบ้าน สูบฝิ่น เดินชม ถ่ายรูป และมีการอาบน้ำในห้วยกลางหมู่บ้าน เป็นต้น ส่วนหน้าที่ดูแลแขกนั้นก็ยังคง เป็นงานของไคด์ทัวร์ป่า ชาวลาหู่ทำหน้าที่เพียงแค่นั่งเฝ้าและนั่งเสียบ เป็นผู้ช่วย ไคด์เตรียมอาหารเท่านั้นเอง และต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2527 – 2529 ชาวลาหู่ บ้านยะดูถึงจะเริ่มปฏิบัติตามคำแนะนำของไคด์ ในการจำหน่ายของที่ระลึก และ เครื่องดื่ม และมีการเพิ่มงานบริการ อย่างเช่น การนวด พาไปชมสวนฝิ่น และจัด แสดงการเต้นจะคี เป็นต้น

พ.ศ 2530-2535 ภายใต้ปี “ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย”(Visit Thailand Year)รัฐบาลได้เข้ามาสนับสนุนและนำความเป็นชาวเขาเสนอขายสู่ตลาดโลก

อย่างเป็นทางการ(Leepreecha,Prasit. 2008) หมู่บ้านยะดูและหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอินทรีเวณริมแม่น้ำกก กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวเขาที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ส่วนบ้านยะดูก็มีนักท่องเที่ยวฝรั่งเดินทางมาพักทุกคืน ความรุ่งเรืองของการท่องเที่ยวทัวร์ป่า ณ ช่วงเวลานั้น ทำให้ชาวลาหู่ได้รับเงินจากค่านอนพัก หรือการขายของสินค้าชนเผ่า ตามที่ชาวบ้านเล่าว่า **“แต่...ก่อน บางวัน เขาขาย...เสื้อ ชาย...ผ้า ได้เงินเป็น 3,000-7,000”** แต่ถึงอย่างไรก็ตาม รูปแบบการต้อนรับนักท่องเที่ยวก็คงไว้ซึ่งรูปแบบเดิม คือไกด์ทัวร์ป่า จะนำนักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนเฉพาะบ้านที่ตนเชื่อมสัมพันธ์ไว้ โดยค่าตอบแทน ไกด์ยังคงเป็นผู้กำหนดราคา อาจมีการเพิ่มบ้างแต่ก็เกินราคา 50 บาท/คน/คืน ซึ่งชาวลาหู่เองก็มีกล้าต่อรองขอเพิ่มราคา เพราะพวกเขาเกรงว่าไกด์ทัวร์ป่าเจ้าประจำจะไม่นำนักท่องเที่ยวมาพักบ้านตนอีก จวบจน ประมาณ พ.ศ. 2536-2540 จำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มลดน้อยลง พร้อมกับมีการตัดถนนลูกรังเข้าหมู่บ้าน บ้านยะดูเริ่มขาดเสน่ห์ เพราะมีการปราบปรามยาเสพติดอย่างจริงจัง ไกด์ที่เคยพาแขกมาพักบ้านประจำก็เริ่มหาย จนเหลือบ้านไม่กี่หลังที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก รายได้จากทัวร์ป่าจึงจำกัดอยู่ที่บ้านที่มีแขกประจำเพียง 3 หลัง และเมื่อแขกบ้านตนเต็มจึงกระจายแขกให้กับญาติพี่น้องของตนเท่านั้น

พ.ศ. 2541-2545 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความนิยม และมีการนำไปใช้พัฒนาการท่องเที่ยวอีกหลายรูปแบบ ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อีกด้วย ณ ช่วงเวลานั้น องค์กรพัฒนาเอกชนและหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐจึงได้หันมาให้ความสำคัญและนำแนวคิดดังกล่าวไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท และในพ.ศ. 2547 นั้นเอง สำนักงานการวิจัยแห่งชาติการวิจัย(ฝ่ายท้องถิ่น)ได้เข้ามาแนะนำรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนพร้อมยกตัวอย่างการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ประกอบให้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงพัฒนา (ไกรสิทธิ์ และคณะ, 2550) การแนะนำเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งนั้นเอง ทำให้ผู้นำชุมชนบ้านยะดูและมูลนิธิทุนงาเกิดความร่วมมือที่จะแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว โดยมูลนิธิทุนงาได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือส่งเสริม

ให้บ้านยะดูจัดระเบียบการท่องเที่ยวใหม่ ให้มีระบบการจัดการแบบโฮมสเตย์ ทั้งการขจัดปัญหาเสพติด กระตุ้นให้จัดระบบกระจายควิและบริหารจัดการโดย ชุมชน ผลักดันการจัดตั้งกลุ่มงานบริการ ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และดำเนินการ พัฒนาทักษะการต้อนรับแขก จัดอบรมการทำอาหารและอาหารประกอบ อาหาร เป็นต้น หลังจากนั้นมูลนิธิหุ่นเงาจึงดำเนินการประกอบการจัดเตรียม ดังกล่าว ให้อยู่ในรูปเป็นโปรแกรมทัวร์ “การท่องเที่ยวชนเผ่า” พร้อมทั้งทำหน้าที่ การตลาด จัดการเรื่องประชาสัมพันธ์ และดูแลมาตรฐานการบริการ มาจนถึง ปัจจุบัน



สภาพบ้านเรือนของหมู่บ้านยะดู ณ ปัจจุบัน

ปัจจุบัน หมู่บ้านบ้านยะดูแห่งนี้ ตั้งถิ่นฐานบนเทือกเขา และดำรงชีพท่ามกลางธรรมชาติป่าไม้ อันประกอบไปด้วยจำนวนบ้านที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักถึง 38 หลังคา ที่ยังคงสภาพบ้านกระท่อมไม้ไผ่ตามแบบฉบับลาหู่ดั้งเดิม แต่สามารถตอบสนองของลูกค้าให้มีความสะดวกสบายภายใต้ระบบการบริการแบบโฮมสเตย์ ที่มีอัตราค่าบริการ 300 บาท/คน/คืน ด้านชาวลาหู่บ้านยะดูก็ถูกเปลี่ยนบทบาทเป็น “ผู้ปฏิบัติ” ที่ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยตัวพวกเขาเอง ส่วนเจ้าของบ้านก็ดำรงอยู่ในบทบาท “เจ้าภาพ” ผู้ทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเสมือนญาติมิตรในตำแหน่งที่เท่าเทียมกัน แต่ทั้งนี้ สถานะการเป็น “สินค้า” ก็มิได้จางหายไป เพราะความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ยังถือว่าเป็นจุดขายหลักของโฮมสเตย์แห่งนี้ อันมีพลังดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักบ้าน และร่วมกิจกรรมในชีวิตประจำวันต่างออกไปจากตัวนักท่องเที่ยว ดังที่จะเสนอในหัวข้อถัดไป

2. นักท่องเที่ยว: ผู้ซื้อของโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดู

ปัจจุบันโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้าพักโฮมสเตย์ตลอดทั้งปีเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 200 คนต่อเดือน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในบ้านยะดูเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีใจรักการผจญภัย ชอบการค้นหาความแปลกแตกต่างและทำทนายจากการเดินป่าฝ่าดงท่องเที่ยวในดินแดนห่างไกล สัมผัสวิถีชนเผ่า เรียนรู้ชีวิตและช่วยเหลือผู้คนที่ด้อยโอกาสทางสังคม ซึ่งได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ (Backpacker) กลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครและนักศึกษาที่เข้ามาเรียนรู้พร้อมทั้งจัดกิจกรรมพัฒนาให้แก่หมู่บ้าน โดยชาวบ้านยะดูได้จัดประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็น 3 กลุ่ม ตามแหล่งที่มาจากตัวแทนชายโปรแกรมท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการจัดกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 1 “แขกหุ่นเงา” คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากมูลนิธิหุ่นเงาทั้งชาว

ไทยและต่างประเทศ โดยสามารถแบ่งประเภทตามรูปแบบกิจกรรม *ประเภทที่* หนึ่ง กลุ่มนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีเป้าหมายการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและเรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าเท่านั้น กิจกรรมที่ทำได้คือเดินป่า นอนพักบ้านโฮมสเตย์ และทานอาหารเช้า ณ จุดชมวิวและเดินทางกลับ *ประเภทที่สอง* กลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร เป็นกลุ่มบุคคลที่อาสาเข้ามาช่วยงานมูลนิธิและมีความสนใจช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม กิจกรรมที่ปฏิบัติเป็นกิจกรรมเชิงพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้าง ซ่อมแซมสถานที่ สาธารณูปโภคภายในหมู่บ้านระยะดู รวมถึงการสอนหนังสือและจัดกิจกรรมสันทนาการกับเด็กๆ ถึงแม้ว่ารูปแบบกิจกรรมจะต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทยังใช้บริการพักบ้านโฮมสเตย์เหมือนกัน โดยเรียงลำดับตามคิวจนครบ ซึ่งชาวบ้านเรียกการจัดคิวนี้ว่า “คิวหุงเงา” และผู้ศึกษาขอเรียกบ้านที่รับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า “บ้านคิวหุงเงา” ทั้งนี้การนำเที่ยวและประสานงานจะมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือชาวบ้านเรียกว่า “ไกด์หุงเงา” เป็นผู้ดูแล

กลุ่มที่ 2 “แขกบริษัททัวร์” คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีแหล่งที่มาจาก บริษัททัวร์ เกสเฮาส์ ทั้งในเชียงใหม่และเชียงราย มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อผจญภัยและพักผ่อน ท่องชมหมู่บ้านเท่านั้น กิจกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ การเดินป่า หรือนั่งช้าง เดินชมหมู่บ้าน นอนพักบ้านตอนกลางคืนและเดินทางกลับในช่วงเช้าของอีกวัน โดยบ้านที่ “แขกบริษัททัวร์” เข้าพักจะเป็นบ้านที่บริษัทติดต่อประสานงานผ่านมัคคุเทศก์ไว้แล้ว หรือว่าเป็นสิทธิของมัคคุเทศก์ในการเลือกบนความสนิทสนมกับเจ้าของบ้านที่สามารถเอื้อความสะดวกสบายแก่ตน และเมื่อมัคคุเทศก์เลือกแล้วก็มักไม่พาแขกไปนอนบ้านหลังอื่น ผู้ศึกษาจึงเรียกบ้านที่แขกบริษัททัวร์เข้าพักว่า “บ้านแขกประจำ” ทั้งนี้บ้านยะดูมี “บ้านแขกประจำ” ทั้งหมดจำนวน 3 หลัง และตลอดระยะเวลาที่พัก “บ้านแขกประจำ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มัคคุเทศก์ของบริษัทเป็นผู้ดูแลตั้งแต่ นำเที่ยวจนถึงประกอบอาหาร เจ้าของบ้านเพียงจัดที่นอนพร้อมข้าวให้เท่านั้น ทั้งนี้ ระบบการรับแขก ระบบการตลาด และการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1

และ 2 ทางมูลนิธิทุนเงาและบริษัททัวร์ จะเป็นผู้ดำเนินการให้ชาวบ้านยะดู

กลุ่มที่ 3 “นักศึกษา” คือกลุ่มนักศึกษาชาวไทยที่ได้รับข้อมูลบ้านยะดูจากสื่อประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานที่ทำงานกับบ้านยะดูและเข้ามาประสานงานกับหมู่บ้านยะดูโดยตรง ส่วนมากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเข้ามาพักเป็นกลุ่มใหญ่เพื่อจัดกิจกรรมทั้งประเภทค่ายอาสาพัฒนาและประเภทศึกษาเรียนรู้หรือดูงาน ทั้งนี้การเข้าบ้านพักโฮมสเตย์ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลที่นักศึกษาติดต่อประสานงานในการพิจารณาซึ่งอาจไม่ตรงตามคิวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 “แขกทุนเงา” ส่วนราคาบริการพักบ้านโฮมสเตย์นั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณหรือการขอความอนุเคราะห์จากนักศึกษา

แต่ทั้งนี้ในหัวข้อถัดไปที่เสนอถึง ระบบซื้อขายและการบริการ ผู้ศึกษาจะเสนอเฉพาะกลุ่มที่ 1 “แขกทุนเงา” เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่เลือกบริโภคการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยตรง และถือว่าเป็นผู้รับบริการกลุ่มใหญ่ของหมู่บ้านยะดูซึ่งประกอบไปด้วยจำนวนบ้านพักโฮมสเตย์ถึง 38 หลังคาเรือน จากจำนวนบ้านทั้งหมด 40 หลังคาเรือน

3. ปฏิบัติการสร้างภาพแทน ผ่านสื่อออนไลน์ : การซื้อขายโปรแกรมทัวร์

เหตุที่มาของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูของนักท่องเที่ยวกลุ่ม“แขกทุนเงา” คือการชมสินค้าทางเว็บไซต์ของมูลนิธิทุนเงาก่อนเป็นอันดับแรก ดังคำกล่าวของเจ้าหน้าที่มูลนิธิทุนเงาว่า “แขกที่มาเที่ยวโฮมสเตย์กับเราส่วนมากรู้จักทางเว็บไซต์ ติดต่อกับเราก้ทางอินเทอร์เน็ต ทุกวันพวกเราทำงานผ่านทางเน็ตเป็นส่วนใหญ่อยู่น้ำคอมพิวเตอร์กันทั้งวัน อาสาสมัครทำงานเสร็จกลับไปยังติดต่อกันทางเมลล์อยู่เลย”

รูปแบบเว็บไซต์ของมูลนิธิหุ่นเงานั้น เป็นการเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ชนเผ่า โดยการใช้วิธีแทรกภาพประกอบเป็นรูปกิจกรรมนักท่องเที่ยว รูปชาวเขา และรูปวิวทิวทัศน์ ส่วนเนื้อหามุ่งเน้นการท่องเที่ยวโฮมสเตย์หมู่บ้านชาวเขาเป็นหลัก แล้วจึงเชื่อมโยงถึงข้อมูลโครงการท่องเที่ยวชนเผ่าภายใต้การทำงานของมูลนิธิหุ่นเงาและการมีส่วนร่วมของพี่น้องชนเผ่า อันสามารถสะท้อนถึงเทคนิควิธีการสร้างภาพแทน จากการดึงความเป็นชาติพันธุ์ล้าให้เป็นจุดเด่นของโปรแกรมทัวร์ และเสนอกิจกรรมการพักผ่อนคั้นในบ้าน และรวมกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชาวลาหู่ให้เป็นจุดขายของการบริการ ตามที่มูลนิธิหุ่นเงาประชาสัมพันธ์เสนอขายบนเว็บไซต์ดังต่อไปนี้

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์นั้น จะเป็นลักษณะของการชักชวนเข้ามาสัมผัสหมู่บ้านโฮมสเตย์ชาวเขาในพื้นที่รับผิดชอบของโครงการ ผ่านการนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสชีวิตประจำวันของชาวเขา ดังนี้ “โฮมสเตย์ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้ปฏิบัติตนเหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น เข้าขึ้นทำอาหาร เตรียมข้าวห่อไปทานกลางวัน สายหน่อยออกไปทำอะไรทำนา ปลูกผัก ผู้หญิงอาจอยู่บ้านทำงานฝีมือ ทอผ้า จักสาน ได้รับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งอาจเก็บผัก ตกปลาตัวเอง ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่ต่างไปจากที่เราเป็นอยู่”

ส่วนเนื้อหา ที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดูโดยตรง นั้น คือหัวข้อ“โปรแกรมทัวร์” มุ่งเน้นนำเสนอว่า เป็นหมู่บ้านชาวลาหู่ที่อยู่ห่างไกลและทุรกันดาร แต่มีภูมิทัศน์งดงามและที่ตั้งในบริเวณเดียวกับจุดชมวิวทะเลหมอกที่เต็มไปด้วยดวงดาวเต็มท้องฟ้าในยามค่ำคืนและอากาศหนาวเย็น ส่วนภาพปรากฏของชาวลาหู่บ้านยะดู เป็นการตั้งใจนำเสนอที่เน้นลักษณะวิถีชีวิตเรียบง่ายและดั้งเดิม พึ่งพาธรรมชาติ และสอดคล้องกับความเชื่อและประเพณี

ตั้งที่ผู้จัดทำเสนอว่า “วิถีพี่น้องชนเผ่าชาวลานูที่ยังนับถือวิถีแบบดั้งเดิมอยู่” พร้อมกับตอกย้ำโดยการนำเสนอข้อมูลความเป็นชาติพันธุ์ลานู ผ่านการนำเสนอในหัวข้อ “อาหารคนชนเผ่า” “ปฏิทินวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวไทยภูเขา” และ “นิทานชนเผ่า” อันสามารถยกตัวอย่างได้จากหัวข้อ “อาหารคนชนเผ่า” ดังนี้ “อาหารตามแบบฉบับของลานู จะเน้นการทานอาหารประเภทข้าว พืชผัก สมุนไพร แมลง สัตว์เล็ก ที่หาได้ตามฤดูกาล ชนเผ่าจะปลูกข้าวในฤดูฝน และเก็บเกี่ยวไว้ใช้กินตลอดทั้งปี ผักและสมุนไพรก็จะหาเก็บได้ตามป่า ห้วยน้ำ อาหารส่วนใหญ่จะเป็นประเภทต้ม และไม่ใช้น้ำมันพืช หรือเครื่องปรุงรสที่ฟุ่มเฟือย โดยปกติแล้วในแต่ละมื้อจะไม่มีเนื้อสัตว์ นอกจากนี้ในช่วงที่มีงานเทศกาล หรืองานพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น การบวงสรวงผีและบรรพบุรุษ ก็จะมีการฆ่าหมู ไก่ หลังจากการบวงสรวงจะนำเนื้อสัตว์ที่เหลือ มาประกอบอาหาร ด้วยวิถีชีวิตที่พึ่งพาป่าและธรรมชาติเช่นนี้เอง จึงทำให้ชาวลานูมีสุขภาพดี”

ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ชาวลานูบ้านยะดูยังมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอของเวปไซด์ ที่เน้นจุดสำคัญมุ่งเสนอการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ หมู่บ้านยะดูจึงมีชาวมุขบ้านชาวลานูทั่วไปแต่ถูกฉายภาพปรากฏเป็นหมู่บ้านชาวลานูที่มีวิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตประจำวันที่แตกต่างกันจากชีวิตนักท่องเที่ยวเป็นจุดเด่น และมีความพร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้และปฏิบัติร่วมการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังที่ผู้จัดทำเสนอขอความเชื่อเชิณักท่องเที่ยวว่า “นักท่องเที่ยวจะได้ปฏิบัติตนเหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ได้รับประทานอาหารท้องถิ่นเอง และได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่ต่างไปจากที่เราเป็นอยู่”

นอกจากนั้น เทคนิคในการใช้ภาพประกอบนอกจากเป็นเครื่องยืนยันว่า นักท่องเที่ยวจะได้ร่วมกิจกรรมในบ้านและชีวิตประจำวันของลานูจริงแล้ว การแทรกภาพดังกล่าวยังส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดูนั้น

มีความคล้อยตามรูปภาพประกอบบนเว็บไซต์ ชาวลาหู่จึงเป็นชนที่มีที่ตั้งบนป่าเขาเขียวขจี มีชีวิตผูกติดกับการทำไร่ ดำรงไว้ซึ่งประเพณีความเชื่อดั้งเดิมและสวมชุดประจำเผ่าประกอบกิจกรรม ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ท่ามกลางความสามัคคีและร่วมมือในการประกอบพิธีกรรมของชุมชน ตามภาพประกอบที่ผู้จัดทำเลือกนำเสนอ



ห้องภาพของเว็บไซต์แสดงวิถีชนหมู่บ้านยะดู

และท้ายสุดคือหน้าเวปเพจที่เสนอถึงวิธีการติดต่อซื้อขายโปรแกรมทัวร์ และเสนออัตราค่าบริการโปรแกรมทัวร์ในราคา 1,800 บาท/คน ซึ่งสามารถสะท้อนถึงรูปแบบการแลกเปลี่ยนซื้อขายสำหรับไฮมสเตยชาวลาหู่บ้านยะดู มิใช่การติดต่อกับชาวลาหู่โดยตรง แต่เป็นการแลกเปลี่ยนในรูปแบบตลาดสมัยใหม่ที่มีการซื้อขายทางโลกออนไลน์ระหว่างนักท่องเที่ยวและมูลนิธิหุ่นเงาอันเป็นที่ผู้สร้างภาพลักษณ์และเสนอขาย ดังนั้น การซื้อขาย ณ ตลาดแห่งนี้ จึงเริ่มจากตัวนักท่องเที่ยวเป็นผู้ท่อมภาพลักษณ์ และพิจารณาสินค้าบนภาพจินตนาการที่เวปไซต์เสนอขาย หลังจากนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจที่ร่วมทริป พวกเขาจะ

ตอบตกลงในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และโอนเงินผ่านระบบธนาคารสั่งจ่าย
ในนามของมูลนิธิหุนเงา

4. การบริโภคบนปฏิบัติการโปรแกรมทัวร์

จินตนาการบนหน้ากระดาษและเว็บไซต์ได้เริ่มถูกสานต่อเพียงแค่นักท่องเที่ยวก้าวเท้าเดินท่องป่าผจญภัยตามโปรแกรมทัวร์ หลังจากกรณมูลนิธิรับนักท่องเที่ยวจากจุดนัดหมายที่สถานีขนส่งในตัวเมืองเชียงใหม่ในเวลาเช้าแล้ว โปรแกรมการท่องเที่ยวก็จะเริ่มขึ้น ณ มูลนิธิหุนเงาโดยกิจกรรมแรกคือการรับชมวิดีโอแนะนำมูลนิธิหุนเงาในนามของหน่วยงานที่ทำงานพัฒนากับชาวเขาในพื้นที่พร้อมทั้งแนะนำโครงการท่องเที่ยวชนเผ่าว่าเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชุมชน นอกจากนี้ทางมูลนิธิยังเสริมกิจกรรมพิเศษเพื่อเตรียมความพร้อมนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปท่องเที่ยวชนเผ่าผ่านวิธีการบรรยายแบบเป็นกันเองจากเจ้าหน้าที่มูลนิธิโดยการเปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์เสนอภาพประกอบกิจกรรมพร้อมคำบรรยายแบบสั้นภายใต้หัวข้อว่า *“Do & Don’t”* ผสมเทคนิคกำจัดอารมณ์ขันสร้างบรรยากาศผ่อนคลายดังคำตอบของเจ้าหน้าที่มูลนิธิพูดถึงการเตรียมตัวของนักท่องเที่ยวว่า *“ให้สัมผัสกับอารมณ์ผ่อนคลายไม่ใช่วิชาการตึงเครียด เพราะว่าเขามาเที่ยวไม่มาทำงานวิชาการนะจะ แทรกคำพูดตลกไปนิดหน่อย สิ่งที่ไม่ได้ don’t ก็คือไม่ให้มีเช็กอินในบ้าน ขออนุญาตก่อนถ่ายรูป เก็บขยะพลาสติกใส่ถุงเองเพราะชาวบ้านเขาไม่มีที่กำจัด แต่งกายให้สุภาพ อะไรทำนองนี้ ส่วน Do เราก็จะชวนว่า ถ้าขึ้นไปคุณอาจช่วยทำงานบ้านได้นะ หรือเลือกที่จะเดินเล่นชมหมู่บ้านและเล่นกับเด็กก็ได้ และอย่าลืมอุดหนุนสินค้าหัตถกรรมของชาวเขาด้วยละกัน ประมาณนี้”*



ภาพประกอบกิจกรรม“Do & Don't

เมื่อจบกิจกรรม“Do & Don't”และแนะนำตัว “ไกด์หุ่นเงา”³ ผู้นำทาง และเจ้าหน้าที่โครงการชนเผ่าผู้ช่วยดูแลเป็นที่เสร็จเรียบร้อยแล้ว กิจกรรมต่อไปคือการเดินป่ามุ่งเดินทางสู่ บ้านยะดู ซึ่งเส้นทางเดินป่าจะมีลักษณะเช่นเดียวกับบริษัททัวร์ป่า นั่นคือ เดินเลาะผืนไร่เข้าสู่แนวป่าและขึ้นดอยสูงอันมีเป้าหมายทำนองเดียวกันตามคำอธิบายถึงสาเหตุที่มาของเส้นทางของเจ้าหน้าที่โครงการท่องเที่ยวชนเผ่าว่า “เป็นการท่องเที่ยวแบบนิเวศที่ต้องเดินป่าดูธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชาวเขาโดยให้ไกด์ของเราอธิบายผ่านสิ่งที่พบเห็นระหว่างทาง อย่างเช่นเจอพืชสมุนไพรก็หยิบจับและอธิบายให้นักท่องเที่ยวทันที” ซึ่งระหว่างทาง “ไกด์หุ่นเงา” จะมีการหยุดแวะให้นักท่องเที่ยวหายเหนื่อย และอาจชี้ชวนให้ดูต้นไม้ พืชสมุนไพรและผืนไร่ข้าว แทนค่าเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงการดำรงชีวิตชาวลาหู่โดยการทำไร่ข้าวและพึ่งพาธรรมชาติ

ทั้งนี้ก่อนเดินทางถึงหมู่บ้านยะดู “ไถด์หุ่เงา” จะต้องพานักท่องเที่ยวแวะเข้าชมพิพิธภัณฑ์ชนเผ่าบานดิน และเดินขึ้นดอยต่อบ้านยะดูในเวลาประมาณบ่ายสามโมงพร้อมเข้าพักที่“บ้านแซกหุ่เงา” ตามลำดับคิวิตที่ชาวบ้านจัดลำดับ

หลังจากนักท่องเที่ยววางกระเป๋าบนบ้านพักและดื่มน้ำชาแก้วกระบอกไม้ไผ่จากการต้อนรับของเจ้าของบ้านแล้ว กิจกรรมต่อไปที่“ไถด์หุ่เงา” แนะนำคือการชักชวนให้นักท่องเที่ยวเดินเล่นในหมู่บ้านเพื่อเป็นการฆ่าเวลารอรับประทานอาหารมื้อเย็น ซึ่งวิธีการเดินเล่นในหมู่บ้านจะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบปะกับภูมิทัศน์ของหมู่บ้านยะดู ว่าเป็นหมู่บ้านเกาะกลุ่มกันและตั้งถิ่นฐานบนเทือกเขาล้อมรอบไปด้วยเนินดอยและไร่ข้าว ตรงกลางหมู่บ้านมีห้วยน้ำไหลผ่านถึงสองสาย ส่วนบ้านเรือนนั้นมีการปลูกสร้างได้ระดับตามเนินเขาและรวมตัวกันเป็นกลุ่มใหญ่เรียงขนานตามสันเขาด้านบน สภาพบ้านเรือนทุกหลังคาเรือนเป็นบ้านชั้นเดียวยกพื้นสูง พื้นเรือนและฝาบ้านสร้างจากฟากไม้ไผ่ ส่วนหลังคานั้นทำจากหญ้าคา



ภูมิทัศน์หมู่บ้านชาวลาหู่บ้านยะดู

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินเล่นท่องเที่ยวชม หรือหยุดมอง ถ่ายรูป ชาวลาหู่ในการประกอบกิจวัตรประจำวันได้ทั้งชายหญิงสวมชุดเสื้อยืดกางเกง และผาถุงสีหม่นเก๋ากมหนากมตาทำกิจวัตรประจำวันทั้งทอผ้า นั่งเล่น สูบบุหรี่ ลางจาน เลี้ยงลูก แยกฟีนกลับจากไร่ ให้อาหารสัตว์ เป็นต้น บางครั้งอาจมีเด็ก นอยหน้าตาขะมุขะมอมวิ่งเล่นสวนทางไปมา และมีหมูดอยสีดำ ไก่บ้าน สุนัข เดินวนอยู่ใต้ถุนเป็นองค์ประกอบเสริม อันเป็นภาพชีวิตที่นักท่องเที่ยวสามารถ พบเห็นตลอดการเดินทางลัดตัดผ่านบ้านแต่ละหลัง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินเล่นเจ้าของบ้านจะรับช่วงต่อในการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งหมด ตั้งแต่พาไปชี้จุดนอนบริเวณกลางบ้านริมเตาไฟ รวมถึงประกอบอาหารเย็น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวเข้ามาช่วยประกอบอาหาร และสอบถามพูดคุยได้ด้วยแต่ส่วนมากเจ้าของบ้านมักพูดตอบเพียงเล็กน้อย และจะอมยิ้มเป็นคำตอบ หลังจากนั้นเมื่อทำอาหารเสร็จแล้วเจ้าของบ้านจะยก ชั้นโตกหวยเสิร์ฟอาหารพร้อมน้ำชาในกระบอกไม้ไผ่ ซึ่งเมนูอาหารจะประกอบไปด้วยแกงและผัดผักตามฤดูกาล ไข่เจียว และน้ำพริกลาหู่ ทั้งนี้ส่วนมากจะมี ตัวแทนเจ้าของบ้านเพียงหนึ่งคนเท่านั้นที่รับประทานอาหารร่วมกับนักท่องเที่ยว ส่วนบรรยากาศระหว่างรับประทานอาหารอาจมีบทพูดสนทนาไม่มากนัก เนื่องจากเจ้าของบ้านจะตอบคำถามสั้นๆ หรือเลือกใช้วิธีสบตาโยนประเด็นให้ ไกด์หุ่เนงาตอบคำถามแทน หรือบางครั้งก็มียอมตอบแต่ใช้วิธียิ้มตอบรับแบบ เงียบนิ่งแทน



รายการอาหาร “นักท่องเที่ยวหุนเงา”

หลังมื้ออาหารเย็นเจ้าของบ้านก็จะดำเนินการเตรียมชุดลาหู่ ซึ่งชวนสะกิดผ่านไกด์หุนเงาสื่อสารให้นักท่องเที่ยวสวมใส่เพื่อร่วมเต้นจะคี ซึ่งระหว่างรอการแสดงนั้น เจ้าของบ้านและเพื่อนบ้านอาจมาเสนอขายของที่ระลึกทั้ง ผ้าปัก กระเป๋าทอ เสื้อลาหู่ เมื่อเสียงกลองดังขึ้นไกด์หุนเงาจะเชิญนักท่องเที่ยวไปชมการแสดงและร่วมเต้นจะคีรอบกองไฟ ณ ลานกลางหมู่บ้าน ทั้งนี้กลุ่มผู้แสดงเต้นจะคีจะสวมชุดประจำเผ่าลาหู่ทั้งหมด อันประกอบด้วยผู้ชายเป็นผู้ตีกลองและเป่าแคนจำนวนสองคน และเด็กหญิงสาวประมาณ 5-6 คน การเต้นจะเริ่มขึ้นทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงโดยปราศจากคำพูด และเสียงอธิบายหรือแสดงท่าทีถึงการชักชวนให้นักท่องเที่ยวร่วมเต้น ดังนั้นเจ้าหน้าที่มูลนิธิต้องใช้วิธีกระซิบบอกนักท่องเที่ยวว่าสามารถร่วมเต้นได้ รูปแบบการเต้นระหว่างนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้แสดงจึงเป็นการเลียนแบบท่าทางคนตีกลองเคลื่อนตามเป็นวงกลมแต่เป็นวงกลมที่มีสองเส้นแบ่งกลุ่มเป็นนักท่องเที่ยวและผู้แสดงอย่าง

ชัดเจน ความสุขและเสียงหัวเราะอันเกิดจากการเต้นที่ไร้ทสนทนาระหว่างนัก
ท่องเที่ยวและกลุ่มผู้แสดงจึงเป็นเพียงความสนุกซึ่งถูกก่อกำตั้งขึ้นเองจากการเต้นที่
ผิดจังหวะและบทพูดแซวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวดูด้วยกันเองเท่านั้น เมื่อการ
เต้นสิ้นสุดลงกลุ่มนักท่องเที่ยวจึงแยกย้ายกลับไปบ้านพักโฮมสเตย์ของตนและ
เข้านอนในเวลาประมาณสองทุ่ม



กิจกรรมเต้นจะคี

โปรแกรมในเช้าวันใหม่นั้น คือการเริ่มต้นนอนในเวลาประมาณตีห้า
เดินเท้าขึ้นดอยชมทะเลหมอก ณ ที่พักจุดชมวิวในไร่ข้าวซึ่งชาวบ้านร่วมสร้าง
กับมูลนิธิหุ้เงา พร้อมรับประทานอาหารเช้าเป็นข้าวหุงในกระบอกไม้ไผ่เสิร์ฟ
พร้อมอาหารบนใบตอง เวลาประมาณเก้านาฬิกาจึงเริ่มเดินกลับเข้าบ้านพักเก็บ

ของและรำลาเจ้าของบ้านซึ่งอาจมีพิธีกรรมเล็กน้อย คือเจ้าของบ้านอาจผูกข้อมือให้หนักท้องเที่ยวและมีการถายรูปร่วมกันพอเป็นพิธี ต่อจากนั้นไก่ดีหุ้เงาจะออกนำเดินลงดอย เพื่อแะน้ำตักหวยแม่ชายแะข้าวเหนียวห่อใบตองรับประทานกับไก่ทอดเป็นอาหารกลางวันมื้อสุดท้าย ก่อนที่รถมุลนิธิหุ้เงาจะมารับกลับเพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นการปิดท้ายโปรแกรมทัวร์

5. โสมสเตย์ชาวลานหุ้บ้านยะดู : การซื้อ ขาย และบริโภคบนสัญลักษณ์

หากเรามองว่าการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ของหมู่บ้านแห่งนี้ในเชิงวัฒนธรรม ตามที่Hall (1997)เสนอว่า ความหมายของพื้นที่ที่ปรากฏภูมุนั้น เป็นผลผลิตของระบบการสร้างภาพตัวแทนบนการใช้ภาษาเป็นสื่อกลาง ให้เป็นภาพแทนเพื่อผลิตความหมายถึง ความคิด วัตถุ ความรู้ ทั้งเชิงรูปธรรม และนามธรรมที่ไม่สามารถอ้างอิงได้ในโลกความจริงได้ ซึ่งภาษาในกรณีเหล่านี้จะรวมถึงสัญลักษณ์ เช่น เสียง คำ โน้ต ฉะนั้น รูปภาพชาวลานหุ้สวมชุดประจำเผ่าและข้อความ ถ้อยคำภาษาที่แสดงถึงความเป็นชาติพันธุ์ลานหุ้บนเว็บไซต์ ตลอดจนการเลือกใช้วิธีการเดินป่า นอนบ้านลานหุ้ การดื่มน้ำชาจากกระบอกไม้ไผ่หรือการร่วมเต้นจะคี่ ในการบริการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ตามที่เสนอไป ก็ล้วนแล้วแต่เป็นการเลือกใช้ภาษาหรือเสนอเพียงบางสัญลักษณ์ อันสามารถสะท้อนปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทน จากการพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวโสมสเตย์ และเมื่อเรามองย้อนกลับไปพิจารณาถึงการซื้อขาย และการบริโภคสินค้าของการท่องเที่ยวโสมสเตย์บ้านยะดูแล้ว สามารถสะท้อนภาพปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทนของโสมสเตย์แห่งนี้ ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นเป็นตอน ที่อยู่บนความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการประชาสัมพันธ์และปฏิบัติการโปรแกรมทัวร์ในการท่องเที่ยวโสมสเตย์

กระบวนการประชาสัมพันธ์จะเป็นตัวกระตุ้นความเข้าใจ ในเชิงเชื้อเชิญ
 บนการบรรยายภาพสร้างมโนทัศน์ให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพจินตนาการต่อบาน
 ยะดู ตามเนื้อหาที่มูลนิธิทุ่มเงินผู้จัดต้องการนำเสนอ ในการพยายามเลือกหยิบ
 ความเป็นชาวเขาและความเป็นชาติพันธุ์ล้ามาเฉพาะบางลักษณะ ให้ตรงจุด
 ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสเท่านั้น ให้เป็นสัญลักษณ์ในการนำเสนอทั้งในรูป
 แบบ ถ้อยคำ รูปภาพ หรือแผนที่ ทั้งนี้อาจมีเทคนิคพิเศษใช้คำคุณศัพท์เพิ่ม
 น้ำหนักความหมายของสัญลักษณ์ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งกระบวนการ
 ประชาสัมพันธ์ดังกล่าวก็สะท้อนภาพถึงกระบวนการสร้างภาพตัวแทน ที่ลดรูป
 ความเป็นชาติพันธุ์ล้าให้เป็นเพียงสัญลักษณ์ เพื่อสร้างความหมายให้ในเชิงเน้น
 จุดขาย ให้มีน้ำหนักโดดเด่นตรงจุดตรงใจลูกค้าที่รักสัมผัสวิถีชนเผ่าที่ต่างจากตน
 ดังจะเห็นได้จากการใช้รูป ป่าไม้ ช่าง บาน และการแต่งกายของชาวเขา เป็นภาพ
 ประกอบและแทรกโดยเนื้อหาข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณนาบนเว็บไซต์ เป็นต้น

ส่วนปฏิบัติการโปรแกรมทัวร์ ถึงแม้เป็นลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวได้
 ลงมือปฏิบัติจริง ทั้งเดินป่า ถ่ายรูป ท่องชมวิถีชีวิตชาวลานูที่เคลื่อนไหว และยัง
 สามารถเข้าไปสัมผัสจากการมีประสบการณ์ตรง ทั้งการนอนบ้านชาวเขา รับประทาน
 อาหารลาหู่ หรือบางครั้งอาจได้สนทนากับเจ้าของบ้าน จนถึงขั้นมีส่วนร่วม
 ร่วมลงมือปฏิบัติจริงในการช่วยทำอาหารหรือช่วยงานบ้านในการดำเนินชีวิตของ
 ชาวลานู แต่หากเรามองย้อนกลับไปถึงปฏิบัติการโปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยวโฮม
 สเตย์บ้านยะดูเราก็พบว่าช่วงเวลาการท่องเที่ยวนั้น อยู่ในกรอบเวลาที่โปรแกรม
 ท่องเที่ยวกำหนด ฉะนั้นการที่นักท่องเที่ยวจะสัมผัสวิถีชีวิตทั้งหมดของชาวลานู
 ในช่วงเวลาอันจำกัดแทบเป็นไปไม่ได้ และด้วยเหตุเงื่อนไขของเวลา การท่องเที่ยว
 จึงเป็นการหยุดชมเพียงบางจุด เช่น เดินผ่านผืนป่า หยุดดูท้องไร่ ศาลาพิธี ส่วน
 การร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสเพียงเฉพาะบางกิจกรรม เช่น การ
 เต้นจะคี การนอนพักในบ้าน การรับประทานอาหาร ซึ่งถือว่าเป็นบางกิจกรรมที่
 เป็นพิเศษเสียของการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งหมดของชาวลานูเท่านั้นเอง แต่

กิจกรรมดังกล่าวก็ถือว่ามีจุดเด่น อันสามารถเป็นตัวแทนความเป็นชาติพันธุ์ ลahu ตามการนำเสนอภายใต้กรอบเวลาที่จำกัด



กิจกรรมภายในบ้านของ“นักท่องเที่ยวหุงเงา”

ฉะนั้นถึงแม้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านยะดูมิได้เสนอภาพ เรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน และบ้านของชาวลาหู่อย่างเช่นการประชาสัมพันธ์ ในสื่อ แต่การดำเนินกิจกรรมตามโปรแกรมท่องเที่ยวดังกล่าวก็เสนอภาพถึง กระบวนการสร้างภาพตัวแทนเชิงปฏิบัติการ ที่เลือกบางมุม นำเสนอเพียงบาง จุด อันสะท้อนถึงระบบสัญลักษณ์เช่นกัน แต่กิจกรรมท่องเที่ยวนั้นจะมีความ แบนเนียบมากกว่าโดยการใช่เทคนิคเชิงปฏิบัติการ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในกิจกรรมและลงมือปฏิบัติจริงเท่านั้นเอง

6. ภาพลักษณ์สินค้า ภาพลักษณ์ความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่

แม้ว่าการซื้อขายและบริโภคการการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์จะเป็นเพียงการสร้างภาพตัวแทนแสดงผ่านสัญลักษณ์เท่านั้น แต่หากมองตามที่ Hall เสนอว่ากระบวนการสร้างภาพตัวแทนในฐานะตัวแทนทางวัฒนธรรมและปฏิบัติการเชิงสัญลักษณ์นั้น มีอำนาจในการครอบงำทางอุดมการณ์ ในการสร้างระบบความคิด อุดมการณ์ และวัฒนธรรมให้กลายเป็นระบบหลักของสังคม อีกทั้งยังเบียดระบบความคิดอื่นให้เป็นสิ่งมีขอบธรรม โดยใช้วิธีผ่านระบบกลไกต่างๆ โดยเฉพาะด้านสื่อผ่านการนำแนวคิด อุดมการณ์ สอดแทรกเข้าไปในการสื่อสารอย่างแนบเนียน และไม่เกิดข้อสงสัย จนในที่สุดก็กลายเป็นเรื่องสามัญทั่วไป ทั้งนี้การสร้างอำนาจครอบงำ จะปฏิบัติการผ่านการเลือกภาพหรือความคิดบางอย่างแล้วสร้างภาพตัวแทนขึ้นมา และเมื่อระบบนั้นเข้ามาเกี่ยวพันกับเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ก็มักจะกลายเป็นภาพหรือความหมายรวม ที่เรียกว่าปฏิบัติการเชิงสัญลักษณ์ อันเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างภาพแทนที่นำไปสู่ความแตกต่างทางชาติพันธุ์ในสังคม (Hall, 1997)

ดังนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสเพียงผิวสัญลักษณ์ดังกล่าว จึงมีผลต่อการสร้างความหมายภาพลักษณ์โฮมสเตย์บ้านยะดูทั้งหมด และยังมีพลังส่งผลควบคุมความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ของบ้านยะดูอีกด้วย นั่นก็สามารถสะท้อนได้ว่าความหมายของตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่ที่ถูกผลิตอย่างหลากหลายตลอดเส้นทางท่องเที่ยวข้างต้นนั้นได้แสดงอำนาจเป็นตราประทับกำหนดควบคุมภาพลักษณ์ชาวลาหู่บ้านยะดูไปแล้ว

ทั้งนี้สามารถสะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ลาหู่ อันเป็นผลของการซื้อขายสัญลักษณ์ของตลาดแห่งนี้ได้ จากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากที่พวกเขาได้ชื่นชมสัมผัสและมีส่วนร่วมเข้าไปในโลกท่องเที่ยว ดังที่ “แอนนี่” นักท่องเที่ยว “นักท่องเที่ยวแซกฮุนเงา” ชาวอังกฤษได้แสดงถึงภาพลักษณ์บ้านยะดู และชาว

ลาหู่ว่า “อยากอยู่ที่นี้ไปนาน ๆ เพราะไม่ต้องใช้เงิน ฉันชอบบ้านนี้ทำด้วยไม้ไผ่ หลังคาและสิ่งต่างๆ ทำมาจากไม้ไผ่ธรรมชาติทั้งนั้น ผู้คนที่นิยมตลอดเวลาคือคนอังกฤษมาก ฉันชอบเที่ยวแบบนี้ อยากรู้ว่าพวกเขาอยู่กันกันอย่างไร นอนกันอย่างไร ฉันชอบเรียนรู้วิถีชีวิตที่แตกต่างออกไป ถ้าให้ฉันอยู่ที่นี้ได้นาน ๆ ฉันก็จะอยู่”

แต่ทั้งนี้สำหรับนักท่องเที่ยวหุนเงาอาจมีการสร้างความหมายเพิ่มบนการมองว่าชาวลาหู่บ้านยะดุมเป็นบุคคลนาสงสารและควรค่าได้รับการส่งเสริมพัฒนาอย่างยิ่ง ตามถ้อยคำสนทนาของ “พีตูกตา” นักท่องเที่ยวชาวไทยกล่าวว่า “พี่ว่านะพวกเขาน่าสงสาร กลับไปพี่จะไปซื้อหนังสือ เสื้อผ้าดี ๆ ส่งกลับมาให้ไปเอานะ พี่จะส่งไปให้ที่มูลนิธิเขาไปเอานะ”

แม้ว่าภาพลักษณ์การรับรู้ต่อชาวลาหู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวโฮมสเตย์ข้างต้น ผู้ศึกษาจะยกมาเพียงบางส่วนของข้อมูลภาคสนาม แต่เป้าหมายการยกถ้อยคำดังกล่าวผู้ศึกษาต้องการสะท้อนว่าชาวลาหู่ในบ้านยะดุมนั้นถูกสร้างความหมายให้แตกต่างกันไป สอดคล้องตามเส้นทางท่องเที่ยวซึ่งมีส่วนช่วยทำให้ความเป็นชาติพันธุ์ปรากฏตามสื่อประชาสัมพันธ์และทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงตัวตนชาวลาหู่ดังกล่าวของ “แอนนี่” นักท่องเที่ยวหุนเงากล่าวว่า “ก่อนที่จะมาที่นี่ฉันไม่รู้จักลาหู่ รู้จักแต่ชาวเขาจากหนังสือคู่มือท่องเที่ยวอย่างเช่น Lonely Planet หรือเว็บไซต์ไอโซน แต่รู้จักชาวลาหู่จากพิพิธภัณฑ์ที่ฉันแวะดูแต่สำหรับฉันแล้วฉันแยกไม่ออกว่าอันไหนลาหู่อันไหนอาข่า”

แต่ทั้งนี้ความหมายโดยรวมที่นักท่องเที่ยวส่วนมากสะท้อนกลับต่อผู้ศึกษาทำให้ผู้ศึกษาค้นพบว่าภาพลักษณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยวในโฮมสเตย์ชาวลาหู่บ้านยะดุมได้มีความหมายทางชาติพันธุ์ลาหู่อย่างตรงตัว แต่กลับเป็นภาพรวมบนความหมายว่า “ชาวเขา” ดังที่ “พีตูกตา” นักท่องเที่ยวหุนเงาชาวไทยสนทนากับผู้ศึกษาหลังจากจบทริปท่องเที่ยวว่า “อ้าว! ลาหู่ไม่ใช่ชื่อหมู่บ้าน

เธอ **พินิจ**ว่าเป็นชาวเขา ทุกหมู่บ้านที่เราไปเที่ยวเป็นชาวเขาเหมือนกัน
หมดไม่เธอ”

แต่ทว่าภาพลักษณ์ที่ถูกผลิตจากนักท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่
นักท่องเที่ยวประสบตามเส้นทางท่องเที่ยว และอาจแทบจะไม่สะท้อนว่าความ
เป็นชาติพันธุ์ชาวลาหู่บ้านยะดูคือใครหรือแม้กระทั่งความหมายรวมว่า “ชาว
เขา” ก็ตาม ดังจะเห็นได้จากส่วนหนึ่งของบทสนทนานักท่องเที่ยวชาวอังกฤษซึ่ง
สะท้อนออกมาว่า “ฉันไม่รู้จักชาวเขา หรือหมู่บ้านนี้ แต่ก่อนที่ฉันมาค้นหา
ข้อมูลเกี่ยวกับไทยทางอินเทอร์เน็ต ไซ...ฉันรู้จักช้าง และฉันก็เริ่มเที่ยว
ทะเลก่อน ต่อจากนั้นฉันก็ขึ้นมาทางเหนือ ไกด์ก็พาฉันนั่งช้าง! ไม่พูดอะไร
นะและก็มาถึงหมู่บ้านนี้ ชื่ออะไรนะ..แต่ฉันชอบเงียบสงบดี”

7. ปฏิบัติการเงียบ

นอกจากนั้นผู้ศึกษาตั้งข้อสังเกตว่าภาพลักษณ์บนภาพรวมความเป็น
“ชาวเขา” ดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับปฏิบัติการรับแขกจากชาวลาหู่บ้านยะดูตั้งที่นำ
เสนอไปแล้วว่าพวกเขาแทบจะไม่มีปฏิสัมพันธ์พูดคุยกับนักท่องเที่ยวดังเช่นกรณี
การต้อนรับแขก “บ้านหุนเงา” ที่เจ้าของบ้านจะไม่มีการพูดคุยอธิบายถึงความ
เป็นชาติพันธุ์ลาหู่หรือแทบไม่พูดคุยกับแขก แต่อย่างไรก็ตาม การต้อนรับแขก
ที่ไร้เสียงดังกล่าวนั้นก็เป็นเหมือนปฏิบัติการซึ่งอนุญาตให้นักท่องเที่ยวปล่อย
จินตนาการจับคู่กับสัญลักษณ์ทั้งตัวบ้านไม้ไผ่ ป่าไม้ ไร่ข้าว รวมถึงท่าทีของชาว
ลาหู่อันนิ่งเงียบ ต่อจากนั้นนักท่องเที่ยวจะนำการจับคู่ดังกล่าวไปผสมผสานกับ
ข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อถอดรหัสใส่ความหมายเป็นภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้

การเงียบ ไม่ตอบ ไม่พูดคุย ยิ้ม..อย่างเดียว ถือเป็นลักษณะเด่นของชาว
ลาหู่บ้านยะดู อันแตกต่างจากหมู่บ้านไฮมสเตยชาวเขาอื่นๆ ในโครงการท่องเที่ยว
ชนเผ่าด้วยกัน ซึ่งลักษณะเด่นของชาวลาหู่บ้านยะดูดังกล่าวถือได้ว่าเป็นผลผลิต

จากการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันในการต้อนรับแขกและเฝ้าสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ว่า “ฝรั่งเศสมันไม่พูด เดินดู ถ่ายรูป ทำอะไรของมันไป” หรือ “มีไกด์แล้ว.....เขา(นักท่องเที่ยว)ก็พูดกับไกด์ของเขาไป..แล้วเขาจะพูดอะไร อยากได้อะไรเขาก็บอกไกด์..ไกด์ก็บอกเรา เขาก็ตอบคำสั่งสองคำ ไกด์มันก็อธิบาย ให้ไกด์มันพูดเก่ง”

ทั้งนี้ การเจียม ไม่พูดของชาวลานู ยังถือว่าเป็นปฏิบัติการสร้างภาพตัวแทน เพราะสามารถแสดงถึงลักษณะเฉพาะทางชาติพันธุ์ชาวลานู จนมูลนิธิทุนเงาเข้าไปเป็นข้ออธิบายถึงลักษณะความเป็นชาติพันธุ์ลานูแนะนำนักท่องเที่ยวประเภทอาสาสมัครก่อนลงพื้นที่ว่า “พฤติกรรมของลานูค่อนข้างเป็นคนที่ค่อนข้างนิ่งเฉย เราให้ข้อมูลนี้กับอาสาสมัครด้วย ดังนั้นพวกเขา(ลานู)ก็จะได้แต่ยิ้ม บางครั้งคุณเข้าไปในบ้านและคุณอาจไม่เห็นเจ้าของบ้านเขาก็จะหลบไป อยู่อีกหลังหนึ่ง แล้วก็ชี้ชาย จะเผลอมาบางเวลากินข้าวกับเรา เขาก็ไม่กินข้าวร่วมกับเรา เขาค่อนข้างจะอาย” ซึ่งนัยความหมายความเป็นชาติพันธุ์ลานูของประโยคนี้อธิบายถึงทุนเงาเสนอให้นักท่องเที่ยว ก็ตรงกับใจชาวลานูบ้านยะดู ดังคำพูดของ “ยะคา” ไกด์หนุ่มชาวลานูบ้านยะดูที่มักจะสื่อถึงลักษณะนิสัยประจำตัวชาวลานู อันต้องการให้นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพเชิงบวกว่า “ลานูบ้านนี้รักสงบ ไม่ชอบทะเลาะ มีปากเสียกับใคร บรรพบุรุษที่ย้ายมาข้างบนนี้ ก็ต้องการอยู่ที่ห่างไกลสงบจากคนอื่น” ทั้งที่จริงแล้วในชีวิตประจำวันของชาวลานูบ้านยะดู มิใช่คนปิดปากเงียบเสมอไป แต่พวกเขากลับใช้วิธีพูดจาเล่าเรื่องราวชีวิตแต่ละวันในช่วงเวลาของการพักผ่อน หรือแสดงความไม่พอใจคำทอเพื่อนบ้านอย่างโจ่งแจ้งและไว้วางใจอย่างเสียดัง ในยามที่ไม่มีแขกเข้ามาพัก

สรุป

จากการนำเสนอถึงโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดูซึ่งตลอดเส้นทาง การท่องเที่ยว นั้น ได้แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์โฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดูที่ถูกผลิตปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ มิได้ถูกนำเสนอโดยตัวชาวลานูบ้านยะดูเอง แต่มีมูลนิธิหุเงาเป็นผู้ปะติดภาพมโนทัศน์เสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว แต่การถูกนำเสนอผ่านตัวแทนขายการท่องเที่ยวดังกล่าว ก็มีใช้ประทับตรากำหนดภาพลักษณ์ของหมู่บ้านยะดูทั้งหมด ภาพลักษณ์นั้นยังสัมพันธ์กับกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการเสนอภาพลักษณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ วัฒนธรรมท้องถิ่น และปฏิบัติการของชาวลานู โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวจะกระตุ้นให้เกิดการรวมความรู้สึกจินตนาการต่อพื้นที่ท่องเที่ยว และเกิดการสร้างภาพลักษณ์ขึ้น โดยแสดงออกมาในรูปภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่

ฉะนั้นรูปภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ของโฮมสเตย์บ้านยะดูจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจึงไม่ใช่แค่ขึ้นอยู่กับกระบวนการนำเสนอภาพลักษณ์ทางสื่อประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่รวมถึงประสบการณ์และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อบ้านยะดูเมื่อนักท่องเที่ยวแวะจะมีสัมพันธ์กับชาวลานูในพื้นที่ท่องเที่ยวแล้วถึงจะผลิตความหมายของภาพลักษณ์ขึ้นมาในแบบฉบับของตน หรือกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดูนั้น มีความสัมพันธ์กับกระบวนการแปรวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ภาพที่ถูกนำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบหรือกิจกรรมท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง ผู้คนชาวลานูบ้านยะดูและการบริการแบบโฮมสเตย์ รวมถึงภาพลักษณ์การรับรู้หลังจากการมีประสบการณ์ร่วม

เชิงอรรถ

- 1 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง การเมืองของการสร้างภาพตัวแทนทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวกรณีศึกษา: โฮมสเตย์ชาวลานูบ้านยะดู” ของ น.ส สารีณีย์ ภาสยะวรรณ นักศึกษาสาขาวิชาการพัฒนาสังคม ระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภายใต้งานสนับสนุนงบประมาณการวิจัยจากโครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต สกว. ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2553
- 2 ชื่อบุคคล องค์กร หมู่บ้าน ในบทความนี้ล้วนแล้วแต่เป็นนามสมมติ
- 3 “โกตหุ่นเงา” หมายถึง มัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่การทำงานของมูลนิธิมีทั้งชาวลานูและชาวอาข่าที่ผ่านการอบรมจากมูลนิธิเพื่อทำหน้าที่นำเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวชนเผ่า

บรรณานุกรม

- ไกรสิทธิ์ สิทธิโชคและคณะ. 2550. รายงานการวิจัยโครงการการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว).
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา.
- ชูศักดิ์ วิทยาภัก. 2554 . *การท่องเที่ยวกับการพัฒนา :พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พรเพ็ญ วิจักขณ์ประเสริฐ. 2548. *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักแบบโฮมสเตย์*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2549. *การบริหารจัดการโฮมสเตย์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย*. โครงการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท(Home Stay)พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและสินค้า OTP.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน). 2549. *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน).
- Cohen , Erik. 1999. *Thai Tourism Hill Tribes, Islands and Open – Ended Prostitution*. The Hebrew University of Jerusalem Press.

Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practice*. London: Sage.

Leepreecha,Prasit. 2008. " The Politics of Ethnic Tourism in Northern Thailand". *Mekong Tourism Competitiveness & Opportunities*. Chiang Mai: Within Design.

Shaw, Gareth and Williams Allan M. 2004. *Tourism and Tourism Space*. London: Sage.

Urry, John. 1991. *The Tourist Gaze : Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage .