

กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

IDENTITY CONSTRUCTION AND COMMUNICATION OF THAI SOLO FEMALE TRAVELERS

Miss Tuangtong Soraprasert



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่ เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
โดย	นางสาวดวงทอง สรประเสริฐ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกัญญา สมไพบูลย์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกัญญา สมไพบูลย์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีดา อัครจันทโชติ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน)

ดวงทอง สรประเสริฐ : กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง (IDENTITY CONSTRUCTION AND COMMUNICATION OF THAI SOLO FEMALE TRAVELERS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร. สุกัญญา สมไพบูลย์ , 272 หน้า.

การศึกษาเรื่อง การประกอบสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีวัตถุประสงค์การศึกษา ประการแรก เพื่อศึกษาว่าผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีการต่อสู้ ต่อรองและประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างไร ประการที่สอง เพื่อศึกษาว่าผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีกระบวนการในการสื่อสารเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างไร

การศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความ มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ด้วยบทในสื่อออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจำนวน 26 คน ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงก่อนการเดินทาง ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมีการสื่อสารอัตลักษณ์ถึงการเป็นผู้มีอิสระ สามารถทำในสิ่งที่ต้องการ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการหลบหนีออกจากชีวิตประจำวันอันน่าเหนื่อยหน่าย และสนใจการออกไปพบเจอสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมีการสื่อสารอัตลักษณ์ถึงผู้รู้จักดูแลความปลอดภัยให้กับตัวเอง เป็นผู้มีความรอบคอบและสติปัญญาในการเอาตัวรอดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เป็นผู้มีความซื่อสัตย์และซื่อสัตย์สูง เป็นผู้มีความใจกว้างพร้อมรับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อนอย่างเต็มที่ ภายหลังจากการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามตัวตนพื้นฐานเดิมที่แต่ละคนเคยเป็น

ดังนั้น การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับต้นทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมที่แต่ละคนมีอยู่และใช้ในการจัดการการท่องเที่ยว และการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างจากประสบการณ์การท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์ จะเป็นไปได้ในเชิงบวกเป็นส่วนใหญ่

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5585103928 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: IDENTITY / TRAVEL / WOMAN

TUANGTONG SORAPRASERT: IDENTITY CONSTRUCTION AND COMMUNICATION OF THAI SOLO FEMALE TRAVELERS. ADVISOR: ASST. PROF. SUKANYA SOMPIBOON, Ph.D., 272 pp.

The research aims 1) to study how solo female travelers construct their identities from traveling experiences. 2) to study how solo female travelers communicate their identities through online media. This study used qualitative methodology to collect data, including the in-depth interview and textual analysis from 26 samples of solo female travelers. The research also used phenomenological data analysis to coding, categorizing and making sense of the essential meanings of how traveling experiences effect identity construction of solo female travelers.

The results showed that traveling experiences helped solo female travelers to construct and communicate their female identities before, between and after traveling differently. Prior to traveling, solo female travelers portrayed themselves as being independent, having full freedom to live their own lives and using their trips as an escape from repetitive routine of their lifestyles, and to explore the exciting and unseen world. During their traveling, solo female travelers communicated more clearly as independent, adventurous and witty individuals. Post traveling, identity construction and communication of solo female travelers varied, depending on their background and capitals such as income, family supports, knowledge, education, and foreign language skill etc.

Hence, the identity construction of solo female travelers varied based on ones' economic and cultural capitals and how they managed their trips. In addition, the identity construction and experiences that were communicated through online media tend to be positive.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2016

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง "การประกอบสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุซงกีบัณฑิต และได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจาก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช” นี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์จากเหล่าคณาจารย์และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลาย ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณมาไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. สุกัญญา สมไพบูลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความกรุณาชี้แนะ ให้ความรู้ ตลอดจนสละเวลามาช่วยดูแลการทำงานวิทยานิพนธ์นี้อย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ผศ.ดร.ดวงกมล ขาดิประเสริฐ ผศ.ดร.ชาตรี ใต้ฟ้าพูล ผศ.ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ และรศ.ดร.สมสุข หินวิมาน ที่ได้ให้ข้อชี้แนะและคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์นี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหาร คณาจารย์ จากภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้การสนับสนุนทางด้านทุนการศึกษาและเวลาในการลาศึกษาต่อ ที่ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเปิดโลกทางวิชาการ และได้เรียนรู้เพื่อพัฒนาตัวเองอย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลาการเรียนดุซงกีบัณฑิต

ขอกราบขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่ามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์นี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณพ่อและแม่ ที่เป็นแรงใจอันสำคัญที่ทำให้ลูกฝ่าฟันอุปสรรค ความเหน็ดเหนื่อย ความรู้สึกท้อถอยหลายครั้งหลายครา จนสามารถสำเร็จการศึกษา ดังที่ตั้งใจไว้ได้

หากมีความผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามนำวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม	9
1.1 การพัฒนาของแนวคิดสตรีนิยม	10
1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยม.....	11
1.3 แนวคิดพื้นฐานของอุดมการณ์สตรีนิยม.....	16
2.แนวคิดด้านการท่องเที่ยว	19
2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	19
2.2 นักท่องเที่ยว	20
2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	23

3.แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา	25
4.แนวคิดอัตลักษณ์.....	26
4.1 ประเภทของอัตลักษณ์.....	30
4.2 การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์.....	31
5.แนวคิดการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis).....	31
5.1 การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)	32
5.2 การเล่าเรื่อง.....	33
6.แนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network).....	34
6.1 ความหมายของสังคมออนไลน์ (Social Network)	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบการวิจัย.....	43
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	45
1.การออกแบบงานวิจัย	45
2.แหล่งข้อมูลการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สถานการณ์การเก็บข้อมูล	45
2.1 แหล่งข้อมูลในการศึกษา	45
2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
3. วิธีวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
3.1 วิธีวิจัย	52
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	52
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บข้อมูล	53
4.ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	53
5.การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
6.การนำเสนอข้อมูล	56

บทที่ 4 การสื่อสารและประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	57
1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	57
2. ประสบการณ์ การสื่อสาร และอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	79
2.1 พฤติกรรม การสื่อสารอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารช่วงก่อนการออกเดินทาง ท่องเที่ยว.....	81
2.2 พฤติกรรม การสื่อสารอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารในช่วงระหว่างการเดินทาง ท่องเที่ยว.....	107
2.3 พฤติกรรม การแสดงอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว....	143
3. ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง.....	171
บทที่ 5 การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	177
1. พฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพัง	177
1.1 แรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์.....	178
1.2 การเลือกภาพถ่ายและคำบรรยาย.....	196
1.3 มุมมองเรื่องพื้นที่ส่วนตัว/พื้นที่สาธารณะ	201
1.4 ความสม่ำเสมอในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว.....	203
1.5 ความรู้สึกต่อผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็น	204
2. การวิเคราะห์ตัวบทเพื่อตีความการสื่อสารอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพัง	206
บทที่ 6 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะงานวิจัย.....	244
สรุปผลการวิจัย.....	244
1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	244

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว การสื่อสาร และอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะเวลา เดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	246
3. ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง	254
4. การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	255
การอภิปรายผลการวิจัย.....	258
1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	258
2. การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	261
3. การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในสื่อออนไลน์.....	264
ข้อจำกัดการวิจัย.....	265
ข้อเสนอแนะการวิจัย	265
รายการอ้างอิง	267
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	272

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	54
ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิง ที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	75
ตารางที่ 4.3 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	85
ตารางที่ 4.4 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง.....	92
ตารางที่ 4.5 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว.....	95
ตารางที่ 4.6 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว.....	100
ตารางที่ 4.7 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเน้นความปลอดภัย.....	111
ตารางที่ 4.8 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวล ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	116
ตารางที่ 4.9 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ.....	122
ตารางที่ 4.10 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้ความเป็นผู้หญิง เมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์.....	126
ตารางที่ 4.11 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker.....	130
ตารางที่ 4.12 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากความพึงพอใจใน การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว.....	134
ตารางที่ 4.13 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับ ความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก.....	139
ตารางที่ 4.14 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิด ความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง.....	150
ตารางที่ 4.15 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การ เดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพัง.....	157
ตารางที่ 4.16 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการต่อยอดอัตลักษณ์นักท่องเที่ยวให้กลายเป็นเป็นทุน ทางสัญลักษณ์และทุนเศรษฐกิจ.....	161

ตารางที่ 5.1 แรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังและระดับการ
 สื่อสารที่ปรากฏ.....185

ตารางที่ 6.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทาง
 ท่องเที่ยวตามพัง.....234

ตารางที่ 6.2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวและตัวตนที่เปลี่ยนไปของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยว
 ตามลำพัง.....237

ตารางที่ 6.3 การจัดกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....247



สารบัญภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 2.1 ภาพแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Schmoll.....	21
รูปภาพที่ 2.2 ภาพแสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว 5 ระยะ.....	23
รูปภาพที่ 2.3 แผนภาพแสดง “วงจรแห่งวัฒนธรรม” กับการสร้างอัตลักษณ์.....	26
รูปภาพที่ 4.1 ภาพที่พิกในประเทศโบลิเวียและโมร็อกโก อันสะท้อนให้เห็นสีสันและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว.....	103
รูปภาพที่ 4.2 นักเดินทางแบบ Flashpacker.....	128
รูปภาพที่ 4.3 โมเดล The Johari Window.....	140
รูปภาพที่ 4.4 ภาพโปรโมชันของสายการบินราคาประหยัด.....	162
รูปภาพที่ 4.5 ภาพโปรโมชันของสายการบินราคาประหยัด.....	163
รูปภาพที่ 4.6 Application ในโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	164
รูปภาพที่ 4.7 เว็บไซต์ให้บริการจองที่พัก.....	164
รูปภาพ 5.1 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง.....	169
รูปภาพ 5.2 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง.....	170
รูปภาพ 5.3 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง.....	170
รูปภาพ 5.4 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง.....	171
รูปภาพ 5.5 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง.....	172
รูปภาพ 5.6 บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเอง.....	172
รูปภาพ 5.7 บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเอง.....	173
รูปภาพ 5.8 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ.....	174
รูปภาพ 5.9 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ.....	175
รูปภาพ 5.10 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ.....	175
รูปภาพ 5.11 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ.....	176
รูปภาพ 5.12 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์.....	177
รูปภาพ 5.13 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์.....	177

รูปภาพ 5.14 ภาพการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเอธิโอเปีย.....	196
รูปภาพ 5.15 ภาพการท่องเที่ยวประเทศนามิเบีย.....	198
รูปภาพ 5.16 ภาพกิจกรรม sky diving ในประเทศนามิเบีย.....	199
รูปภาพ 5.17 ภาพกิจกรรมการชื้อฐในประเศโมร็อกโก.....	201
รูปภาพ 5.18 ภาพหนังสือแนะนำเที่ยว Lonely Planet.....	203
รูปภาพ 5.19 ภาพการเดินทางชมตลาดสดในเมืองซูเคร ประเทศโปลิเวีย.....	204
รูปภาพ 5.20 ภาพการแบ่งปันบทความและแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการถูกเชื้อชาติแบบเหมารวม.....	206
รูปภาพ 5.21 ภาพการซักทำความสะอาดเสื้อผ้าระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง.....	208
รูปภาพ 5.22 ภาพการสวมชุดประจำชาติเกาหลี มีภาพพระราชวังเกาหลีเป็นฉากหลัง.....	210
รูปภาพ 5.23 ภาพหนังสือและกระป๋องเบียร์ลาว บนเรือที่กำลังเดินทางสู่เมืองหลวงพระบางที่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	212
รูปภาพ 5.24 ภาพหนังสือการจัดกระเป๋าเดินทาง.....	213
รูปภาพ 5.25 ภาพรอยสัก Life is a Journey บนต้นขา.....	215
รูปภาพ 5.26 ภาพแผนที่และการระบุจุดหมายปลายทางที่เคยไปเยือนมาแล้ว.....	216
รูปภาพ 5.27 ภาพกลุ่มตัวอย่างและแสงเหนือในยามค่ำคืนที่ประเทศไอซ์แลนด์.....	217
รูปภาพ 5.28 ภาพอาหารพื้นเมืองอินโดนีเซีย.....	219
รูปภาพ 5.29 ภาพกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการวัยเกษียณกับการแต่งกายขณะออกเดินทางท่องเที่ยว.....	222
รูปภาพ 5.30 ภาพกลุ่มตัวอย่างซึ่งนอนกึ่งอยู่ในหิมะอย่างมีความสุข บนยอดเขาจุงเฟราซ์.....	223
รูปภาพ 5.31 ภาพกลุ่มตัวอย่างกำลังว่ายน้ำอยู่ใต้ทะเลและทำการถ่ายภาพ selfie ด้วยตัวเอง.....	224
รูปภาพ 5.32 ภาพการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	225
รูปภาพ 5.33 ภาพการแชร์บทความ คน 7 ประเภทที่ควรชวนไปเที่ยวไอซ์แลนด์.....	227
รูปภาพ 5.34 ภาพการพิชิตยอดเขาฟานสิปานในประเทศเวียดนาม.....	229

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) เป็นคำเรียกนักท่องเที่ยวซึ่งเริ่มใช้กันในแวดวงวรรณกรรมในราวยุค 1970 หมายความถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยงบประมาณที่จำกัด พักแรมในโรงแรมหรือที่พักราคาถูก ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะ และการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมักจะกินระยะเวลาอันเป็นสัปดาห์หรือแรมเดือน วัฒนธรรมการท่องเที่ยวนี้เกิดจากนักศึกษา วัยรุ่น คนทำงานในทวีปยุโรปและอเมริกาที่ถือว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์และมุมมองชีวิตในประเทศโลกที่สามอันแตกต่างทั้งสภาพความเป็นอยู่ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมนั้น ถือเป็นเป้าหมายสำคัญที่พึงบรรลุให้ได้สักครั้งหนึ่งในชีวิต ก่อนที่การเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองของจะเริ่มพัฒนาเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความสะดวกรสบายสำหรับผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น จนถึงในยุคปัจจุบันที่มีผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากแบ็คแพ็คเกอร์ในอดีต จนเกิดเป็นค่านิยมนักท่องเที่ยวผู้เดินทางด้วยตัวเองใหม่ๆ ขึ้นมากมาย เช่น

Lonely-planeteer : เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ที่อาศัยข้อมูลจากหนังสือคู่มือนักเดินทาง Lonely Planet โดยจะมีการศึกษาหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ที่จะมีระบุเอาไว้ทั้งสถานที่ที่ควรไปเยี่ยมชม ที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะควบคุมงบประมาณรายจ่ายในการท่องเที่ยวเอาไว้ในระดับไม่มากนัก

Flashpacker : นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในประเทศต่างๆ ได้เรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ หากแต่ปรารถนาที่จะให้การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายมากขึ้นสักหน่อย เช่น การเข้าพักในโรงแรมที่มีความทันสมัย มีรถรับส่ง รวมไปถึงการทำกิจกรรมที่อาจมีค่าใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ทั่วไป เช่น การชิมไวน์ การตระเวนชิมอาหาร เป็นต้น (Dailymail, 2015)

การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT – Foreign Individual Tourism) ซึ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเองทุกอย่าง มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ส่งผลกระตุ้นต่อธุรกิจและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างมาก ทั้งธุรกิจการบินโลว์คอสต์ โรงแรมที่พัก ราคาประหยัด บริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น บริการการสื่อสารโทรคมนาคม ไปจนถึงธุรกิจสื่อที่ให้ข้อมูลด้าน

การท่องเที่ยวทั้งหนังสือไกด์บุ๊กส์ นิตยสาร เว็บไซต์นำเที่ยวต่างๆที่เจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวแบบอิสระโดยเฉพาะ เป็นภาพสะท้อนที่เห็นได้ชัดถึงการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

แต่ข้อสังเกตประการหนึ่ง ของการเพิ่มสูงขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางด้วยตัวเองก็คือ จำนวนของนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองและท่องเที่ยวตามลำพังก็มีจำนวนเพิ่มสูงมากขึ้นในทุกๆ ปีเช่นกัน

นับเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับความหมายของการเดินทางในอดีต ซึ่งการเดินทางและท่องเที่ยวในสมัยนั้นอยู่ในรูปแบบของการซื้อสินค้า การกิน การดื่ม การดูกีฬา การแสดงต่างๆ การเดินทางยังเต็มไปด้วยอุปสรรคและความยากลำบาก ทำให้นักเดินทางส่วนใหญ่เป็น “ผู้ชาย” เพราะจะต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจ มีความแข็งแรงและสามารถรอนแรมข้ามวันข้ามคืนได้โดยไม่เหนื่อยล้า การท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ผูกโยงไว้กับความเป็นเพศชาย (ศุภลักษณ์ อังครางกูร, 2548: 6-7)

ฟิลลิส โทลเลอร์ เจ้าของ Women's Travel Group บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษด้านการจัดทัวร์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี แสดงความเห็น ว่า นักท่องเที่ยวหญิงนั้นชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวชาย “ผู้หญิงส่วนมากแสวงหาจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ กิจกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่ธรรมดา ในขณะที่กลุ่มผู้ชายจะเลือกสถานที่และกิจกรรมที่คาดเดาได้มากกว่า เช่น รีสอร์ทแบบมีสนามกอล์ฟ” ไม่เพียงแต่เท่านั้น ฟิลลิสยังพบว่า 75% ของนักท่องเที่ยวที่จองทริปเดินทางที่เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมและสำรวจธรรมชาตินั้น เป็นนักท่องเที่ยวผู้หญิง (Bond, 2013)

การุณ บุตรประชา VP Corporate & Marketing Communications for Amadeus Asia Pacific ให้ข้อมูลว่า ในปี 2011 มีการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศโดยผู้หญิงเกิดขึ้นราว 4.5 ล้านครั้ง โดยผู้หญิงจาก 7 ประเทศในเอเชีย และเชื่อว่าในปี 2030 ผู้หญิงจะเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 400%

จากการสำรวจของเว็บไซต์ให้บริการด้านการจองที่พักและตั๋วเครื่องบิน Booking.com พบว่า ผู้หญิงที่เดินทางด้วยตัวคนเดียวนั้นเกิดขึ้นในเกือบทุกช่วงอายุ แต่ผู้หญิงในช่วงวัย 25 – 45 ปี มีปริมาณมากที่สุด ทั้งยังพบว่า นักเดินทางผู้หญิงที่ชื่นชอบการเดินทางแนวผจญภัยนั้น กลับไม่ใช่ผู้หญิงในวัยทำงาน แต่เป็นผู้หญิงในวัยเฉลี่ย 47 ปี หรือผู้ที่เกิดในยุคเบบี้บูมเมอร์และแม่เลี้ยงเดี่ยว

ที่น่าสนใจยิ่งกว่านั้นคือ 73% ของนักท่องเที่ยวหญิงเหล่านั้น เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังคนเดียวแทนที่จะไปกับเพื่อนหรือคู่รัก จนทำให้แทบจะกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาไปแล้วในทุกวันนี้ โดย Travel Guard Worldwide, Inc. บริษัทที่ให้บริการด้านประกันภัยในการเดินทางได้ทำการสำรวจในปี 2013 พบว่า หากเทียบกับเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา นักเดินทางที่เดินทางเพียงลำพังคนเดียวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 59% โดยจากแบบสอบถามพบว่า เหตุผลที่ในปัจจุบันนี้มีผู้ชื่นชอบการเดินทางตาม

ลำพังได้แก่ สามารถจัดตารางเวลาที่ตนพึงพอใจได้ (17%) เพราะเวลาที่ต้องการเดินทางไม่สอดคล้องกับผู้ร่วมเดินทางคนอื่นซึ่งเป็นเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว (15%) มีเป้าหมายในการเดินทางที่เฉพาะเจาะจงเกินกว่าจะร่วมเดินทางไปกับคนอื่น (14%) ("Shaping the future of travel in Asia Pacific : The big FOUR travel effects," 2013)

ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังคนเดียว (Solo Female Traveler) เพิ่มปริมาณขึ้นอย่างมากในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้หญิงเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะกำหนดเส้นทางและรูปแบบของการท่องเที่ยวด้วยตนเอง แต่ยังนำประสบการณ์ท่องเที่ยวกลับมาถ่ายทอดลงในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบ blog webboard Fanpage หรือกระทู้เว็บไซต์ที่ตนเองใช้เป็นแหล่งแสวงหาข้อมูลในการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการย้อนเอาข้อมูลที่ตนเองได้รับมา มาผสมรวมกับประสบการณ์ท่องเที่ยว และถ่ายทอดกลับไปโดยผ่านมุมมอง ความคิด และความหมายของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นๆ ที่ตัวเองประกอบสร้างขึ้นใหม่ ให้กลายเป็นเรื่องราวการท่องเที่ยวในรูปแบบเฉพาะของตัวเองที่ไม่เหมือนใคร หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็น “การท่องเที่ยวในแบบของฉัน” โดยการเล่าเรื่องราวท่องเที่ยวเหล่านี้จะใช้วิธีการเล่าเรื่อง มีคำบรรยาย ภาพประกอบ โดยผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเห็นว่า แม้ว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่แห่งเดียวกัน แต่มีการบอกเล่าเรื่องราวที่แตกต่างกันออกไปหลายหลากมากมาย

การท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงกับมุมมองด้านสตรีนิยม

กาญจนา แก้วเทพ (2541) กล่าวว่า ในอดีต สังคมเกษตรกรรมนั้นมีการแบ่งพื้นที่แบบทวีลักษณ์ กล่าวคือ ผู้หญิงมีอำนาจในบ้าน ผู้ชายมีอำนาจในชุมชน แต่ละเพศต่างก็ครอบครองอาณาบริเวณและอำนาจอยู่ในขอบเขตของตน แต่เมื่อเปลี่ยนเข้าสู่ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมแล้วนั้น สังคมกลับลดความสำคัญของบ้านให้น้อยลง โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่อง “ที่บ้านคือผู้หญิง” “ที่ทำงานคือผู้ชาย” ระบบทุนนิยมประสบความสำเร็จอย่างยิ่งกับการสร้างอุดมการณ์ต่างๆ (Ideologies) ที่หล่อหลอมความคิดและทัศนคติของผู้คนให้อยู่กับความที่ขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริงที่ว่า ผู้หญิงสมควรอยู่แต่ในบ้านเท่านั้น

นอกจากนี้ สังคมยังมีกลไกทางวัฒนธรรมที่ตรึงผู้หญิงให้ “อยู่กับที่บ้าน” พร้อมทั้งกับการให้ผู้ชายได้อยู่ในโลกสาธารณะมาจนถึงทุกวันนี้ อาทิ การผูกพันผู้หญิงด้วยภาระในบ้าน งานบ้านที่มีมากมายสารพัดชนิดและต้องทำอย่างไม่มีวันจบสิ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้หญิงต้องสละเวลาว่างและวันหยุดของตัวเองให้กับการรับผิดชอบงานบ้านที่สังคมมอบให้

การอบรมบ่มเพาะ (Socialization) ผูกพันผู้หญิงด้วยอุดมการณ์ต่างๆ เช่น การเป็นกุลสตรี การมีเสน่ห์ปลายจวัก การการสร้างความรู้สึกรู้ผิด (Guilt Feeling) ผู้หญิงถูกสอนให้ทุ่มเทเพื่อสนับสนุนความสำเร็จในชีวิตของผู้อื่น เช่น ลูก สามี ถูกสอนให้เกิดความรู้สึกผิดหากเธอเลือกงานหรือ

ความก้าวหน้าของตัวเองมาก่อนการดูแลครอบครัว หากผู้หญิงหย่าร้างด้วยความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ก็จะถูกสังคมตราว่าเป็นแม่หม้ายผู้ทิ้งเพราะบกพร่องในการปรนนิบัติดูแลสามี เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

เมื่อพื้นที่ของผู้หญิงถูกกำหนดให้ถูกผูกติดเอาไว้กับบ้าน อัตลักษณ์ของผู้หญิงยามก้าวออกมาสู่สังคมภายนอกบ้าน จึงถูกนำไปผูกโยงและอ้างอิงกับสมาชิกครอบครัวของเธอที่เป็นผู้ชายแทน ดังที่เบ็ตตี ฟรีแดน นักสตรีนิยมคลื่นลูกที่สองได้กล่าวเอาไว้ในหนังสือ *The Feminine Mystique* ของเธอว่า ในสังคมชายเป็นใหญ่นั้น อัตลักษณ์ของผู้หญิงไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นจากความสามารถ ความฉลาดเฉลียว หรือความสำเร็จในชีวิตของตัวเอง แต่ถูกกำหนดจากบทบาทในฐานะแม่ ภรรยา เช่น ภรรยาของทอม แม่ของแมรี เป็นต้น เมื่อออกสู่สังคมภายนอกบ้าน ผู้หญิงก็จะไม่เป็นที่รู้จักในฐานะที่ว่าตัวเธอเองคือใคร แต่จะถูกกำหนดตัวตนจากบทบาทความเป็นแม่และภรรยา ผู้หญิงบางคนจึงพยายามที่จะเปลี่ยนอัตลักษณ์ที่ต้องอ้างอิงบุคคลอื่นนี้ ด้วยการใช้อาชีพเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองแทน เช่น เป็นนักเขียน หมายถึง เป็นผู้มีความคิด ฉลาดเฉลียว มีความสามารถในการถ่ายทอด และมีอิทธิพลต่อผู้อื่นเพราะสามารถเขียนให้ผู้อื่นอ่านได้ เป็นต้น (Betty Friedan, 1963)

นอกจากการสร้างอัตลักษณ์ด้วยอาชีพแล้ว ยังมีผู้หญิงอีกจำนวนหนึ่งที่เลือกการประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับตัวเองด้วยการเปลี่ยนวิธีการใช้เวลาว่างที่โดยปกติแล้วจะต้องผูกติดอยู่กับงานบ้านและการปรนนิบัติดูแลสมาชิกในครอบครัว มาเป็นการ “ออกจากบ้าน” ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งนับว่าเป็นการใช้เวลาว่างที่แหวกกฎกติกาของสังคมชายเป็นใหญ่อย่างยิ่ง เพราะไม่เพียงแต่จะไม่ “อยู่กับเหย้า ผูกกับเรือน” หรือเป็นการออกนอกพื้นที่ที่สังคมกำหนดไว้ให้กับผู้หญิงเท่านั้น แต่ยังเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่คุ้นเคย ห่างไกล และไม่มีผู้ชายตามไปปกป้องคุ้มครอง ทำให้ต้องใช้ความรู้ ความคิด สติปัญญาในการแก้ปัญหาและเอาตัวรอด เพื่อให้เดินทางไปถึงจุดหมายที่ตั้งใจไว้อย่างปลอดภัย ซึ่งขัดแย้งกับอัตลักษณ์ที่สังคมกำหนดไว้ให้เชื่อว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่โง่เขลา และไม่มีความสามารถในการคิดและตัดสินใจเรื่องต่างๆ ได้ ไม่เพียงแต่เท่านั้น การออกเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงยังผิดกับความคิดค่านิยมเดิมที่ผู้หญิงเชื่อว่าจะต้องอุทิศเวลาของตัวเองให้กับการดูแลลูก สามีและสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว อยู่ในบ้านก็ต้องปิดกวาดเช็ดถู ทำอาหาร ซักรีด ซ่อมแซมเสื้อผ้า ออกจากบ้านก็เพื่อจับจ่ายซื้อของเข้าบ้าน รับส่งลูกหรือทำกิจธุระอันใดก็ตามที่เกี่ยวกับการรับผิดชอบดูแลความเรียบร้อยภายในบ้านเป็นสำคัญ แต่การออกเดินทางท่องเที่ยวนี้ เป็นสิ่งที่ผู้หญิงทำให้กับตัวเองเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อตัวของเธอเอง

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้หญิงทำเพื่อตัวเองนี้เป็นการเข้าสู่พื้นที่และเวลาที่แตกต่างไปจากมิติพื้นที่และเวลาเดิมของความเป็นลูกสาว แม่ ภรรยาและแม่บ้าน เป็นการออกนอกพื้นที่บ้านโดยที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายเลือกที่จะออกไปเอง แทนที่จะเป็นการออกไปเพราะถูกบังคับหรือจำเป็นต้องออกไปทำธุระหน้าที่ และไม่เพียงแต่จะเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อตัวเอง แต่ยังเป็นการใช้

เวลารว่างนอกพื้นที่บ้าน ซึ่งสังคมระบบชายเป็นใหญ่กำหนดให้เป็นพื้นที่ของผู้หญิง และยังเป็นช่วงเวลาที่ผู้หญิงสามารถใช้ความรู้ความสามารถ และแสดงตัวตนที่แท้จริงของตัวเองออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องอ้างอิงกับความเป็นแม่หรือภรรยาของใคร ในขณะที่ผู้หญิงซึ่งเป็นชนชั้นกลาง การออกเดินทางท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเปิดโลก เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อันเป็นสิ่งที่ไม่ได้จากการทำงานบ้านอันซ้ำซากจำเจ

การออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง จึงมีความเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนกับแนวคิดด้านสตรีนิยม เนื่องด้วยเป็นกิจกรรมที่ไม่เพียงแต่จะรื้อถอน (deconstruct) กรอบบทบาทและหน้าที่เดิมของผู้หญิงที่สังคมกำหนดเอาไว้ แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อประกอบสร้าง (construct) อัตลักษณ์ใหม่ให้กับตัวตนของผู้หญิงเหล่านั้น นอกเหนือไปจากการสร้างอัตลักษณ์ตนเองด้วยอาชีพที่ผู้หญิงในยุคก่อนได้บุกเบิกกันมาแล้ว

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจึงเป็นเครื่องมือที่ผู้หญิงบางส่วนเลือกใช้ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ (reconstruct) ให้กับตัวของพวกเธอเองที่มีความน่าสนใจ การเล่าเรื่องราวประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเองผ่านสื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ มีวิธีการประกอบสร้างเรื่องราวที่หลากหลายและมีรูปแบบการถ่ายทอดอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปตามการนำเสนอของแต่ละคน

งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงการสร้างความหมายให้กับตัวเอง (self-definition) ของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ว่ามีกระบวนการสื่อสารภายในตัวเอง (intra-communication) เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity) นั้นผ่านสื่อออกมาให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับสังคมภายนอก (social interaction) จนเกิดการรับรู้อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้หญิงเดินทางตามลำพังได้อย่างไร ท่ามกลางข้อจำกัดด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่มีมากกว่าเพศชาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย ข้อจำกัดด้านกายภาพ รวมถึงยังเป็นกิจกรรมที่เป็นข้อขัดแย้งกับกลไกการควบคุมของสังคมในระบบชายเป็นใหญ่ที่บ่มเพาะหล่อหลอมอยู่ในสังคมมาอย่างช้านานอีกด้วย

คำถามนำวิจัย

1. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างไร
2. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีกระบวนการในการสื่อสารเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาว่าผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีการต่อสู้ ต่อรองและประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างไร
2. เพื่อศึกษาว่าผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีกระบวนการในการสื่อสารเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างไร

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ใช้พื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยวในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ใหม่เพื่อปฏิเสธอัตลักษณ์ที่สังคมกำหนดให้
2. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สร้างอัตลักษณ์ใหม่ของผู้หญิงเพื่อต่อสู้กับระบอบปิตาธิปไตยที่เชื่อว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอและต้องพึ่งพาผู้ชาย
3. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นพื้นที่ในการสื่อสารอัตลักษณ์ใหม่ของตัวเองให้คนทั่วไปได้รับรู้

ขอบเขตการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ มุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้หญิงไทยที่มีวัยและอาชีพแตกต่างกันไป และเป็นผู้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในต่างประเทศโดยเลือกศึกษาทั้งนักท่องเที่ยวหญิงที่เพิ่งเริ่มต้นเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และนักท่องเที่ยวหญิงที่เคยเดินทางท่องเที่ยวด้วยตามลำพังมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง
2. งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังและเป็นผู้ที่มีการสื่อสารเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านทางสื่อออนไลน์ อาทิ Fanpage Blog Webboard โดยเลือกเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และนำไปเปรียบเทียบกับการวิเคราะห์หัตถ์ของเนื้อหาการเล่าเรื่องที่ปรากฏออกมาทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของนักเดินทางหญิงเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลรวม 9 เดือน คือระหว่างเดือนกรกฎาคม 2558 – เดือนมีนาคม 2559

นียมศัพท์

1. ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังหมายถึงผู้หญิงไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตัวเอง โดยไม่ใช้บริการรายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว แต่จะเป็นผู้วางแผนการเดินทางกำหนดการเดินทาง เลือกจุดหมายสถานที่ท่องเที่ยวสถานที่พักแรมและยานพาหนะในการออกเดินทางไปยังจุดหมายด้วยตัวเอง
2. สื่อออนไลน์หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเอง เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้อื่นได้รับรู้ เช่น Facebook (หน้าส่วนตัวและ Fanpage) Webboard Blog หรือ Online Diary เป็นต้น
3. อัตลักษณ์ หมายถึง หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกหรือสื่อสารเพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ การเล่าเรื่อง ข้อความที่เลือกใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราว ที่แสดงให้ผู้อื่นรู้ว่า “ฉันคือใคร” และ “แตกต่าง” จากผู้อื่นอย่างไร
4. การประกอบสร้างอัตลักษณ์หมายถึง กระบวนการในการก่อร่างสร้างตัวของความรู้สึกตระหนักรู้ (awareness) เกี่ยวกับตัวเองของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังผ่านกระบวนการสื่อสารภายในเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ความต้องการ และเลือกกำหนดตำแหน่งที่สังคมรับรู้เกี่ยวกับตัวเองออกมา
5. การสื่อสารอัตลักษณ์หมายถึง การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังออกมาให้สังคมและผู้อื่นได้รับรู้ผ่านสื่อ เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการแสดงตัวตนที่เกิดจากการตระหนักรู้และกำหนดตำแหน่งทางสังคมของตัวเองออกมา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยส่งเสริมความสำคัญของการศึกษาวิจัยด้านสตรีนิยมในประเทศไทย ด้วยการขยายมุมมองไปสู่การต่อสู้เพื่อความเท่าเทียมของผู้หญิงที่ไม่ต้องอาศัยการขับเคลื่อนของตัวบทกฎหมาย แต่เป็นการใช้อัตลักษณ์ใหม่ที่สร้างขึ้นเพื่อปลดปล่อยตัวเองจากบทบาทหน้าที่ที่ถูกระบุโดยโครงสร้างของสังคมแต่เดิม
2. เป็นแนวทางในการศึกษาบทบาทการสื่อสารของผู้หญิงในฐานะที่เป็นผู้ใช้สื่อ (Active) ในการนำเสนอภาพของผู้หญิงในสังคมไทย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วบทบาทการควบคุมสื่อและนำเสนอภาพของผู้หญิงในสื่อจะอยู่ในการกำกับควบคุมของผู้ส่งสารซึ่งเป็นเพศชาย ซึ่งส่งผลให้การนำเสนอภาพของผู้หญิงมีความห่างไกลหรือไม่สอดคล้องกับจากความเป็นจริง

3. เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการเรียนรู้และทำความเข้าใจถึงความต้องการในมิติด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังได้ดียิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมที่สนใจ ความต้องการด้านความปลอดภัย ความสะดวกสบาย หรือบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวผู้หญิงมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้สามารถจัดสรรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่กำลังขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทุกปีได้ดียิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เป็นงานศึกษาที่ต้องทำความเข้าใจในประเด็นเรื่องการประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว และการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวเหล่านั้นเพื่อสะท้อนถึงอัตลักษณ์ใหม่ที่สร้างขึ้นเพื่อต่อสู้กับอัตลักษณ์เดิมของผู้หญิงที่สังคมเป็นผู้กำหนดให้ เพื่อความเข้าใจในการศึกษาและวิเคราะห์เรื่องดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกทฤษฎีและแนวคิดหลักดังต่อไปนี้

- 1.แนวคิดสตรีนิยม (Feminism)
- 2.แนวคิดด้านการท่องเที่ยว (Tourism)
- 3.แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา
- 4.แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity)
- 5.แนวคิดการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)
- 6.แนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)
- 7.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม

คำว่าสตรีนิยม (feminism) ในโลกตะวันตกเป็นที่กล่าวขานมาเป็นเวลาช้านาน และมีความหมายแตกต่างกันไปบ้างตามยุคสมัยและเงื่อนไขสังคมวัฒนธรรม แต่คำว่า สตรีนิยม ที่เป็นระบบคิดมีจุดร่วมกันอย่างน้อยสองประการ หนึ่ง เป็นระบบคิดที่พยายามอธิบายสถานะความเป็นรอง/ความเป็นอื่นของผู้หญิง และสอง เป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและการเมืองเพื่อเปลี่ยนแปลงและปลดปล่อยความเหลื่อมล้ำและไร้อำนาจของผู้หญิงในความสัมพันธ์บนฐานเพศภาวะ (gender relations) ทั้งในพื้นที่ส่วนตัว หรือ 'โลกในบ้าน' (private sphere) และในพื้นที่ 'สาธารณะ' (public sphere) (วารุณี ฐิริสินสิทธิ์, 2545: 2-5)

ฉะนั้นสตรีนิยมที่เป็นระบบคิด จึงมีจุดมุ่งหมายมิใช่เพียงระบบความรู้ทางวิชาการที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำความเข้าใจและวิเคราะห์ตำแหน่งแห่งที่ของผู้หญิงในความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย แต่ทว่ายังมีเป้าหมายทางการเมืองเพื่อทวงคืนความเป็นมนุษย์ให้เพศภาวะหญิงร่วมอยู่

ด้วย สตรีนิยมจึงเป็นคำที่ผู้หญิงสร้างขึ้นเพื่อสื่อความหมายถึงเงื่อนไขการดำรงชีวิตและสถานะตัวตนที่มีความไม่เสมอภาค (inequality) กับ ถูกกดทับเอาเปรียบ (oppression) และมีความเป็นรอง (subordination) จากบุรุษเพศ (นงเยาว์ เนาวรัตน์, 2556: 4)

มีผู้ให้คำจำกัดความของสตรีนิยม (feminism) หรืออัตถินิยมไว้หลายความหมาย ซึ่งจะได้ยกตัวอย่างพอสังเขปดังนี้

Albistur และ Armorathe (อ้างถึงใน กิตติพัฒน์, 2538: 61) ได้สรุปว่าสตรีนิยม หมายถึง การวิเคราะห์หรือการกระทำใดๆ ที่มีจะยืนยันว่าความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิงเป็นความสัมพันธ์ที่ขัดแย้ง ซึ่งผู้หญิงเป็นฝ่ายเสียเปรียบ และมีเป้าหมายที่จะทำความเข้าใจในสาระเพื่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน

Dominelli (อ้างถึงใน วันทนี วาสิกะสิน, 2543: 1) ให้ความหมายว่า หัวใจของแนวคิดทางด้านสตรีหรือสตรีนิยมก็คือความไม่แบ่งแยกชนชั้นของคนในโลก

Dominelli และ Meleod (1985) ได้ให้ความหมายของสตรีนิยมว่าไม่มีผู้อยู่เหนือและผู้อยู่เบื้องล่างทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกัน ไม่ว่าหญิงหรือชาย

Gadon (อ้างถึงใน กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2538: 61) ได้ให้ความหมายว่า สตรีนิยมเป็นการวิเคราะห์สภาวะที่ด้อยกว่าของผู้หญิง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะค้นหาว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสามารถดำเนินการได้อย่างไร

กล่าวโดยสรุป สตรีนิยม หรืออัตถินิยม หมายถึง อุดมการณ์ที่พยายามส่งเสริมและยกระดับสถานภาพและบทบาททางสังคมของผู้หญิงไม่ให้ด้อยกว่าผู้ชาย สตรีนิยมจึงเห็นว่าความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายของบุคคล มิได้เป็นเพียงความแตกต่างทางสรีระวิทยาตามธรรมชาติเท่านั้น หากเป็นความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นด้วย

1.1 การพัฒนาของแนวคิดสตรีนิยม

ในการพัฒนาสตรีนิยมในสังคมตะวันตกตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบันนี้ ได้มีแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้ (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545: 29)

“คลื่นลูกที่หนึ่ง” (“first wave”) ของสตรีนิยม คือ การเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องสิทธิในการเลือกตั้งอย่างเท่าเทียมกันระหว่างหญิงกับชายในทศวรรษของค.ศ. 1840 และ ค.ศ. 1850 กว่าหญิงจะได้สิทธิในการเลือกตั้งเท่ากับชายในสังคมตะวันตก ก็ต้องรอเวลาจนกระทั่งมาถึงคริสต์ศตวรรษที่ 20 หลังจากประสบความสำเร็จในการเรียกร้องสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้งของหญิงแล้ว การ

เคลื่อนไหวของหญิงเริ่มแผ่วลง จนกระทั่งในช่วงทศวรรษของค.ศ. 1960 จึงเริ่มมีกระแสความเคลื่อนไหวที่แรงขึ้นจนกลายเป็นคลื่นลูกที่สอง

“คลื่นลูกที่สอง” (“second wave”) ในสตรีนิยมเกิดขึ้นในทศวรรษของค.ศ. 1960 จนถึงทศวรรษของค.ศ. 1980 รากฐานเริ่มแรกเริ่มของความคิดคลื่นลูกที่สอง คือ การมองว่าบทบาทของหญิงในสังคมมีสภาพเป็น “ผู้อื่น” หรือเป็น “คนนอก” ในช่วงนี้เองได้เกิดความพยายามในการอธิบายสถานะที่ด้อยของผู้หญิงและสาเหตุของการอยู่ในสถานะที่ด้อยกว่า ได้เกิดสำนักคิดต่างๆ หลายสำนัก ได้แก่ สตรีนิยมสายเสรีนิยม สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ สตรีนิยมสายสังคมนิยม สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน สตรีนิยมสายจิตวิเคราะห์ แม้ว่าสำนักคิดเหล่านี้มีความแตกต่างกันหลายประเด็นทั้งในส่วนที่อธิบายถึงสาเหตุของความเป็นรองนั้น แต่สำนักคิดเหล่านี้มีจุดร่วมกันคือ เรียกร้องในเรื่องความเท่าเทียมกันที่เหมือนกันระหว่างหญิงและชาย และเชื่อในความเป็นสากลของปัญหาและทางออกของผู้หญิง อย่างไรก็ตามในช่วง 20 ปีหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 20 สภาพสังคมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สภาพของผู้หญิงก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย รวมทั้งมีแนวคิดใหม่ๆ ได้เข้ามามีอิทธิพลในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม

“คลื่นลูกที่สาม” เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษของ ค.ศ. 1980 จนถึงปัจจุบัน พื้นฐานของแนวคิดสตรีนิยมที่ผ่านมา เช่น ความเป็นสากลของปัญหาของสตรีโดยไม่พิจารณาถึงเงื่อนไขของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ระบบคิดแบบคู่ตรงข้าม ความเชื่อในการได้มาซึ่งความรู้ตามแนววิทยาศาสตร์ ความคิดคลื่นลูกที่สามเห็นด้วยว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายเนื่องจากให้ความสนใจในเรื่องร่างกาย โดยมองว่าเมื่อหญิงมีร่างกายที่แตกต่างกันย่อมนำมาซึ่งประสบการณ์ที่ต่างกัน ปฏิเสธการแบ่งแยกระหว่างเพศทางชีวภาพ (sex) และเพศทางสังคม (gender) และพวกคลื่นลูกที่สามยังให้ความสนใจในความเฉพาะเจาะจง ความหลากหลาย และความแตกต่างของผู้หญิงรวมทั้งให้ความสำคัญกับสถานะความเป็น “ผู้อื่น” หรือ “คนนอก”

1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยม

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยมแบ่งออกได้ 4 กลุ่มคือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 63)

1. แนวคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal feminism)
2. แนวคิดสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism)
3. แนวคิดสตรีนิยมสายสุดขั้ว/สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน(radical feminism)
4. แนวคิดสตรีนิยมสายวัฒนธรรม (Cultural Feminism)
5. กลุ่มสตรีนิยมแนวอื่น ๆ (“other possibilities” Feminism)

1.แนวคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal Feminism)

ความคิดพื้นฐานโดยรวมของสตรีนิยมสายเสรีนิยมเกิดขึ้นจากระบบศักดินา ฐานะทางสังคม ถูกกำหนดมาตั้งแต่เกิด แนวคิดเสรีนิยมเห็นว่าฐานะทางสังคมควรถูกกำหนดโดยความสามารถและ ทักษะของปัจเจกบุคคล โดยวัดความสำเร็จของบุคคล ในการแข่งขันกับบุคคลอื่น (วันทนี วาสิกะลิน, 2543: 37)

ในหนังสือของ แมรี โวลล์สโตนคราฟต์ (Mary Wollstonecraft) เรื่อง Vindicate of the Right of Women หรือการยืนยันสิทธิสตรี ได้เสนอความคิดว่าหญิงมีอำนาจ (ที่มีเหตุผล) เท่ากับชาย ดังนั้นหญิงจึงควรได้รับสิทธิในด้านต่างๆ เท่ากับชาย อย่างไรก็ตาม กล่าวโดยรวมแล้ว แนวคิดสตรี นิยมด้านเสรีนิยมมีลักษณะปฏิรูปมากกว่าปฏิวัติเพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่มีผู้ชายเป็น ใหญ่ เมื่อเวลาผ่านไปการปฏิรูปประสบความสำเร็จพอสมควรทำให้เกิดความเสมอภาคในเรื่องสิทธิ ระหว่างชายกับหญิงหลายประการ เช่น สิทธิในการศึกษา สิทธิในการออกเสียงเลือกตั้ง สิทธิในการ ประกอบอาชีพ เป็นต้น (สมเกียรติ วันทะนะ, 2544)

แนวคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยมเชื่อว่ามนุษย์มีความสามารถในการใช้เหตุผล เชื่อในความเป็น ปัจเจกบุคคล ดังนั้น สังคมที่ดีต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้พัฒนาและใช้ความสามารถในการใช้ เหตุผล กลุ่มนี้จึงมองว่าผู้หญิงและผู้ชายไม่ได้มีความแตกต่างเรื่องความสามารถ เพราะมีพื้นฐานความ เป็นมนุษย์เหมือนกัน แต่ถูกปลูกฝังสั่งสอนความเป็นชายหญิงและบทบาททางเพศที่ต่างกัน ทำให้เกิด ความแตกต่างกันอย่างที่เป็นอยู่ การจำกัดบทบาทของผู้หญิงโดยความเชื่อ ทางประเพณีและกฎหมาย ให้อยู่แต่ในบ้านจึงเป็นเรื่องที่ไม่ยุติธรรม

ดังนั้น แนวทางแก้ปัญหาของกลุ่มนี้ จึงเน้นไปที่การแก้ไขกฎหมายที่มีอคติและเลือกปฏิบัติต่อ เพศ การเปิดโอกาสด้านการศึกษา และการทำงานของหญิงให้เท่าเทียมผู้ชายรวมถึงการลดภาระ ด้านงานบ้านของผู้หญิงด้วย ข้อด้อยของแนวคิดกลุ่มนี้ คือ การพยายามแก้ปัญหาโดยละเอียดระบบ ผู้ชายเป็นใหญ่ และโครงสร้างทางอำนาจของผู้ชายที่เป็นอยู่ เน้นการทำให้ผู้หญิงได้มีบทบาทเหมือน ผู้ชายมากขึ้น ทั้งในด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ผลที่เกิดขึ้นจากการกำหนดนโยบายสาธารณะในแนว นี้ก็คือ ความไม่เท่าเทียมระหว่างเพศยังคงอยู่ ผู้หญิงบางคนบางกลุ่มได้รับผลประโยชน์จากการแก้ไขนี้ โดยการเข้ามามีบทบาทและอำนาจในโครงสร้างทางการเมืองและระบบเศรษฐกิจ ในขณะที่ผู้หญิง ส่วนหนึ่งยังประสบปัญหาในลักษณะเดิม การเพิ่มขึ้นของบทบาทนอกบ้าน รวมเข้ากับบทบาทที่ต้อง ทำอยู่แล้วในบ้าน ทำให้ผู้หญิงลำบากและมีภาระมากขึ้น (สันต์ สุวัจนราภินันท์, 2550: 14-28)

2.แนวคิดสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism)

ทฤษฎีของมาร์กซิสต์ว่าด้วยเรื่องเกี่ยวกับชนชั้นและระบบทุนนิยม คือต้นกำเนิดของการจุด ประกายความคิดให้กับนักสตรีนิยมแบบสังคมนิยม สันต์ สุวัจนราภินันท์ (2550) เขียนบทความเรื่อง Different Feminist Theories: ในความแตกต่างของทฤษฎีสตรีนิยม กล่าวว่า ระบบทุนนิยมมองว่า

ผู้หญิง คือประชาชนลำดับที่สองในระบบทุนนิยม และในระบบโครงสร้างชายเป็นใหญ่เกิดขึ้นอยู่บนพื้นฐานของการหาประโยชน์อย่างไม่ถูกต้องจากคนทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนงานผู้หญิง จากแนวคิดของ เฟรดเดอริก เองเกิลส์ (Frederick Engels) ในหนังสือ The Origin of the Family, Private Property and the State กล่าวว่า การเกิดขึ้นของทรัพย์สินส่วนบุคคลของผู้ชาย ทำให้ผู้ชายต้องการสืบทอดทรัพย์สินให้ลูกของตน โดยการทำลายระบบสืบสกุลแบบเดิมซึ่งเป็นการสืบสกุลจากฝ่ายแม่ และสร้างระบบสามีเดี่ยวอย่างเคร่งครัด การเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้ ทำให้ผู้หญิงกลายเป็นเพียงสมบัติของผู้ชาย และเครื่องมือในการผลิตทายาท

การจัดการกับปัญหาการกดขี่ทางเพศในแนวทางนี้ คือ ต้องนำผู้หญิงกลับเข้าสู่ระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความขัดแย้งทางชนชั้นมากกว่าการกดขี่ทางเพศ ดังนั้นระบบทุนนิยมจะต้องถูกทำลายก่อน เพื่อปลดปล่อยแรงงานจากการกดขี่ของนายทุน แล้วการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างความสัมพันธ์ชายหญิงจึงจะเกิดขึ้นหลังจากนั้นระบบทุนนิยม คือ การแยกตลาดและบ้านออกจากกัน ซึ่งเป็นการแบ่งงานแยกการดำเนินชีวิตออกจากวิถีการผลิต อันเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงตกเป็นเบี้ยล่างของผู้ชายที่มีอำนาจเหนือกว่า เพราะสามารถควบคุมแรงงานของผู้หญิงในการให้กำเนิดและอบรมเลี้ยงดูบุตรระบบทุนนิยมเปลี่ยนความสัมพันธ์ในครอบครัว เพราะผู้ชายเป็นผู้ออกไปล่าสัตว์และเพาะปลูกถือเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีอำนาจควบคุมทุกอย่างให้อยู่ภายใต้อำนาจในฐานะของผู้ผลิตหรือนายทุน ผู้หญิงตกอยู่ภายใต้การกดขี่ซึ่งจะถูกเอาเปรียบจากผู้ผลิตและนายทุนเสมอ ผู้หญิงที่ทำงานจะถูกนายทุนกดค่าจ้างให้ต่ำลง โดยอ้างถึงศักยภาพในการทำงานที่น้อยกว่าผู้ชายเนื่องจากผู้หญิงไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้กับงานที่ทำได้อย่างเต็มที่ เพราะผู้หญิงต้องใช้เวลาที่บ้านเพื่อดูแลลูกและสามีในบทบาทการเป็นแม่และเมีย ทางออกของความเสมอภาคทางเพศตามแนวทางของมาร์กซิสม์ก็คือ การทำลายการกดขี่ทางชนชั้นให้หมดไปโดยอาศัยการปฏิวัติการปฏิวัติของชนชั้นแรงงานจะเป็นการทำลายระบบชนชั้นทางสังคม สิ่งที่เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่วนตนจะกลายเป็นประโยชน์ของชุมชน ขณะเดียวกันก็จะปลดสังคมให้เป็นอิสระจากผลอันเกิดจากการเอาเปรียบของชนชั้น นั่นก็คือความไม่เสมอภาคทางเพศ (สุเทพ สุนทรภัสส์, 2540: 303)

3. แนวคิดสตรีนิยมสายสุดขั้ว/สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน (Radical Feminism)

สตรีนิยมสายสุดขั้ว/สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนให้ความสำคัญเรื่องเพศโดยเฉพาะ โดยเชื่อว่าการกดขี่ทางเพศเป็นการกดขี่ที่รุนแรง และเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในสังคม มากกว่าการแบ่งชนชั้นหรือความเกลียดชังทางเชื้อชาติเสียอีก เป้าหมายของสตรีนิยมสายสุดขั้วคือความต้องการเห็นความเสมอภาคอย่างแท้จริงระหว่างชายกับหญิง หรือเป็นไปได้ต้องทำให้หญิงเหนือกว่าชาย เช่นผู้ชายเคยเป็นศูนย์กลางทางการเมืองและกิจการสาธารณะ ผู้หญิงจะเน้นที่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นมาตรฐาน คือ “ปลดการเมือง” เป็นต้น (สมเกียรติ วันทะนะ, 2544: 151)

การเปลี่ยนแปลงถอนรากถอนโคน ไม่ได้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในทางโครงสร้างสังคม แต่เป็นการทำความเข้าใจและต่อสู้ภายในตัวเองของผู้หญิง หลีกเลียงหนีจากการต่อสู้ ทางการเมืองและถอนตัวจากความพยายามที่จะเข้าไปอยู่ในโครงสร้างสังคมชายเป็นใหญ่ กลุ่มนี้มองความสัมพันธ์ชายหญิงเป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจในระบบที่ผู้ชายเป็นใหญ่ โดยการแบ่งแยกเพศเป็นชาย-หญิง เป็นการแบ่งที่พื้นฐานที่สุดซึ่งมาก่อนชนชั้นหรือสีผิว ระบบชายเป็นใหญ่ สร้างการยอมรับต่อความสัมพันธ์ทางเพศที่เหลื่อมล้ำผ่านทางกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ทำให้เป็นเรื่องธรรมชาติธรรมดาปกติตามค่านิยม

ความแตกต่างทางเพศมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมมากกว่าชีวภาพ หน้าที่ทางการสืบพันธุ์ ทำให้การกระจายของอำนาจไม่เท่าเทียม เสนอให้มีการควบคุมการเจริญพันธุ์ด้วยเทคโนโลยี การดูแลเด็กให้เป็นหน้าที่ของสังคม ความเป็นแม่เป็นมายาคติ (ผู้หญิงต้องการเป็นแม่ ผู้หญิงมีสัญชาติญาณของความเป็นแม่ เด็กทุกคนต้องการแม่) ความเป็นแม่กลายเป็นสถาบัน รวมทั้งการมรณกรรมก็ถูกทำให้เป็นสถาบันด้วย เพื่อประโยชน์ของผู้ชาย ถ้าเบี่ยงเบนไปก็จะกลายเป็นการคุกคามสถาบันดังกล่าว (รักร่วมเพศ ทำแท้ง ท้องไม่มีพ่อ ฯลฯ)

ผู้หญิงเป็นกลุ่มแรกในประวัติศาสตร์ที่ถูกกดขี่ ทั้งในด้านวัตถุ และจิตใจการครอบงำ และกดขี่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงสถาบันที่เป็นทางการหรือในพื้นที่สาธารณะเท่านั้นแต่เกิดขึ้นในพื้นที่ส่วนตัวด้วยการกดขี่เกิดขึ้นเพราะเธอเป็นผู้หญิง เพราะเพศของพวกเธอ (ร่างกายของผู้หญิง) กลุ่มดังกล่าวมีแนวทางการต่อสู้ของกลุ่มดังนี้ คือ การแยกตัวออกจากระบบในทุกด้าน รวมทั้งความสัมพันธ์ทางเพศ ในรูปแบบของหญิงรักหญิงในฐานะที่เป็นรูปแบบการแสดงออกในทางการเมืองและการปฏิบัติทำลายล้างระบบชายเป็นใหญ่ ข้อเสนอของแนวคิดสตรีนิยมแบบสุดขั้วจึงไม่ใช่เรื่องความเท่าเทียมกับผู้ชายในโครงสร้างสังคมที่เป็นอยู่หรือการทำให้ผู้หญิงเหมือนผู้ชาย แต่เป็นการปฏิเสธการกดขี่ในทุกรูปแบบทั้งในระบบการเมือง เศรษฐกิจและสังคม (ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2549: 10)

4. แนวคิดสตรีนิยมสายวัฒนธรรม (Cultural Feminism)

ในศตวรรษที่ 19 นับได้ว่าเป็นการออกมาโต้กับแนวคิดสตรีนิยมในยุคแห่งการรู้แจ้ง (Enlightenment Feminism) เช่นการสนับสนุนให้สตรีสามารถพึ่งพาและปกครองตนเองได้ มิใช่แค่การมีชีวิตผ่านชีวิตของผู้ชายที่เป็นเจ้าของเธอ และได้เพิ่มเติมความสำคัญของการเติบโตทางอินทรีย์ (Organic Growth) ที่จะทำให้สามารถเติบโตทางปัญญาได้ด้วย การเติบโตนี้อาจทำได้โดยการแยกตัวผู้หญิงออกจากสังคมชายเป็นใหญ่ เพื่อให้พวกเธอได้สร้างสังคมของพวกเธอขึ้นมาเอง คุณสมบัติของผู้หญิงที่แตกต่างจากผู้ชายนั้น อาจกลายเป็นพลังสำคัญของการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษยชาติจึงเป็นกระแสทางทฤษฎีที่มุ่งค้นคว้าเกี่ยวกับการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของผู้หญิงที่เป็นเอกเทศโดยไม่เน้นการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจ (สุชีลา ตันชัยนันท์, 2540: 26)

แนวคิดสตรีนิยมแบบวัฒนธรรมมองไปไกลกว่าความมีเหตุผลหรือการมุ่งแก้ไขที่ตัวกฎหมาย แต่กลับมองที่การถ่ายเปลี่ยนทางวัฒนธรรม จากวัฒนธรรมและการปกครองแบบชายเป็นใหญ่หรือที่เรียกว่า ปิตาธิปไตย (Patriarchy) มาเป็นวัฒนธรรมและการปกครองที่ให้เพศหญิงเป็นศูนย์กลาง มุ่งมั่นที่จะรื้อฟื้นระบบสังคมตามที่เชื่อว่าผู้หญิงเป็นใหญ่มาก่อนนั่นคือ ระบบมาตาธิปไตย (Matriarchy) เพราะการแก้ไขความไม่เท่าเทียมกันที่ตัวกฎหมายเป็นเพียงการแก้ไข ความไม่เท่าเทียมในระดับผิว ๆ เท่านั้น หากแต่การแก้ไขวัฒนธรรม อันเป็นตัวกำหนดความคิดของสังคมนั้นจะเป็นการสร้างความเท่าเทียมที่ยั่งยืนกว่า จึงเน้นคุณค่าอันเกิดจากความเปราะบางของผู้หญิง เช่น ความอาหารการมีน้ำใจ การไม่เห็นแก่ตัว ซึ่งในสังคมที่ชายเป็นใหญ่ก็จะลดทอนคติแบบผู้หญิงลง แล้วเชิดชูความเป็นชายขึ้น สตรีนิยมกลุ่มนี้ไม่ได้เรียกร้องให้ผู้หญิงต้องออกไปมีบทบาทเป็นนักการเมือง หรือให้ผู้หญิงมีบทบาทในทางสาธารณะ แต่เรียกร้องให้สังคมกลับมาให้คุณค่าแก่ผู้หญิงอย่างที่คุณค่าเป็นผู้หญิงเป็น เช่น การทำงานบ้าน ซึ่งในความเป็นจริงควรยกย่องผู้หญิงที่ทำงานบ้าน

ดังนั้น แนวคิดนี้จึงควรสร้างหรือเปลี่ยนแปลงความหมายและค่านิยมเกี่ยวกับลักษณะและบทบาทของผู้หญิงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมจากชายเป็นใหญ่ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เน้นการใช้ความรุนแรง การฆ่าฟัน การนองเลือด และจบลงด้วยความตายมา สู่วัฒนธรรมแบบหญิงเป็นใหญ่ซึ่งอาจนับได้ว่าเป็นคู่ตรงกันข้าม คือ เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับการให้กำเนิดการเลี้ยงดูและความอ่อนหวาน ย่อมทำให้สังคมเป็นสังคมที่น่าอยู่และสงบสุขมากขึ้น

นอกจากที่กล่าวมานี้ แนวคิดสตรีนิยมแบบวัฒนธรรมยังมองว่าศาสนา โดยเฉพาะศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิกและสังคมเป็นสิ่งที่กดขี่สตรีเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการปลูกฝังความคิดที่ว่าผู้หญิงย่อมเป็นผู้ที่ต่ำกว่า ต้อยกว่า มาทีหลัง และต้องถูกควบคุมโดยชาย ตั้งแต่พระคัมภีร์ไบเบิลที่กล่าวว่า ผู้หญิงเป็นคนแรกของโลกนั้น เกิดมาจากซี่โครงของชายคนแรก ทั้งๆ ที่ในไบเบิล พระผู้เป็นเจ้าได้แสดงตนเป็นทั้งเพศชายและเพศหญิง หรือแม้กระทั่งในคัมภีร์คาลาของศาสนายิว การมองภาพลักษณ์ของสตรีต่ำกว่าบุรุษในพื้นที่ทางศาสนาเช่นนี้นำไปสู่การวางสถานะของสตรีให้เป็นเพียงทรัพย์สินของบุรุษ

5. สตรีนิยมแนวอื่น ๆ (“other possibilities” feminism)

1) สตรีนิยมแนวรัฐสวัสดิการ (welfare feminism)

เป็นแนวคิดที่เน้นในเรื่องสวัสดิการของผู้หญิงเป็นหลัก กล่าวคือผู้หญิงจำเป็นต้องได้รับสวัสดิการที่ดี ที่เหมาะสมในฐานะมารดาและภรรยา ขณะเดียวกันผู้ชายก็ต้องมีบทบาทและรับผิดชอบต่อผู้หญิงในฐานะมารดาและภรรยาเช่นเดียวกัน สตรีนิยมแนวรัฐสวัสดิการจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับครอบครัว ผู้หญิง รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายที่มีผลต่อผู้หญิงในการให้สวัสดิการในฐานะมารดา คนงาน และสิทธิส่วนบุคคลของผู้หญิง (วันทนี วาสิกะสิน, 2543: 36)

2) สตรีนิยมผิวดำและสตรีนิยมในโลกที่สาม (black feminism and third world feminism)

สตรีนิยมแนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่า การกีดกันทางสีผิว โดยเฉพาะคนผิวดำจะถูกกดขี่กีดกันในทุกเรื่อง และถ้าเป็นผู้หญิงผิวดำจะกลายเป็นถูกกดขี่ทางสังคมมากขึ้นอีกหลายเท่า เช่นการมีลูกคนผิวดำจะมีความรู้สึกว่าคุณค่าไม่ต้องการให้คนผิวดำเพิ่มพลเมืองเท่าใดนัก รวมทั้งสตรีนิยมในประเทศโลกที่สามเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ผู้หญิงจะถูกกดขี่ในระบบที่ผู้ชายเป็นใหญ่ และยังถูกกดขี่จากประเทศที่พัฒนาแล้วจากตะวันตก โดยระบบทุนนิยม เสรีนิยม จึงกลายเป็นถูกกดขี่ ถูกเอาเปรียบซ้ำซ้อนเช่นเดียวกับสตรีผิวดำ (วันทนีย์ วาสิกะสิน, 2543: 51)

3) สตรีนิยมแนวนิเวศวิทยา (ecological feminism)

สตรีนิยมแนวคิดนี้ เห็นว่าผู้หญิงจะใกล้ชิดธรรมชาติ สามารถปกป้องคุ้มครองธรรมชาติได้อย่างดี ถ้าผู้หญิงได้รับความรู้อย่างเพียงพอ การเพิ่มของประชากรจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ผู้หญิงจึงควรมีสติธิในการตัดสินใจเรื่องการมีลูกด้วยเช่นกัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวคิดและทฤษฎีสตรีนิยมไม่ว่าแนวทางใดก็ตาม มีจุดประสงค์เรื่องเดียวกัน คือ เพื่อความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางเพศในสังคม ความแตกต่างและความไม่เสมอภาคทางเพศที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น จะขึ้นอยู่กับมุมมอง ทักษะและประสบการณ์ของแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ ถ้าสามารถนำแนวคิดต่างๆ มารวมกัน และพิจารณาถึงสิ่งที่ดีที่สุดเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุดมาเป็นพื้นฐานในการคิด ในการพัฒนาของกลุ่มและองค์กรต่างๆ จะหล่อหลอมและช่วยผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปในทางที่ถูกต้องเหมาะสม เพศชายและเพศหญิงมีความเสมอภาคกันอย่างแท้จริงโดยปราศจากความขัดแย้งนั่นเอง

1.3 แนวคิดพื้นฐานของอุดมการณ์สตรีนิยม

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม สามารถสรุปเป็นแนวคิดพื้นฐานของอุดมการณ์ สตรีนิยมในภาพรวมได้ 7 ประการดังนี้ (สมเกียรติ วันทะนะ, 2544: 133-144)

- 1.ต่อต้านผู้ชายเป็นใหญ่ (against patriarchy)
2. วิพากษ์ความเป็นชาย (critique of maleness)
3. วิพากษ์ความเป็นหญิง (critique of femaleness)
4. เพศทางชีวภาพ (sex)
5. เพศทางสังคม (gender)
6. ความเสมอภาค (equality)
7. ความแตกต่าง (difference)

1.ต่อต้านผู้ชายเป็นใหญ่ (against patriarchy) จากการรายงานขององค์การสหประชาชาติ เมื่อ ค.ศ. 1980 พบว่า ผู้หญิงมีจำนวนถึงครึ่งหนึ่งของประชากรโลกผู้หญิงทำงานรวมกันเกือบสองในสามของชั่วโมงการทำงานทั้งหมด แต่ผู้หญิงได้รับรายได้เพียงหนึ่งในสิบของรายได้ที่เกิดขึ้นทั้งหมด จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้หญิงมีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ชาย แต่มีชั่วโมงในการทำงานมากกว่าผู้ชาย นักคิดสตรีนิยมจึงไม่เชื่อว่าผู้ชายจะเป็นใหญ่และเป็นผู้นำเหนือได้ตลอดไป

แมรี โวลล์สโตนคราฟต์ (Mary Wollstonecraft) ชาวอังกฤษซึ่งเขียนหนังสือชื่อ Vindication of the Rights of Woman (1792) ได้พยายามชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่มีเหตุผล เช่นเดียวกับผู้ชาย ในด้านการศึกษาการประกอบวิชาชีพ การถือครองทรัพย์สิน และทางการเมือง และแมรี โวลล์สโตนคราฟต์ก็ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้วางรากฐานของลัทธิสตรีนิยมยุคใหม่ด้วยเช่นกัน

2. วิพากษ์ความเป็นชาย (critique of maleness) นักคิดสตรีนิยมตั้งข้อสังเกตว่า ความคิดและการมองโลกของชาวตะวันตกจะนิยมแบ่งสิ่งต่างๆ ออกเป็น 2 ด้านเสมอ คือด้านบวกและด้านลบ ซึ่งเมื่อนำแนวคิดนี้มาใช้กับมนุษย์ จะได้ความเป็นชายกับความเป็นหญิงที่แตกต่างกัน กล่าวคือความเป็นชายประกอบด้วยควมามีเหตุผล ซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ ในขณะที่ความเป็นหญิงจะถูกมองว่ามักจะใช้อารมณ์ วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากมนุษย์ซึ่งต้องใช้ความรู้ความสามารถ จึงควรเป็นคุณสมบัติของผู้ชายด้วย ในขณะที่ความเป็นหญิงจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ไม่ต้องใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ เพราะจะใช้ก็ยอมใช้ไม่ได้เนื่องจากอารมณ์ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้หญิง เมื่อผู้ชายเป็นผู้มีเหตุผลและวัฒนธรรม ผู้ชายจึงควรรับผิดชอบกิจกรรมสาธารณะ ซึ่งเกี่ยวข้องกับคนหมู่มาก ในทำนองกลับกัน ผู้หญิงซึ่งมีแต่อารมณ์และไม่สร้างสรรค์ จึงไม่เหมาะที่จะรับผิดชอบกิจกรรมสาธารณะ

กล่าวโดยสรุป ระบบการคิดแบบทวิลักษณ์ของสังคมตะวันตก จะให้ความหมายของผู้ชายดีกว่าผู้หญิง และความหมายดังกล่าว ได้รับการยอมรับและปฏิบัติสืบทอดกันมา แนวคิดหลักอีกประการหนึ่งของอุดมการณ์สตรีนิยมคือ การวิพากษ์ความเป็นชาย โดยการชี้ให้เห็นว่า การคิดในลักษณะนี้เป็นการสร้างภาพ โดยความเชื่อหรือความเข้าใจดังกล่าวไม่มีพื้นฐานความจริงรองรับแต่อย่างใด

3. วิพากษ์ความเป็นหญิง (critique of femaleness) คริส บีส์ลีย์ (Chris Beasley) นักคิดสตรีนิยมอีกท่านหนึ่งได้จัดลำดับความแตกต่างของชายหญิงในระบบการคิดแบบตะวันตก ดังนี้ สังคมตะวันตกจะสร้างภาพให้ผู้หญิงเป็นเพียงสัตว์โลกชนิดหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ เป็นผู้ที่มียารมณ์ มีความสังหรณ์ใจ ผู้หญิงจึงไม่มีตัวตนที่แท้จริงในแง่ของจิตวิญญาณ และด้วยเหตุผลนี้จึงต้องพึ่งพาอาศัยผู้ชาย หรือเป็นส่วนประกอบของสิ่งอื่นอยู่เสมอ ผู้หญิงเป็นฝ่ายถูกกระทำ ไม่มี

เสรีภาพเกี่ยวข้องเฉพาะเรื่องส่วนตัว หรือครอบครัว ผู้หญิงจึงหายไปจากสังคม จากไปอยู่ในความมืด กลายเป็นด้านชั่วร้ายของชีวิตและเป็นอึฟ ภาพในด้านลบของความเป็นหญิงนี้ ปรากฏทั่วไปในผลงานของนักคิดที่ยิ่งใหญ่ของโลกตะวันตก ซึ่งส่วนใหญ่ความเป็นผู้ชาย ซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) นักคิดสตรีนิยมชาวฝรั่งเศสกล่าวว่า จากแนวคิดเช่นนี้ทำให้มองเห็นภาพเสมือนกับว่า ผู้หญิงไม่ใช่มนุษย์เลยทีเดียว

4. เพศในทางชีวภาพ (sex) แมรี โวลล์สโตนคราฟต์ ยอมรับว่าเพศในทางชีววิทยาของผู้ชาย กับผู้หญิงอาจจะแตกต่างกันในบางประเด็น แต่หัวใจสำคัญคือ ความเป็นมนุษย์เหมือนกัน มีเหตุผลเช่นเดียวกัน กล่าวสรุปได้ว่าสิ่งที่จำแนกมนุษย์ไม่ใช่เพศ แต่คือระดับความสามารถในการใช้เหตุผล

ชูลามิท ไฟร์สโตน (Shulamith Firestone) ผู้เขียนหนังสือ The Dialectic of Sex (1970) ก็ยอมรับว่า ความแตกต่างทางเพศในเชิงชีวภาพเป็นต้นเหตุที่ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างมนุษย์ การคลอดลูกและการเลี้ยงดูเด็ก ทำให้ผู้หญิงต้องพึ่งพาผู้ชายโดยปริยาย ซึ่งเธอหวังว่าสักวันหนึ่ง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จะช่วยปลดปล่อยภาวะชีวภาพให้แก่ผู้หญิงได้ เช่น การผสมเทียมเด็กหลอดแก้ว รวมถึงทำให้ผู้ชายท้องได้ ซึ่งเมื่อนั้นความแตกต่างระหว่างเพศจะหมดไปซักที

5. เพศในทางสังคม (gender) เพศในเชิงสังคม หรือที่เรียกว่าความเป็นชายความเป็นหญิง นั้น เป็นสิ่งที่สังคมแต่ละสังคมสร้างขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่สังคมมักจะกำหนดให้เพศชายมีความสำคัญมากกว่าเพศหญิง แอนเดรีย ดอร์กิน (Adrea Dworkin) กล่าวว่า ความเป็นชายมักจะปรากฏตัวคู่กับความรุนแรง ความตาย และการทำลายล้างเสมอ และบ่อยครั้งที่ผู้หญิงต้องตกเป็นเหยื่อของการใช้ความรุนแรงนั้น เช่น การข่มขืน การทุบตี เป็นต้น

เจน อัลเพิร์ต (Jane Alpert) นักคิดสตรีนิยมกล่าวว่า คุณสมบัติของผู้หญิงที่สำคัญ คือการเป็นแม่ผู้มีความอบอุ่น การทุ่มเทจิตใจไปยังลูก ความสามารถในการปรับตัว เป็นต้น การที่นักคิดสตรีนิยมพยายามนำด้านบวกของความเป็นหญิง เปรียบเทียบกับด้านลบของความเป็นชายแล้ว ทำให้ความสัมพันธ์ของโครงสร้างเดิม (แบบทวิลักษณ์) ต้องเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้าม

6. ความเสมอภาค (equality) แนวคิดเรื่องความเสมอภาคถือเป็นแนวคิดหลักประการหนึ่งของอุดมการณ์สตรีนิยม โดยสตรีนิยมแนวคิดเสรีนิยม (Liberal Feminism) ถือเอาความเสมอภาคเป็นแนวคิดหลังของอุดมการณ์สตรีนิยมแนวสังคมนิยม หรือมาร์กซิสต์ (Socialist or Marxist Feminism) จะมองความเสมอภาคเป็นได้แค่นามธรรมเท่านั้น บางคนปฏิเสธความต้องการความเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย เพราะถือว่าผู้หญิงโดยธรรมชาติเหนือกว่าผู้ชายอยู่แล้ว ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ความเสมอภาคที่สตรีนิยมตั้งเป้าหมายไว้ คือ การศึกษา การประกอบอาชีพ การเมือง ด้านกฎหมาย เป็นต้น

7. ความแตกต่าง (difference) นักสตรีนิยมในแนวสุดขั้วจะให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายมากเป็นพิเศษ โดยเรียกความแตกต่างนี้ว่า “ช่องว่างระหว่าง

เพศในทางสังคม” นักคิดสตรีนิยมจะเน้นย้ำความแตกต่างระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในประเด็นที่ว่าผู้หญิงมีความเหนือกว่าผู้ชายในด้านร่างกายและศีลธรรม เช่น สตรีนิยมจะอ้างว่าผู้หญิงสามารถที่จะให้กำเนิดชีวิตใหม่ได้ ผู้หญิงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้หญิงเป็นฝ่ายสร้างสรรค์ผู้หญิงเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม การให้ความร่วมมือ การทะนุถนอมและใฝ่สันติ

กล่าวโดยสรุป แนวคิดพื้นฐานของอุดมการณ์ 7 ประการที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นการรวบรวมแนวคิดของนักสตรีนิยมที่ยังมองภาพว่า เพศชายและเพศหญิงนั้นยังมีความไม่เสมอภาคกันในหลายประการ ทั้งนี้ ได้ศึกษาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแนวคิดบางประการได้รับการแก้ไขไปหมดแล้ว อย่างไรก็ตามรายละเอียดที่ได้กล่าวมานี้ จะเป็นกรอบหรือแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงในงานวิจัยเรื่องนี้

2.แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster’s Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อใฝ่หาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น

คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง

ความหมายของการท่องเที่ยวจากที่องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้น ณ กรุงโรมประเทศอิตาลี ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้คือการท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางที่มีค่า 3 ค่า เป็นเงื่อนไขในการท่องเที่ยว คือ (นิคม จารุมณี, 2544)

1. การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งโดยใชยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางใกล้หรือไกลก็ได้

2. การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นมักมีสถานที่ที่มีความสวยงามทางทัศนียภาพมากหรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่หรือเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมที่

น่าสนใจ ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวที่เพียงพอ สำหรับสนองความต้องการและความพอใจแก่ผู้มาเยือน

3. การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีจุดประสงค์ในการเดินทางไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่นโดยผู้เดินทางอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า 1 อย่างก็ได้

จี และโชว์ (Gee & Choy, 1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นคือนักท่องเที่ยวนั่นเอง

เศกสรรค์ ยงวิชัย (2541) ได้กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ

ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (วรรณวงษ์วานิช, 2539)

สรุปแนวความคิดต่างๆ และความหมายของการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนของประเทศ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นและเข้าใจถึงวัฒนธรรมประเพณีและนอกเหนือจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน มีประสบการณ์ สร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

2.2 นักท่องเที่ยว

โคเฮน (Cohen, 1972) นักสังคมวิทยาได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมวลชนแบบกลุ่ม (Organized mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดทำไว้ขายในยังเมืองจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบเดินทางเป็นกลุ่มและท่องเที่ยวตามรายการที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามชายทะเลหรือพักผ่อนอยู่ในโรงแรม

2. นักท่องเที่ยวมวลชนรายกลุ่ม (Individual mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่นกว่ากลุ่มแรก เช่น โปรแกรมที่รวมบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พัก ไม่มีการนำเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว แต่จะไปท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในเมืองท่องเที่ยว โดยต้องการหาประสบการณ์ใหม่แก่ชีวิต

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมจัดรายการนำเที่ยวของตนเอง และหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม นักสำรวจชอบพบปะผู้คนในท้องถิ่น แต่ต้องการความสะดวกสบายในระดับหนึ่งและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

4. นักพเนจร (Drifter) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในท้องถิ่น ไม่มีการกำหนดรายการท่องเที่ยวล่วงหน้า และเลือกเมืองท่องเที่ยวและที่พักตามใจปรารถนา

สแตนลีย์ ซี พล็อง (Plog, 1977) ได้เสนอแนวคิดทางจิตวิทยาเป็นพื้นฐานในการจำแนกรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ เช่น คนอเมริกันที่ไปเที่ยวที่ Coney Island

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลาง แต่สามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุณเคย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid-Centrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラบเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลายเป็นนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ไม่ถึงกับชอบผจญภัยแต่สามารถเที่ยวแบบผจญภัยได้

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตัวเอง ชอบผจญภัยอย่างมากและเต็มใจออกไปเผชิญโลก เผชิญชีวิต การเดินทางกลายเป็นช่องทางให้พวกเขาได้แสดงออกมาซึ่งความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขา เช่น คนอเมริกันที่ไปท่องเที่ยวในทวีปแอฟริกา

Perreault Dorden และ Dorden (1979) ได้ทำการวิจัยสำรวจครัวเรือน 2000 คนและสรุปได้ประเภทของนักท่องเที่ยว 5 ประเภท ดังนี้

1. นักเดินทางแบบประหยัด (Budget traveller) นักเดินทางประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบกิจกรรมการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวแบบไม่ชอบวางแผน (Homebody tourist) เป็นคนที่มีรอบคอบที่ชอบท่องเที่ยว แต่ไม่ชอบพูดคุยเรื่องการพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวกับผู้อื่น และใช้เวลาในการวางแผนในการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย
4. นักเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationer) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร และมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
5. นักเดินทางที่ใช้ระยะเวลาปานกลาง (Moderates) เป็นนักเดินทางที่มักจะชอบการเดินทางที่ใช้เวลานาน ไม่ชอบการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการเล่นกีฬา

โคเฮน (Cohen, 1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวแสวงหา ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversinary Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวแสวงหาแนวทางใหม่เพื่อลี้ภัยจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาประสบการณ์ (Experiential tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่สนใจและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (Existential tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดียวกับคนท้องถิ่น และมักจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ชมอลล์ (Schmoll, 1977) ศึกษาและพัฒนารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของการจูงใจ ความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวัง ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงและได้รับอิทธิพลจากสิ่งสำคัญ 4 ประการ คือ

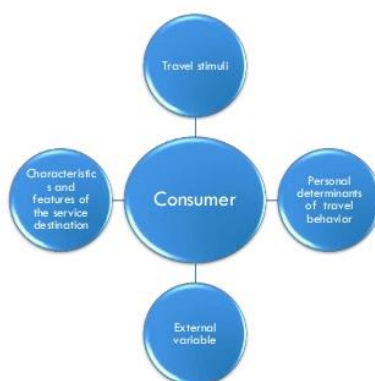
1. สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Travel stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกในรูปแบบของการสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด การแนะนำจากเพื่อนหรือสมาคมการค้า เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว

2. ตัวกำหนดส่วนบุคคลและสังคม (Personal and social determinants) เป็นตัวกำหนดเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความคาดหวัง และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง

3. ตัวแปรภายนอก (External variables) เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่น ของผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ข้อจำกัดเรื่องเวลาและค่าใช้จ่าย

4. คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Destination characteristics) เป็นคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่ากับราคา ปริมาณและคุณภาพของข้อมูลข่าวสารรูปแบบการจัดการนำเที่ยว โอกาสของการท่องเที่ยว เป็นต้น

The Schmoll Model of The Travel Decision Process



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Schmoll

แมทธิสันและวอลล์ (Mathieson A. & Wall G, 1982: 25-32) ศึกษาและเสนอแนะรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 5 ระยะ ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน 4 ประการ คือ

ระยะที่ 1 ความต้องการเดินทาง (Felt need or travel desire)

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล (Information collection and evaluation)

ระยะที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (Travel decisions)

ระยะที่ 4 การเตรียมการท่องเที่ยวและการได้รับประสบการณ์ (Travel preparations and travel experiences)

ระยะที่ 5 การประเมินผลความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว (Travel satisfaction evaluation)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมีรากฐานมาจากปัจจัยที่สัมพันธ์กัน 4 ด้าน คือ

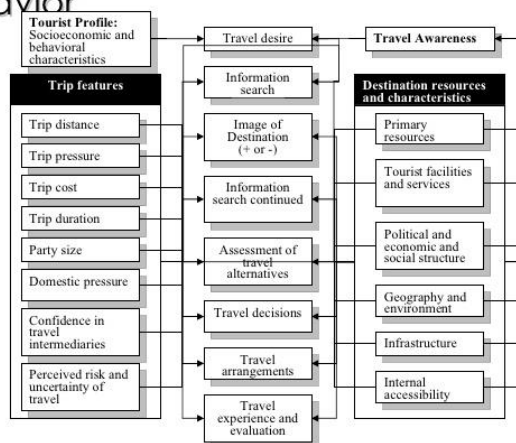
1. ลักษณะของนักท่องเที่ยว (Tourist profile) ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ทักษะ ทศนคติ แรงจูงใจ และประสบการณ์ในอดีต และลักษณะทางพฤติกรรมเช่น ความต้องการ ค่านิยม แรงจูงใจ เป็นต้น

2. ความตระหนักเรื่องการท่องเที่ยว (Travel awareness) หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ เช่น แผ่นพับ นิตยสารท่องเที่ยว สื่อโฆษณา และไม่เป็นการจากญาติมิตรและเพื่อน ความตระหนักเรื่องการท่องเที่ยวยังครอบคลุมด้านการตระหนักภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

3. ลักษณะเด่นและทรัพยากรการท่องเที่ยวในเมืองจุดหมายปลายทาง (Destination resources and characteristics) ได้แก่ ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการตรวจเข้าเมือง สาธารณูปโภค เป็นต้น

4. ลักษณะของการเดินทาง (Trip features) เช่น ระยะเวลาท่องเที่ยว ระยะทาง ค่าใช้จ่าย เป็นต้น

Mathieson & Wall Model on Five-Stage Process of Travel-Buying Behavior



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว 5 ระยะของ Mathieson and Wall

3.แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา

อิมมี ฮอลโลเวย์ (Immy Holloway) กล่าวว่า แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา เป็นแนวคิดการวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่งที่สำคัญแนวคิดปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ของมนุษย์ (ชาย โพรสิตา, 2550: 178)

แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา มุ่งเน้นศึกษาปรากฏการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา (lived experience) เพื่อทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก และมีเป้าหมายในการหาคำตอบว่า การได้ประสบกับเหตุการณ์นั้นๆ มีความหมายอย่างไรสำหรับผู้ที่ได้ประสบมันมาแล้ว หรือกำลังประสบมันอยู่ (ชาย โพรสิตา, 2550: 179)

สแตนลีย์ ดีทซ์ (Stanley Deetz) ได้สรุปใจความสำคัญของแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาเอาไว้ 3 ประการดังนี้ (Littlejohn W. & Foss A., 2008: 38)

1. การค้นพบความรู้หรือความเข้าใจต่างๆ จะเป็นการเข้าไปค้นพบประสบการณ์ตรง
2. การตีความประสบการณ์ที่ได้รับขึ้นอยู่กับ การทำความเข้าใจความหมายจากมุมมองของผู้มีประสบการณ์เอง และเราเชื่อมโยงประสบการณ์กับตัวเราเองอย่างไร
3. ภาษาคือพาหนะในการถ่ายทอดความหมาย เราถ่ายทอดประสบการณ์ที่เราได้รับผ่านการแสดงออกด้วยการใช้ภาษาอธิบายความหมาย ภาษาเป็นตัวอธิบายประสบการณ์และมุมมอง หรือทัศนคติที่เรามีต่อความเป็นไปของโลก

มาร์ติน ไฮเด็กเกอร์ (Martin Heidegger) เป็นผู้นำเสนอแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาอรรถปริวรรต (hermeneutic phenomenology) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นการทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์เน้นการหาความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ (appearance) ไปยังความหมายของสิ่งที่อยู่เบื้องหลัง เราทำความเข้าใจเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านภาษาที่เราแสดงออก การสื่อสารจึงเป็นพาหนะในการแสดงออกถึงความหมายหรือประสบการณ์ที่เราได้รับ เมื่อเราสื่อสาร เราได้แสดงความคิด ทักษะคติ มุมมองในการมองโลกของเรา คำพูดที่เราแสดงออกมีผลต่อความคิด ทำให้เกิดความหมายใหม่ และในที่สุดความหมายนั้นก็จะกลับมามีผลต่อความคิดของเรา (Littlejohn W. & Foss A., 2008: 39) การทำความเข้าใจประสบการณ์การใช้ชีวิต สิ่งต่างๆ รอบตัว จึงไม่ใช่เพียงแต่ทำให้เราเข้าใจความเป็นไปของโลกเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการทำความเข้าใจตนเองอีกด้วย (Polkinghorne, 1983 อ้างถึงใน Laverty, 2003)

ปรากฏการณ์วิทยาที่เน้นการตีความตามแนวทางของไฮเด็กเกอร์ ยังให้ความสนใจในรายละเอียดของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจถูกมองข้าม เพราะเป็นมุมมองที่ผู้คนเคยชินจนไม่ได้มีใครให้ความสำคัญ (Taken for granted) จุดมุ่งหมายของการทำความเข้าใจ เพื่อสร้างความหมาย ค้นหาความเข้าใจต่อเรื่องราวที่เกิดขึ้น (Wilson & Hutchinson, 1991 อ้างถึงใน Laverty, 2003 : 24)

การศึกษาเรื่องการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังนี้ ต้องการทำความเข้าใจกับประสบการณ์ที่ผู้หญิงได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ตีความความหมายของประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองออกมาผ่านสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต ตามแนวคิดของ Heidegger ในการตีความความและทำความเข้าใจประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นของนักเดินทางผู้หญิงเหล่านั้น

4.แนวคิดอัตลักษณ์

คำว่า “ อัตลักษณ์ ” มาจากภาษาอังกฤษว่า “ Identity ” ซึ่งหมายความว่า ความเป็นตัวตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่สังคมยอมรับ ภายใต้เงื่อนไขและสภาวะของเวลาและพื้นที่ ขณะเดียวกันสามารถเลื่อนไหลปรับเปลี่ยนไปตามบริบท (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546)

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการสร้างวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างมาจากสังคม (social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “ วงจรวัฒนธรรม ” (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูก

ควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น ทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic system of representation) (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550)

ในทัศนะของสจิวต ฮอลล์ (Stuart Hall) นักทฤษฎีสาววัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า อัตลักษณ์เป็นเพียงสิ่งประกอบสร้าง โดยกล่าวว่า ความเป็นตัวตนนั้นเป็นเพียงชิ้นส่วนหลายๆ ชิ้น ที่ถูกประกอบรวมกันขึ้นมาเท่านั้นเอง และภายใต้บริบทของสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งนั้นอาจมีการเชื่อมต่อนชิ้นส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน และส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคลในลักษณะหนึ่ง แต่เมื่ออยู่ภายใต้บริบทที่แตกต่างออกไป อาจจะมีการเชื่อมต่อนชิ้นส่วนต่างๆและส่งผลกระทบต่อการแสดงออกของบุคคลในอีกรูปแบบหนึ่งก็ได้ (จิรัฏฐ์ ศุภการ, 2545)

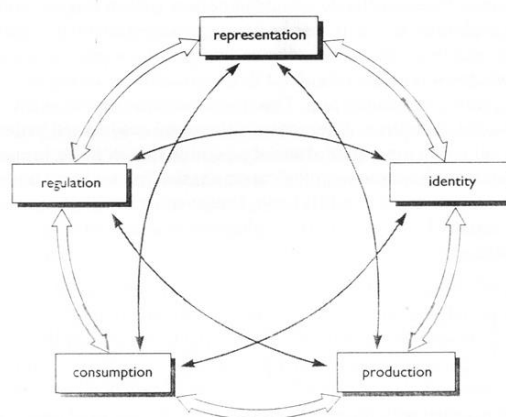
ฉะนั้น วาทกรรมภายในตัวบุคคลจึงสามารถเคลื่อนย้ายไปมาได้ภายในบริบทสังคมที่แตกต่างกัน มนุษย์คนหนึ่งจึงเป็นเพียงผลรวมของวาทกรรมหลากหลายชุดที่อาจขัดแย้งกันหรือส่งเสริมกัน และลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคนนั้นก็เกิดจากการผสมผสานวาทกรรมเหล่านั้นไปในทิศทางที่แตกต่างกันออกไป คนเราจึงสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันและหลากหลายได้ในสถานการณ์ต่างๆ และองค์ประกอบของวาทกรรมนั้นไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่อกันเสมอไป จึงเห็นได้ว่า แท้จริงแล้วอัตลักษณ์ต่างๆ เป็นเพียงการเชื่อมร้อย องค์ประกอบของวาทกรรมในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง เมื่อบริบทเปลี่ยนไปค่านิยมของอัตลักษณ์ก็สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ด้วย (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2546)

การที่เราเลือกนิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็นใคร นั้น เป็นกระบวนการของการเลือกใช้และแสดงออกซึ่งจะทำให้รู้ว่าเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มอื่นอย่างไรโดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) หรือเครื่องหมายอัตลักษณ์ (Identitis Markers) ซึ่งเป็นสิ่งที่ประกอบกันทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึกภายในตัวเราและกระบวนการของโลกภายนอกที่เราเกี่ยวพัน เพราะมนุษย์เลือกใช้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวข้องกับตนเองทั้งในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและในส่วนของตัวตนที่มันซ้อนทับกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และระดับอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) เช่นการที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมให้กับเรา บทบาทความเป็นลูก ความเป็นเพื่อน หรือตำแหน่งในที่ทำงาน ระบบคุณค่าที่ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิด ทำให้เราเรียนรู้และเลือกที่จะนิยามตนเองให้เหมาะสมในสังคม และมีการเลื่อนไหลปรับเปลี่ยนไปตามบริบท เช่น เมื่ออยู่ในครอบครัวก็จะมีบทบาทเป็นลูก เป็นพี่น้อง บางครั้งบทบาทและตำแหน่งอาจซ้อนทับกัน เช่น เราเป็นนักศึกษาในขณะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนในชั้นเรียน เป็นต้น สัญลักษณ์ที่เราเลือกหยิบมาใช้ในการนิยามตนเองทั้งต่อสังคมและต่อตัวเราเองนั้นเกิดขึ้นได้โดยผ่านระบบการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เพราะการแสดงออกซึ่ง

ความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ เช่นบุคคลเลือกแต่งกายเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกของสถาบัน หรือแต่ละสถานศึกษามีการเลือกใช้สี สัญลักษณ์หรือเครื่องแบบที่แตกต่างกันออกไป ก็เพื่อแสดงความเป็นตัวตนให้กับบุคคลรับรู้ แต่อย่างไรก็ตาม การที่เรามองตัวเรา และพยายามเลือกนิยามความหมายเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล กับสิ่งที่คนอื่นมองเห็นในตัวเราว่าอย่างไรนั้นมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์เกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ที่ระหว่างบุคคลในสังคมและภายในตัวบุคคลเอง ในแต่ละบุคคลอาจมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย แต่จะมีการเลือกเอาเพียงอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งที่ยอมรับเพื่อนำมาใช้ภายใต้เงื่อนไขของบริบทในช่วงเวลาและพื้นที่ และอัตลักษณ์นี้อาจถูกกำหนดได้ทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดตนเองหรือถูกกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลโดยสังคมก็ได้ การกำหนดอัตลักษณ์นี้เกิดขึ้นบนกระบวนการคิดเกี่ยวกับระบบของความแตกต่าง ระบบของความหลากหลาย และการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ที่จะสร้างขึ้นนั้นมีความเชื่อมโยงกับสังคมอย่างไร ดังนั้นอัตลักษณ์กับสังคมจึงเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออก เนื่องจากการนิยามความเป็นตัวตนของอัตลักษณ์นั้นต้องมีการอ้างอิงกับสังคม แม้จะเป็นในระดับตัวบุคคลก็ยังคงมีการนิยามตนเองว่ามีตำแหน่งแห่งที่ หรือมีบทบาทอย่างไรในสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่

ฮอลล์และดูกาย (Hall, S., & Du Gay, P., 1996) อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (social construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture)



ภาพที่ 2.3 แผนภาพแสดง “วงจรแห่งวัฒนธรรม” กับการสร้างอัตลักษณ์ ที่มา Hall, S., 1997

จากภาพที่แสดงวงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ อธิบายได้ว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

เอ็ดเวิร์ด ที ฮอลล์ (Edward T. Hall) เสนอว่าวัฒนธรรมก่อให้เกิดอัตลักษณ์ ทำให้เราแตกต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ โดยแบ่งวิธีการเรียนรู้ที่ทำให้ทราบถึงความแตกต่างไว้ 10 กลุ่มคือ (ศิรินาถ ปิ่นทองพันธ์, 2546)

- 1) ระบบการสื่อสารและภาษา
- 2) ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย
- 3) อาหารและนิสัยการบริโภค
- 4) เวลาและความสำนึก
- 5) การตอบแทนและการทักทาย
- 6) ความสัมพันธ์
- 7) ค่านิยมและบรรทัดฐาน
- 8) ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง
- 9) การพัฒนาด้านจิตใจและการเรียนรู้
- 10) ความเชื่อและทัศนคติ

สจิวท ฮอลล์ (Stuart Hall) อธิบายว่า เราสามารถสร้างภาพตัวแทนต้นแบบได้ โดยเลือกดึงเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัด มีชีวิตชีวา เข้าใจง่าย เป็นที่รับรู้ทั่วไปออกมาและลดทอนอัตลักษณ์บุคคลที่มีความน่าสนใจน้อยกว่าลงไป วิธีการลดทอนคือ (1) ทำให้คุณสมบัติเหล่านั้นสุดขีดเกินจริง เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย (2) การสร้างอัตลักษณ์คู่ตรงข้ามออกมา (3) ให้ค่ากับคู่ตรงข้ามที่ถูกสร้างขึ้นมาไม่เท่ากัน เช่น ให้น้ำหนักความสำคัญและเชิงบวกกับด้านพระเอก ผู้ร้ายเป็นคู่ตรงข้าม การสร้างภาพตัวแทนนี้ต้องทำให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางชนชั้นของกลุ่มเป้าหมายด้วย (Hall, 1997: 258)

ในการศึกษาอัตลักษณ์ของบุคคลหรือชุมชนน่าจะศึกษาได้จากภาพตัวแทนที่แสดงออกมาเป็นสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายอัตลักษณ์ซึ่งอาจจะแสดงผ่านสื่อต่างๆ หรือแสดงให้ผู้อื่นรับรู้ เช่นการใช้ภาษาศาสนาเครื่องแต่งกายและการบริโภค เป็นต้น

4.1 ประเภทของอัตลักษณ์

เออร์วิง กอฟมัน (Erving Goffman) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทและอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2546: 5-6)

1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ ลิตเติลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K., 2008) อธิบายว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ในช่วงเริ่มแรกของชีวิต และจากสังคม

2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้นๆ ควรวางตนอย่างไร

จากคำอธิบายดังกล่าวจะเห็นว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีส่วนที่ซ้อนทับกันอยู่ เพราะอัตลักษณ์เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นปัจเจก (Individual) และสังคม (Social Aspect) การสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ทำให้มีระบบคุณค่าติดมากับบทบาทหน้าที่นั้น เช่น ความเป็นพ่อ ความเป็นศิษย์-อาจารย์ เป็นต้น ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบต่างๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ

นอกจากนี้จากการค้นคว้าพบว่า มีอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งเรียกว่า อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) สารานุกรมสังคมวิทยาแบล็คเวล ได้นิยามไว้ว่า หมายถึงการมีความหมายร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งความหมายร่วมเหล่านี้เกิดจากความสนใจและประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม เป็นการตอบคำถามว่าพวกเราเป็นใคร อัตลักษณ์ร่วมไม่ใช่สิ่งตายตัว เกิดขึ้นผ่านการต่อสู้ทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ และปฏิบัติการทางสังคม (Ritzer, 2007)

ในขณะที่อีริก ออลสัน (Eric Olson) อธิบายว่า หมายถึงชุดของความรู้อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งอัตลักษณ์ร่วมนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกหรืออัตลักษณ์ของบุคคลตัวอย่างของอัตลักษณ์ร่วม เช่น บุคลิกภาพของกลุ่มโดยรวม เพศสภาพ ชาติพันธุ์ สภาพภาพ อาชีพ เป็นต้น จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่าอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) มีลักษณะใกล้เคียงกัน (Olson, 1999)

4.2 การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

ลิตเติ้ลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K.) ได้อธิบายว่าเมื่อตั้งคำถามว่า “ฉันคือใคร” เรากำลังค้นหาภาพที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเรา ที่เรียกว่า อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์มีความหมายกว้างไปถึงเรื่องวัฒนธรรมด้วย

โดยลิตเติ้ลจอห์นและฟอสส์กล่าวว่า ไมเคิล เฮชต์ และคณะ (Michael Hecht and his colleagues) ได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ (The Communication Theory of Identity-CTI) ไว้ โดยอธิบายว่าอัตลักษณ์เป็นจุดเชื่อมกันระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual) และสังคม (Societal) ส่วนการสื่อสารคือส่วนเชื่อมโยงจริงๆ แล้วอัตลักษณ์คือรหัสที่อธิบายความเป็นสมาชิกของชุมชนของตัวเรา รหัสเหล่านี้ประกอบด้วยสัญลักษณ์ เช่น เสื้อผ้า คำพูด เป็นต้น (Littlejohn W. & Foss A., 2008)

เฮชต์ระบุว่าอัตลักษณ์ประกอบด้วยมิติของด้านอารมณ์ การเรียนรู้หรือปัญญา การกระทำหรือพฤติกรรม และมิติทางจิตวิญญาณ ผสมผสานกัน และเป็นแหล่งของแรงบันดาลใจและความคาดหวังของชีวิต โดยทั่วไปบุคคลจะมีอัตลักษณ์หลัก (Core Identity) ที่อยู่คงที่ แต่อัตลักษณ์ก็เปลี่ยนแปลงได้ไม่ใช่สิ่งตายตัว การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์และเป็นกลไกที่ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลง ความรู้สึกต่ออัตลักษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ (1) การมองตนเอง (Subjective Dimension) และ(2) คนอื่นมองเราอย่างไร หรือเป็นมุมมองตัวเรา ที่เราได้เรียนรู้จากผู้อื่น (Ascribed Dimension)

แนวคิดอัตลักษณ์ มีความสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาเรื่องการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเป็นอย่างยิ่ง ด้วยจะช่วยให้สามารถเข้าใจกระบวนการและผลผลิตอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวตามลำพัง และสามารถวิเคราะห์ตีความเครื่องหมายอัตลักษณ์ที่ปรากฏในการสื่อสารของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาในการสื่อสาร ภาพถ่ายบุคคลิกนิตย การแต่งกาย เป็นต้น

5.แนวคิดการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

งานวิจัยนี้จะใช้แนวคิดการวิเคราะห์ตัวบท ในการวิเคราะห์เรื่องราวการท่องเที่ยวที่ถูกถ่ายทอดลงในสื่อออนไลน์โดยนักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางตามลำพัง ทั้งในส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น อารมณ์ ความรู้สึก ภาพถ่ายและสัญลักษณ์อื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในการบอกเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเหล่านั้น ว่ามีกระบวนการขั้นตอนในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของนักเดินทางผู้หญิงเหล่านั้นอย่างไร โดยแยกพิจารณาเป็นสองส่วน คือ

5.1 การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

แนวทางการศึกษาประการหนึ่งที่นักวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ แนวคิดเรื่อง “สื่อมวลชนกับการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม” (Social Construction of Reality) เนื่องจากสำนักวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า สิ่งที่เราเรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นมิใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว และรอให้นักวิชาการเข้าไปค้นพบ แต่ความเป็นจริงเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (construct) โดยในกระบวนการประกอบสร้างความเป็นจริงนั้นสื่อมวลชนจะเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก และส่วนของผู้รับสาร (receiver) ก็เช่นกัน กลุ่มวัฒนธรรมศึกษามีแนวทางการวิเคราะห์ที่ชัดเจนว่า ในกระบวนการสื่อสารผู้รับสารมิได้เป็นผู้ถูกกระทำ (passive) หรือเป็นฝ่ายนั่งรอให้สื่อมวลชนสร้างความจริงขึ้นมาล้อมรอบตัวเองอยู่ฝ่ายเดียวหากทว่าผู้รับสารอาจจะมีลักษณะตั้งรับ (active) และเป็นผู้นำเนื้อหาของสื่อมวลชนมาสร้างสิ่งแวดล้อมของตัวเองได้ในเวลาเดียวกัน

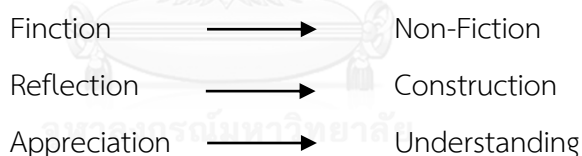
อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz) ได้เสนอแนวคิดการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมไว้ว่า โลกที่แวดล้อมตัวบุคคลนั้นมีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ (Physical World) อันได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมบุคคล โลกนี้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนอีกโลกหนึ่งมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (Social World) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม (Social reality) โลกนี้เกิดจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐและสื่อมวลชน เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 238)

จากคำกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการรับรู้และเข้าใจความหมายของสิ่งต่าง ๆ ในโลกหรือ “ความเป็นจริง” ของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นจาก “การสื่อสาร” ดังนั้น วิธีคิดของทฤษฎีนี้จึงได้แบ่งโลก (world) ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ โลกทางกายภาพ หรือ “โลกแห่งความเป็นจริง” (world of reality) โลกส่วนนี้จะเป็โลกที่เราสามารถสัมผัสได้ด้วยตนเอง อาจเป็นได้ทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว แต่ทว่าโลกแห่งความเป็นจริงเป็นโลกที่อยู่ห่างไกลที่มนุษย์จะเข้าถึงได้ และยังเป็นโลกที่เต็มไปด้วยความซับซ้อนมากมาย โลกใบนี้จะยังคงไม่มีความหมายของสิ่งใด ๆ เกิดขึ้น ต่อเมื่อมนุษย์ได้ทำการเรียนรู้หรือทำความเข้าใจโลกแห่งความเป็นจริงโดยผ่าน “ตัวกลาง” คือ สถาบันต่าง ๆ ของสังคม ที่ได้ประกอบสร้าง ความหมาย (meaning) ให้แก่สิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็วัตถุสิ่งของ เหตุการณ์ และแม้กระทั่งความฝัน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น “ความเป็นจริง” ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเป็น “ความเป็นจริงทางสังคม” หรือ “โลกแห่งความหมาย” (world of meaning) โลกส่วนนี้จะเป็โลกที่เป็นความรู้ (knowledge) ซึ่งเราได้รับมาเพียงบางส่วนจากโลกแห่งความเป็นจริง ดังนั้น “โลกแห่งความหมาย” จึงเป็โลกที่มนุษย์สามารถที่จะอธิบายให้ความหมาย หรือรับรู้ความหมายได้นั้นเองยกตัวอย่าง (นิลฉิน หนูพินิจ, 2551)

5.2 การเล่าเรื่อง

อดิสา วงศ์ลักษณะพันธ์ (2542) กล่าวว่า แนวคิดการเล่าเรื่องเป็นแนวคิดที่นิยมใช้กันมากในงานวิจัยทางสายวรรณกรรม เพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าและเนื้อหาประเภทคดีบันเทิงหรือเรื่องแต่ง (Fiction) เช่น นวนิยาย ละครโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ว่าได้สะท้อนค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตหรือโลกทัศน์ รวมถึงศึกษาว่าเรื่องเล่าดังกล่าวมีคุณค่าเชิงสุนทรียะ (Appreciation) หรือไม่ อย่างไร

ทว่าการศึกษาศึกษาการเล่าเรื่องในแง่มุมมองของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ทางด้านการสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนผ่านจากการวิเคราะห์วรรณกรรมในรูปแบบเดิม มาสู่การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการเล่าเรื่อง กับปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนแต่ละกลุ่มว่าเป็นอย่างไร สำหรับในส่วนรายละเอียดของแนวคิดนั้น การวิเคราะห์การเล่าเรื่อง เป็นวิธีวิเคราะห์ความหมายแบบหนึ่ง ซึ่งเอกลักษณ์ของการวิเคราะห์การเล่าเรื่องก็คือ การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมาย จากองค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่รวมกัน (concerted meaning) เพราะการเล่าเรื่องเป็นการเล่าที่มาจากองค์ประกอบต่างๆ มากมายที่แต่ละองค์ประกอบมีความหมายในตัวเอง และต่างต้องทำงานประสานกัน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การอธิบายชุดความหมายในแบบใดแบบหนึ่งและเพื่อเป็นการพิจารณาความหมายที่ได้ ว่าแสดงถึงวิธีคิดแบบใดของผู้เล่า



ภาพที่ 2.4 แผนภาพแสดงการเปลี่ยนรูปแบบการศึกษาศึกษาการเล่าเรื่อง จากสายวรรณกรรมมาสู่การสื่อสารมวลชน

ดังนั้น การวิเคราะห์เรื่องเล่าในยุคปัจจุบัน จึงมุ่งศึกษาศึกษาการประกอบสร้าง (construction) ความหมายหรือความเป็นจริงในสังคมเพื่อทำความเข้าใจ (understanding) ในปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มิได้จำกัดวงแต่เฉพาะการศึกษาศึกษาการเล่าเรื่องแต่ง (fiction) เท่านั้น หากยังหมายรวมถึงการวิเคราะห์จากเรื่องจริง (non-fiction) เช่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ว่าถูกประกอบสร้างและสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องเดินทางอย่างไร

การศึกษาอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอันเป็นสิ่งที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังการเล่าประสบการณ์การเดินทาง จึงต้องมีการทำความเข้าใจการเล่าเรื่องที่อาจมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของการเขียนเล่าประสบการณ์ท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นถึงการนิยามตัวตนและการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงกลุ่มนี้ได้

การเล่าเรื่อง หมายถึง การบรรยายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเหตุการณ์ที่สร้างขึ้นเอง ซึ่งบุคคลหนึ่งนำไปถ่ายทอดยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยภาษาพูด ภาษาเขียน หรือแม้แต่ภาษาสัญลักษณ์ ในการเล่าเหตุการณ์เรื่องดังกล่าว ดังนั้น เมื่อสื่อใดมีบทบาทในการรายงานเหตุการณ์ การสามารถนำเอาวิธีการของการเล่าเรื่องมาใช้เพื่อถ่ายทอดเหตุการณ์ได้ทั้งสิ้น ซึ่งรูปแบบการเล่าเรื่องสามารถกระทำได้หลายลักษณะ เช่น การเล่าเรื่องในนวนิยาย เรื่องสั้น ประวัติศาสตร์ ละคร อัตชีวประวัติ และการรายงานข่าว เป็นต้น (อดิสา วงศ์ลักษณพันธ์, 2542: 22)

ส่วนวิธีการเล่าเรื่องนั้น เป็นการนำเสนอประสบการณ์ของผู้เล่าในลักษณะของการกล่าวซ้ำ และรักษาไว้ซึ่งถ้อยคำที่เป็นการกล่าวซ้ำ ด้วยวิธีการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เรื่องหนึ่งเป็นถ้อยคำสรุปประสบการณ์ โดยการลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาเรียงเรียงเป็นถ้อยคำ (กุลวรา ชูพงศ์ไพโรจน์, 2541: 11)

เกณฑ์วิเคราะห์การเล่าเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์อัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ที่ปรากฏในการบอกเล่าประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ โดยพิจารณาจากวิธีการเล่าเรื่องหลายๆ แบบ เช่น เกณฑ์การเล่าเรื่อง จุดยืนการเล่าเรื่อง โดยนำองค์ประกอบต่างๆ ทั้งหมดที่พบมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจความหมายและตัวตนที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังการเล่าเรื่องเหล่านั้น ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์อันถูกประกอบสร้างและต้องการที่จะสื่อออกมาของผู้หญิงนักเดินทางเหล่านั้น

6. แนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

6.1 ความหมายของสังคมออนไลน์ (Social Network)

วนิษา แก้วสุข (2557) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social networking) หมายถึง เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามารู้จักกัน มีการให้พื้นที่บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายสำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน เป็นที่พบปะแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความสนใจร่วมกัน รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากล ที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก (วนิษา แก้วสุข, 2558: 8)

นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความหมายของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เอาไว้อีกมากมาย ได้แก่

กติกิสา สายเสนีย์ (2550) ได้ให้ความหมายของ Social Network คือ เอาไว้ว่า คือการที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง หากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็น เว็บ Social Network ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน

อนงค์นาฏ ศรีวิหค (2551) ได้ให้ความหมายของ Social Network คือ การเชื่อมโยงประชากรเข้าด้วยกัน

อิทธิพล ปรีดีประสงค์ (2552) ได้ให้ความหมายของ Social Network คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต และยังหมายรวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่ ประเภทแหล่งข้อมูลให้ความรู้ (data/knowledge) เช่น wikipedia ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (community) เช่น facebook twitter ประเภทสื่อ (media) เช่น youtube ประเภทเกมออนไลน์ (online game) เช่น raknarok ประเภทฝากภาพ (photo management) เช่น multiply ประเภทซื้อขาย (business/commerce) เช่น ebay ฯลฯ (เศรษฐพงษ์มณีสิริสุวรรณ, 2551)

ระวิ แก้วสุกใสและชัยรัตน์ จุสาลอ (2556) ได้แบ่งประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานเอาไว้ 7 ประเภท ได้แก่

1) สร้างและประกาศตัวตน (identity network)

ใช้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตัวเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยอาจเป็นลักษณะของการเผยแพร่รูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความ อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ การเขียนบทความสามารถทำได้อย่างเสรี ซึ่งอาจถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1) บล็อก (blog) เป็นชื่อเรียกสั้นๆ ของ weblog ซึ่งมาจากคำว่า web รวมกับคำว่า log ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสงความรู้สึกนึกคิดต่างๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า 'blogger' เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นอ่านได้ รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2) ไมโครบล็อก (micro blog) มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้นๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ได้ เช่น twitter

2) สร้างและประกาศผลงาน (creative network) เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเอง สามารถจัดแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลลอรี่ (gallery) ที่ใช้จัดแสดงผลงาน ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์เพื่อแบ่งปันเนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ด้วยกัน ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ youtube Flickr Multiply Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

3) ความชอบในสิ่งเดียวกัน (passion network) ทำหน้าที่เก็บสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (online bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อเป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Digg Zickr Ning Catchh และ Reddit เป็นต้น

4) เวทีทำงานร่วมกัน (collaboration network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมามีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาในที่สุด คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักเป็นผู้ที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหาทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกันนี้ได้แก่ wikipedia google earth และ google maps เป็นต้น

5) ประสบการณ์เสมือนจริง (virtual reality) เป็นลักษณะเกมออนไลน์ (online games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมาก เพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม สามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น Second Life Audition Ragnarok Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

6) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (professional network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ได้แก่ Linkdin เป็นต้น

7) เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (peer to peer) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ได้แก่ Skype เป็นต้น (ระวิแก้วสุกใส และชัยรัตน์จุสาโล, 2556)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง นี้ เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์และทำความเข้าใจกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังใน 3 แ่งมุมสำคัญ อันได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านอัตลักษณ์ และด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมา และพบว่ายังมีจำนวนไม่มากนักทั้งงานวิจัยของประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งกลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

Japanese female travelers - A Unique Outbound Market (2007) ซึ่ง Liping A. Caia และ Thomas E. Combrink ได้ทำการศึกษาตลาดที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้หญิงญี่ปุ่นที่ออกเดินทางเพื่อท่องเที่ยวตามลำพังโดยมุ่งพิจารณาถึงความแตกต่างทางด้านทัศนคติแรงจูงใจ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ระหว่างนักท่องเที่ยวชายและหญิง ซึ่งงานวิจัยนี้พบตัวชี้วัดที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชายและหญิงมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างกันของทัศนคติและแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวมากถึง 15-22 ปัจจัย และนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มยังมีรายละเอียดการเดินทางและลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ส่งผลให้ผู้หญิงญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวเวลานั้น เป็นกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณลักษณะพิเศษที่จำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมจากเดิมอย่างมาก

Tourism and the sexualisation of the gaze: solo female tourists' experiences of gendered power, surveillance and embodiment (2008) ของ Fiona Jordana* & Cara Aitchisonb

ทำการศึกษาถึงการใช้อำนาจในการหาประโยชน์ทางเพศจากผู้หญิง (sexualisation) ในฐานะวัตถุที่ถูกจ้องมองโดยผู้ชายซึ่งเกิดกับผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง งานวิจัยได้ลองเปลี่ยนการสังเกตการณ์จากการจ้องมองนักท่องเที่ยวในฐานะคนแปลกหน้ามาเป็นการจ้องมองโดยสายตาของการคนท้องถิ่น ทำให้ได้พบความเชื่อมโยงระหว่างอำนาจของเพศกับการจ้องมองผู้หญิงในฐานะวัตถุและผู้มีร่างกาย แทนที่จะเป็นการจ้องมองอย่างการมองนักท่องเที่ยวคนต่างถิ่น อันสามารถอธิบายได้ด้วยเรื่องของใช้อำนาจตามแนวคิดของมิเชล ฟูโกต์

โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังจำนวน 39 คน ที่มีอายุระหว่าง 30-70 ปี เพื่อดูว่าการแอบมองและจ้องดูทางสังคมประเพณี ส่งผลต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของผู้หญิงเหล่านั้นอย่างไร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การจ้องมองนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการใช้อำนาจในฐานะเจ้าบ้านที่ปรากฏในการท่องเที่ยว และการมองดูนักท่องเที่ยวผู้หญิงด้วยสายตาที่ใช้อำนาจของความเป็นชายในการจ้องมองผู้หญิงในฐานะวัตถุ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างเป็น “ธรรมชาติ” ซึ่งต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวาทกรรมในการแอบมองจ้องดูที่เกิดขึ้นในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อไป

The “Journeys” of Independence For Female Backpackers (2005) โดย William L. Obenour งานวิจัยชิ้นนี้ใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความเพื่อวิเคราะห์ผู้หญิงจำนวน 27 คน ที่ออกเดินทางแบบแบ็กแพ็คตามลำพัง โดยมีกรอบการวิเคราะห์ 4 ประการได้แก่ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ข้อจำกัดหรือความกลัวในการออกเดินทาง พื้นที่เปลี่ยนผ่าน และแนวคิดเรื่องงานบ้าน ผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงที่ออกเดินทางด้วยตัวเองเหล่านั้นรู้สึกว่าคุณสามารถ 1)ปลดปล่อยตัวเองและเอาชนะความกลัวของการเดินทางตามลำพังได้ในช่วงระหว่างที่กำลังอยู่ในการเดินทาง 2) เผชิญกับการต่อสู้ของพื้นที่ทางเพศสำหรับนักท่องเที่ยวแบ็กแพ็คผู้หญิงและการจ้องมอง (role of the gaze) 3) การได้ค้นพบอัตถิภาวนิยม (Existentialism) อย่างจริงแท้ของตัวเองผ่านการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาตัวเองเพียงลำพัง

Meaningful travel: women, independent travel and the search for self and meaning. (2006) โดย Wilson E. และ Harris C. งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ได้ทำการศึกษาผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวสองกลุ่ม โดยกลุ่มแรกเป็นนักเดินทางหญิงชาวออสเตรเลีย ซึ่งออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และนักเดินทางหญิงชาวนิวซีแลนด์ที่ออกเดินทางเพื่อการเจรจาธุรกิจพร้อมๆ กับการท่องเที่ยว ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เพื่อสอบถามถึงลักษณะของ “การท่องเที่ยวที่มีความหมาย” (meaningful travel) สำหรับพวกเขา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหมายมากกว่าแค่การเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งๆ ทั่วไประกิดขึ้นจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การท่องเที่ยว

นั้นช่วยในการค้นหาตัวตนและอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างพลังให้กับตัวเอง และการท่องเที่ยวที่ช่วยในการสร้างความเชื่อมโยงกับผู้อื่นหรือความเป็นพลเมืองโลก การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหมายไม่ใช่การเดินทางไปเยือนเมืองต่างๆ ที่เต็มไปด้วยศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น แต่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้ผู้หญิงสามารถเพิ่มระดับของการรับรู้ตัวตนของตัวเองและได้หวนคิดพิจารณาถึงแง่มุมอื่นๆ ในชีวิต สังคมและความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ รอบตัวได้ และยังสามารถนำประโยชน์ที่ได้รับจากประสบการณ์ท่องเที่ยว กลับมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำรงชีวิตในบริบทอื่นๆ ได้ด้วย

นอกจากงานวิจัยเกี่ยวกับผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผู้หญิงในแง่มุมต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ด้วย ดังนี้

การรับรู้ภาพลักษณ์และการนำเสนอตนเองในด้านหน้าที่การงานของผู้หญิงโสด โดย วรางคณา รัตนประสิทธิ์ (2550) ซึ่งศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านหน้าที่การงานของผู้หญิงโสด จากมุมมองของสื่อมวลชน จากมุมมองของคนรอบข้างผู้หญิงโสด และจากมุมมองของตัวเอง รวมถึงไปถึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และการนำเสนอตนเองในด้านหน้าที่การงานของผู้หญิงโสด

จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่สื่อมวลชนไทยนำเสนอพบว่า สื่อมวลชนมักนำเสนอผู้หญิงโสดในบทบาทของู้ทำงานให้ความบันเทิงและลักษณะของวัตถุทางเพศ นอกจากนี้ ยังนำเสนอผู้หญิงโสดในลักษณะของสาวแก่ หรือผู้หญิงที่มีชีวิตไม่สมบูรณ์อันเนื่องมาจากยังไม่ได้แต่งงาน ซึ่งแตกต่างจากการรับรู้ตนเองของผู้หญิงโสด โดยผู้หญิงโสดจะมีการรับรู้ตนเองว่ามีคุณค่าไม่ต่างจากคนอื่นเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือมีความสุขกับสถานภาพของตน สำหรับการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงโสดจากคนรอบข้าง จะมองว่าผู้หญิงโสดมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนงานบ่อย รองลงมาคือการมองว่าผู้หญิงโสดมีความคล่องตัวและมีเวลาทุ่มเทให้กับการทำงานมากกว่าผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว ซึ่งจากการที่สื่อมวลชนและคนรอบข้างผู้หญิงโสดยังคงมองภาพลักษณ์ของผู้หญิงโสดในทางลบอยู่บ้าง จึงส่งผลให้วิธีการนำเสนอตนเองที่ผู้หญิงโสดใช้มากที่สุด ได้แก่ การมุ่งสร้างให้คู่สื่อสารชื่นชอบด้วยวิธีการชื่นชมหรือยกยออีกฝ่ายหนึ่ง (Ingratiation) รองลงมาคือการตรวจสอบพฤติกรรมของตนเอง (Self - monitoring) ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมในที่ทำงาน โดยผู้หญิงโสดจะหลีกเลี่ยงวิธีการนำเสนอตนเองที่จะสร้างความขุนข้องหมองใจให้กับอีกฝ่าย เช่น การข่มขู่ (Intimidation) เป็นต้น

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของสตรีชายแดนกลุ่มชาติพันธุ์มอญและปฎิสัมพันธ์กับกลุ่มพม่าและไทย: กรณีศึกษาชุมชนมอญในจังหวัดกาญจนบุรี” ของ เจ็อจันท์ วงศ์พล

กานันท์ (2549) ประเด็นหลักของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ การสร้างองค์ความรู้ทางด้านมอญศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับกระบวนการสร้าง “อัตลักษณ์” ของสตรีมอญ ซึ่งเรื่องราวของเธอไม่เคยได้รับการจดจารไว้เป็นลายลักษณ์จากประวัติศาสตร์กระแสหลักของสังคมมอญในบริบทของผู้หญิงถูกเบียดขับออกไปจากบริบททางด้านการเมืองและมีการส่งทอด “มายาคติ” ดังกล่าวจากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งผู้หญิงเกิดความรู้สึกว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้ชาย ทั้งที่ตามความเป็นจริงแล้วผู้หญิงใช้วิธีการต่อสู้ขัดขืนแบบไม่เป็นทางการนอกเวทีการเมือง แต่ก็ส่งผลสะท้อนไม่น้อยต่อการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ในชุมชนมอญ การศึกษาวิจัยนี้ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ของสตรีชายแดนกลุ่มชาติพันธุ์มอญดังนี้

กระบวนการสร้าง “อัตลักษณ์” ก่อรูปขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา และการสื่อสารในชีวิตประจำวันในบริบทต่างๆ ของชุมชนคนพลัดถิ่นที่เป็นชายขอบทั้งรัฐไทยและพม่า การถูกผลักไสให้ไปอยู่ ณ ชายขอบเป็นแรงผลักดันให้สตรีมอญเหล่านี้ใช้วิธีการต่อสู้มากมาย และหลากหลายรูปการเพื่อแสวงหาที่ยืนในสังคมให้แก่ตนเองและคนในครอบครัวอย่างมีศักดิ์ศรี ในสังคมพหุชาติพันธุ์ที่เต็มไปด้วยการแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าถึงฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิทธิบางประการที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นผู้ที่สามารถธำรงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญเอาไว้ได้อย่างค่อนข้างสมบูรณ์จึงได้แก่สตรีที่อพยพจากพม่ามาสู่ประเทศไทยเมื่อ 50 ปีก่อน ส่วนผู้หญิงลูกของผู้หญิงกลุ่มแรก ถึงแม้ว่าถือกำเนิดมาจากพม่าแล้วอพยพติดตามครอบครัวเข้ามา และถูกกลืนกลายด้วยกลไกทางการเมืองและระบบการศึกษาไทย จากอิทธิพลของสื่อในชีวิตประจำวันรวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับคนต่างกลุ่มชาติพันธุ์ อัตลักษณ์จึงมีความเลื่อนไหลระหว่าง “ความเป็นมอญ” และ “ความเป็นไทย” แต่ก็ยังพยายามที่จะรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีมอญไว้ให้ได้มากที่สุด แม้ว่าส่วนหนึ่งจะเป็นการฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมและหวังผลที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนผู้หญิงในรุ่นหลานถูกคาดหวังจากครอบครัวและชุมชนให้รักษาความเป็นมอญเอาไว้ให้ได้มากที่สุด แต่การศึกษา อาชีพ และการเลือกคู่ครองเป็นสิ่งผลักดันให้เธอเหล่านี้ต้องแยกตัวออกไปจากชุมชนและปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ในชีวิตประจำวัน “ความเป็นมอญ” จึงถูกกดทับด้วย “ความเป็นไทย” จนมีคำกล่าวที่ติดปากชาวบ้านในชุมชนมอญพลัดถิ่น ซึ่งแสดงถึงทวิอัตลักษณ์ของคนมอญว่า “ตัวเป็นมอญ แต่ใจเป็นไทย”

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย” โดย กำจร หลุยยะพงศ์ (2553) งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์ของสำนักวัฒนธรรมศึกษา โดยให้สนใจอำนาจที่กำหนดผู้สูงอายุทั้งอำนาจจากผู้อื่นและตัวผู้สูงอายุเอง และเพื่อจะแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทั้งสองด้านของผู้สูงอายุไทย งานวิจัยชิ้นนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวทางของฟูโกต์และแพร์คลาฟ โดยศึกษาเอกสาร และศึกษาผู้สูงอายุสองกลุ่มที่ต่างกันในพื้นที่และฐานะ คือ กลุ่ม OPPY

และชมรมผู้สูงอายุ ต.โพธิ์ไทรงามจ.พิจิตรผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เหยียด้านแรก อัตลักษณ์ผู้สูงอายุถูกกำหนดจากสถาบัน 5 แห่งคือ สังคม การแพทย์ รัฐ เศรษฐกิจ และการสื่อสาร จนทำให้ผู้สูงอายุกลายเป็นวัตถุ นอกจากนั้น อัตลักษณ์ผู้สูงอายุยังมีความหลากหลายจนสามารถจำแนกได้ตามอำนาจของสังคมที่กำหนดแบ่งตามยุค คือ ยุคแรกสังคมเกษตรกรรม: ความซราตามธรรมชาติโลกจะมุ่งเน้นอำนาจสถาบันศาสนาที่ระบุให้ผู้สูงอายุเป็นผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีพระคุณ และร่างกายอ่อนแอตามสังขาร ยุคที่สอง สังคมอุตสาหกรรม: การจัดระเบียบความซรา จะเป็นยุคที่สถาบันการแพทย์ รัฐ เป็นสถาบันหลักที่ระบุว่า ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่อ่อนแอ ฟังฟัง จึงจำเป็นต้องก้าวมาจัดระเบียบ ส่วนอัตลักษณ์ที่มีอยู่เดิมนั้นถูกลดระดับเป็นอัตลักษณ์รอง และยุคที่สาม สังคมข้อมูลข่าวสาร: ความซราที่จัดการได้ เป็นยุคที่สถาบันการสื่อสาร ใช้แนวทางการแพทย์และสังคมสมัยใหม่เริ่มให้ผู้สูงอายุผู้ที่สามารถจัดการตนเองได้ เป็นผู้ที่จะหล่อหรือหยุดยั้งความซราในเหยียด้านอื่น แม้สถาบันสังคมกำหนดความหมายอย่างเข้มข้น แต่ผู้สูงอายุบางกลุ่มกลับมีอำนาจในการต่อสู้ต่อรองอัตลักษณ์ อาทิ ปฏิเสธอัตลักษณ์ด้านลบคือความอ่อนแอและฟังฟัง แต่ก็เลือกยอมรับอัตลักษณ์บางส่วนที่เหมาะสมกับตน เช่น ความกตัญญู และการเกิดแก่เจ็บตายเป็นธรรมชาติ อีกทั้งสร้างความหมายใหม่ด้วยการยืนยันความเชี่ยวชาญในบางด้าน โดยที่กลุ่ม OPPY สร้างอัตลักษณ์ “ผู้สูงวัยหัวใจไฮเทค” ส่วนชมรมผู้สูงอายุ ต.โพธิ์ไทรงาม กำหนดว่า “ผู้สูงอายุคือผู้มีศักยภาพต่อชุมชน” นอกจากนั้นผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มยังได้ผนวกอัตลักษณ์เดิมของตน เช่น ผู้รู้ ผู้มีฐานะ เพื่อยืนยันตัวตนในแง่บวกอัตลักษณ์ผู้สูงอายุของสังคมไทยจึงเป็นทั้งอำนาจที่ถูกสังคมกำหนด ในเวลาเดียวกันภายใต้กรอบที่กำหนดผู้สูงอายุก็ยังสามารถคัดเลือก ต่อรอง รวมถึงประกอบอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ เข้ามาเป็นตัวตนของตน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยเรื่อง “การถอดถอนความเป็นมนุษย์และการตอบโต้โดยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของสาวคาราโอเกะ” ของ ขวัญฤทัย จ่างจรัส (2543)งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการถอดถอนความเป็นมนุษย์ของสาวคาราโอเกะ ท่ามกลางการถูกประทับตราและประทับรอยมลทินจากสังคมตลอดถึงการสร้างกลไกในการตอบโต้ที่นำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของพวกเธอ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในสถานประกอบการเป็นเวลา 6 เดือน และสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำงานในสถานประกอบการและลูกค้า ซึ่งได้ผลการศึกษาออกมาเป็น 2 ส่วนคือ การถอดถอนความเป็นมนุษย์เกิดขึ้นหลังจากที่สาวคาราโอเกะลดคุณค่าของความเป็นมนุษย์ลง โดยมองว่าตัวเองมีฐานะไม่ต่างไปจากวัตถุ ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อพวกเธอยอมรับสถานภาพสำคัญในฐานะสาวคาราโอเกะต่างไปจากผู้หญิงทั่วไปในสังคม และการตอบโต้โดยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ โดยพยายามใช้กลวิธีทางสังคมบางอย่างเพื่อตอบโต้กระบวนการถอดถอนความเป็นมนุษย์อยู่ตลอดเวลาเช่นกัน กลไกที่พวกเธอใช้ในการตอบโต้กระบวนการดังกล่าว ปรากฏออกมาในลักษณะของการนำเสนอตัวตนของพวกเธอสู่สาธารณะในลักษณะของผู้หญิงใจกล้า ไร้ยางอาย มี

อารมณ์ทางเพศสูง แต่งกายวาบหวาม ใช้จริตมารยา รู้จักเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ ถือเป็นวิธีการที่พวกเรานำมาใช้เพื่อตอบโต้อำนาจของลูกค้า องค์กร และสังคมใหญ่ จากการตอบโต้ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า พวกเรามีได้ลตทอนหรือถูกลตทอนความเป็นมนุษย์แต่เพียงด้านเดียว หากแต่พวกเรากำลังหากลไกบางอย่าง เพื่อให้พวกเรหลุดพ้นจากอัตลักษณ์เดิมโดยการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นด้วย

งานวิจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในแง่ของการแสวงหาข้อมูลและการเลือกตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวตามลำพังได้

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน” เกษรา เกิดมงคล (2546) งานวิจัยเชิงปริมาณนี้ต้องการศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน 2) พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มรักการแข่งขัน 2) กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 4) กลุ่มก้าวทันโลก 5) กลุ่มผู้นำยุคใหม่ 6) กลุ่มรักครอบครัว 7) กลุ่มตามใจตัวเอง 8) กลุ่มตามกระแส และ 9) กลุ่มเป็นตัวของตัวเอง 2. คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก รักครอบครัว และตามกระแสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 4. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก ผู้นำยุคใหม่ และตามกระแสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า การวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรร่วมกัน 3 ตัว คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทางจิตวิทยาและลักษณะทางประชากร สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการวิเคราะห์โดยใช้เพียง 2 ตัวแปร คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยา

งานวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทย พ.ศ. 2394-2544” โดย ปิ่นเพชร จำปา (2545) เป็นงานวิจัยที่ทำการศึกษาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน (2545) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวพัฒนาไปอย่างไรและอะไรคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำนึกทางการ

ท่องเที่ยวของคนไทย ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย โลกทัศน์ ความเชื่อดั้งเดิม สภาพเศรษฐกิจสังคม การเมืองการปกครอง และผลกระทบของวัฒนธรรมตะวันตก

ซึ่งจากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า ในช่วงแรกการท่องเที่ยวในประเทศไทย นั้น กลุ่มชนชั้นสูงนิยมไปท่องเที่ยวในบริเวณหาดทรายชายทะเล ต่อมาความหมายของการท่องเที่ยว จึงได้ขยายออกไปครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ อาทิ ทักษะศึกษา การกีฬา การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

งานวิจัยเรื่อง “เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการตอบสนองของผู้รับสารในเว็บบอร์ด” โดย มณีรัช รอดทรัพย์ (2552) งานวิจัยเชิงสำรวจชิ้นนี้ ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเว็บบอร์ด Blue Planet จากเว็บไซต์ www.pantip.com และเว็บไซต์ www.sanook.com จำนวน 103 กระทั่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เนื้อหา ทักษะของผู้ใช้เว็บบอร์ดที่มีต่อเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเว็บบอร์ด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้เว็บบอร์ด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ใช้เว็บบอร์ดการนำเสนอภาพถ่ายแต่ละประเภทเพื่อสื่อความหมายใน 3 รูปแบบด้วยกัน คือการสื่อความหมายที่เหมือนจริง การสื่อความหมายรูปแบบใช้สัญลักษณ์ การสื่อความหมายแบบนามธรรม โดยแต่ละภาพสามารถสื่อความหมายได้ใน หลายๆรูปแบบในเวลาเดียวกัน ด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ใช้เว็บบอร์ดได้นำเสนอข้อมูลทั่วไป/ประวัติความเป็นมา สถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่น่าสนใจ ร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง ร้านและแหล่งจำหน่ายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง แผนที่ประกอบการเดินทางโดยใช้การเขียนบรรยาย แผนที่ประกอบการเดินทางโดยใช้แผนภาพ ข้อมูลอื่นๆ เทศกาลและงานประเพณี ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า ผู้เข้าชมเว็บบอร์ด ส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นในเชิงบวกต่อเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในเว็บบอร์ด นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ใช้เว็บบอร์ด และทัศนคติที่มีต่อการนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ก็ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ใช้เว็บบอร์ดด้วยเช่นกัน

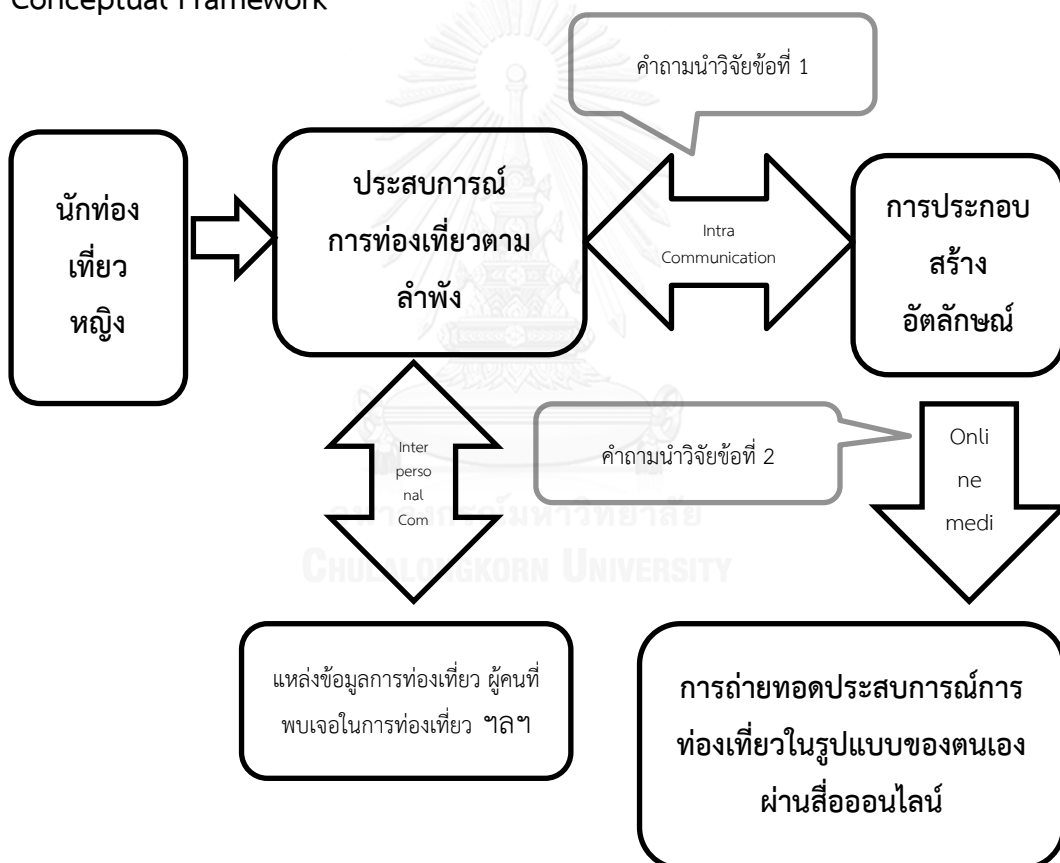
กรอบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาการประกอบสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยทำการศึกษาในสองระยะ คือระยะของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ซึ่งเกิดขึ้นก่อนและระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และการสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างและหลังการเดินทางท่องเที่ยว โดยสามารถสรุปเป็นกรอบการวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษา “การประกอบสร้างอัตลักษณ์” ผู้วิจัยใช้แนวคิดสตรีนิยมแนวคิดด้านการท่องเที่ยวและแนวคิดอัตลักษณ์ในการอธิบายการสื่อสารภายในตัวเอง เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของผู้หญิงนักเดินทาง เพื่อต่อสู้กับอัตลักษณ์เดิมที่สังคมและระบอบปิตาธิปไตยเป็นผู้กำหนดให้ ซึ่งอาจมีทั้งการประกอบสร้างอัตลักษณ์ (Construct) การดำรงรักษาอัตลักษณ์ (Maintain) การต่อรองอัตลักษณ์ (Negotiate) และการผลิตซ้ำอัตลักษณ์ (Reproduction) ปรากฏออกมาให้เห็น

2. การศึกษาเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผู้วิจัยใช้แนวคิดการเล่าเรื่อง เพื่อวิเคราะห์ความคิด ขั้นตอน วิธีการในการสื่อสาร รวมไปถึงการใช้ภาษา การเลือกรูปภาพที่ใช้ประกอบการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความหมายของตัวตนและอัตลักษณ์ ที่ผู้หญิงนักเดินทางเหล่านั้นต้องการสื่อออกไปให้ผู้อื่นในสังคมได้รับรู้

Conceptual Framework



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง” นี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์และสื่อสารอัตลักษณ์นั้นผ่านสื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดการรับรู้ตัวตนของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1.การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเรื่องการประกอบสร้างอัตลักษณ์จากประสบการณ์การเดินทางของผู้หญิง รวมถึงหาความหมายและตีความอัตลักษณ์ที่ผู้หญิงเหล่านั้นได้ถ่ายทอดผ่านสื่อออกไปให้ผู้อื่นรับรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบงานวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และมีรายละเอียดการศึกษาดังต่อไปนี้

ประการแรก ศึกษาประสบการณ์ที่ผู้หญิงได้รับจากการท่องเที่ยวตามลำพัง ว่ามีความรู้สึก ความคิดเห็น และมุมมองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศตามลำพังอย่างไร

ประการที่สอง ศึกษา วิเคราะห์ ข้อเขียน บทความ และภาพถ่ายที่ผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้ถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นรับรู้ ว่าได้สะท้อนหรือบ่งบอกถึงการให้ความหมายของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอย่างไร

ประการที่สาม ค้นหาความหมายและตีความ การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

2.แหล่งข้อมูลการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สถานการณ์การเก็บข้อมูล

2.1 แหล่งข้อมูลในการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้สามารถจัดแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ

ก.แหล่งข้อมูลบุคคล

การรวบรวมข้อมูลจากผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไม่จำกัดวัย อาชีพ สถานภาพ สมรส และเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศตามลำพังมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยจะต้องสามารถบอกเล่า และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเองได้

ข. แหล่งข้อมูลเอกสาร รวบรวมจากสื่อออนไลน์ อาทิ blog fanpage diary online หรือ เว็บไซต์ส่วนตัว ที่ผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังใช้ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเอง เพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้รับรู้

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ก. การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Unit)

การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเลือกโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา การศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากการค้นหาและเจาะจงคัดเลือกจากสื่อออนไลน์จำนวนหนึ่ง และอีกจำนวนหนึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสอบถามไปยังคนรู้จักของผู้วิจัยที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพต่างๆ

ข. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (sample Size)

เนื่องด้วยปัจจุบันยังไม่ทราบว่ามีจำนวนผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเป็นที่แน่นอนเท่าไร ทว่า การศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดปรากฏการณ์วิทยานั้น มุ่งทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์มากกว่าเน้นความหลากหลายและความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมา จึงอาจเป็นผู้มีประสบการณ์มาก มีประสบการณ์ใกล้เคียงหรือแตกต่างกันก็ได้ แต่จะต้องมีจำนวนมากพอที่จะสะท้อนรูปแบบที่หลากหลายของประสบการณ์ที่ศึกษา แต่ก็ไม่ควรมากเกินไป ทั้งนี้เพื่อที่นักวิจัยจะสามารถศึกษาในระดับลึกได้โดยไม่ลำบากนัก (ชาย โปธิสิตา, 2550)

Ritchie et al. (2003) ก็ได้อธิบายถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพเอาไว้ว่า งานวิจัยเชิงคุณภาพให้ความสำคัญกับความหมายและคำอธิบายของข้อมูลนั้นๆ มากกว่าจะเป็นเรื่องจำนวนของผู้ให้ข้อมูล การจะทำความเข้าใจข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงควรจะมาจากรุ่นตัวอย่างที่มีขนาดพอเหมาะ กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยเชิงคุณภาพ มักจะมีจำนวนไม่เกิน 50 คน เพื่อที่จะสามารถจัดการกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลได้

จากคำอธิบายข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล มีความแตกต่างในเรื่องอายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส รายได้ เพื่อนำมาทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลในเบื้องต้นจำนวน 25 คน และ

หากว่าข้อมูลที่ได้มายังไม่เพียงพอที่จะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลจนตอบคำถามการวิจัยได้ ผู้วิจัยก็จะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นจนกว่าไม่ปรากฏข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีกแล้ว

ตลอดช่วงระยะเวลาของการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงต้องหมั่นสังเกตและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาอย่างสม่ำเสมอ จนกระทั่งพบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลเอกสาร เริ่มมีรูปแบบที่ปรากฏซ้ำหรือมีการอ้อมตัวของข้อมูล (Data Saturation) จนเพียงพอต่อการตอบคำถามนำวิจัยได้แล้ว

ค. กลยุทธ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Strategies)

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากการค้นหาและเจาะจงคัดเลือกจาก fanpage blog diary online หรือเว็บไซต์บอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่สื่อออนไลน์อยู่แล้วจำนวนหนึ่ง และใช้วิธีการสอบถาม ขอความช่วยเหลือจากคนรู้จักที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพต่างๆ ในการช่วยแนะนำกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จนทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งอาชีพ วย การศึกษาและสถานภาพสมรส

ง. สถานการณ์การเก็บข้อมูล (Setting)

ก่อนสัมภาษณ์

ผู้วิจัยมีวิธีการแสวงหากลุ่มตัวอย่างอยู่ 2 รูปแบบ แบบแรกคืออาศัยการแนะนำจากคนรอบข้างที่ทำงานอยู่ในสาขาวิชาชีพแตกต่างกัน ให้ช่วยแนะนำคนรู้จักที่เป็นผู้หญิงและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวตามลำพังในต่างประเทศอย่างน้อย 1 ครั้ง เมื่อได้รับการแนะนำกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการติดต่อกลุ่มตัวอย่างไปทางหมายเลขโทรศัพท์เพื่อแนะนำตัว พร้อมด้วยแจ้งถึงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และขออนุญาตเพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลในวันและเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเป็นฝ่ายสะดวก ซึ่งการติดต่อเพื่อขอเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้จะเป็นไปได้ค่อนข้างสะดวก เพราะกลุ่มเป้าหมายได้รับการเกริ่นนำให้รู้จักกับผู้วิจัยผ่านเพื่อนหรือคนรู้จักมาก่อนแล้ว จึงยินดีที่จะให้สัมภาษณ์ รวมถึงอนุญาตให้ผู้วิจัย 'add friend' ใน facebook เพื่อที่ผู้วิจัยจะสามารถเข้าไปอ่านและชมภาพบันทึกการเดินทาง คลิปวิดีโอ จากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมาของกลุ่มตัวอย่างได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเอกสารหรือข้อมูลในลักษณะตัวบทนี้ ไปใช้ในการคิดกรอบแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ด้วย

กลุ่มตัวอย่างแบบที่สอง ได้มาจากการที่ผู้วิจัยเข้าไปค้นหาจากหน้าเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ pantip.com blogging exteen fanpage โดยใช้คีย์เวิร์ดหลักๆ ในการค้นหาได้แก่ ผู้หญิง เที่ยวคนเดียว แบ็คแพ็ค travel journey roam alone lonely only girl ฯลฯ ซึ่งทำให้ได้พบกับกระทู้หรือหน้าเพจที่เป็นการรีวิว บอกเล่า

เรื่องราวการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการส่งข้อความไปตามอีเมลที่ปรากฏอยู่หรือผ่านช่องทางการติดต่อของหน้าเว็บนั้นๆ ไปหาผู้เขียนบทความหรือบันทึกการท่องเที่ยว แนะนำตัว อธิบายถึงหัวข้องานวิจัยของตัวเอง แจ้งว่ารู้จักหรือพบเห็นงานเขียนของกลุ่มตัวอย่างจากที่ใด จากนั้นจึงขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

การติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้พบข้อติดขัดในหลายๆ ส่วน ไม่ว่าจะเป็นการใช้เวลานานกว่าจะได้รับการติดต่อกลับ เนื่องจากการส่งข้อความไปตามโปรแกรมของหน้าเว็บ เช่น หลังไมค์ ของ pantip.com นั้น หากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ log in เพื่อเข้ามาใช้งานเว็บบอร์ดก็จะไม่สามารถมองเห็นข้อความได้ และกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ไม่ได้เข้ามาใช้งานเว็บไซต์เป็นประจำ ทำให้กว่าจะเห็นข้อความที่ส่งไปบางครั้งก็กินเวลาหลายสัปดาห์

ข้อติดขัดที่เกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกไม่ไว้วางใจ เนื่องด้วยเป็นการติดต่อจากคนแปลกหน้าที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ทำให้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเกิดความคลางแคลงและไม่แน่ใจถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงในการติดต่อเพื่อขอข้อมูล บางท่านแจ้งกลับมาว่า “ไม่สนใจที่จะให้เข้าพบหากเป็นการขายตรง” หรือ “ไม่สะดวกใจที่จะให้สัมภาษณ์” แม้ผู้วิจัยจะทำจดหมายบันทึกข้อความอย่างเป็นทางการจากสถาบันการศึกษา หรือบางท่านต้องส่งข้อความตอบกลับกันไปมาอยู่หลายครั้งจนกระทั่งแน่ใจถึงวัตถุประสงค์ในการขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล จึงยินดีที่จะให้ไปพบเพื่อสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างบางท่านไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือคิดว่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองอาจไม่น่าสนใจพอ ก็ได้กรุณาแนะนำผู้วิจัยให้กับกลุ่มตัวอย่างท่านอื่นที่รู้จักอีกทอดหนึ่งก็มี

ข้อสังเกตประการหนึ่งในการสำรวจและค้นหากลุ่มตัวอย่างก็คือ หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลักษณะของ fanpage หรือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยติดต่อเข้าไปด้วยการ ‘add friend’ ใน facebook นั้น จะยินดีที่จะให้ข้อมูลโดยที่ไม่มีความลังเลหรือสงสัยในเจตนาของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นในเรื่องนี้ว่า เนื่องจากเมื่อเป็น ‘friend’ กันแล้วนั้น กลุ่มตัวอย่างเองก็สามารถเข้ามาดูข้อมูลเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับตัวผู้วิจัยในหน้า facebook ส่วนตัวของผู้วิจัยเองได้เช่นกัน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสได้พิจารณาข้อมูลเรื่องราวที่เกี่ยวกับตัวผู้วิจัยด้วยตัวเอง ซึ่งทำให้การตัดสินใจที่จะให้ข้อมูลสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

กลุ่มตัวอย่างบางท่านไม่ได้อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ หรือจังหวัดใกล้เคียง แต่อาศัยอยู่ในต่างประเทศหรือจังหวัดอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไปมากๆ ซึ่งผู้วิจัยไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางไปพบเพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ก็ได้ทำการสัมภาษณ์ทางไกลโดยอาศัยวิธีการและเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เลือกวิธีการสัมภาษณ์ที่มีความสะดวกและพึงพอใจมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดยินดีที่จะให้สัมภาษณ์ผ่านทางโปรแกรม Messenger ซึ่งทำให้สามารถพูดคุยกันในรูปแบบ ‘chat’ ได้ โดยผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้นัดหมายวันและเวลา และเริ่มเป็นฝ่ายส่ง

ข้อความที่หายไปเมื่อถึงเวลานัดหมาย หากกลุ่มตัวอย่างสะดวกก็จะตอบกลับและทำการพูดคุยกันได้ในทันที

การดำเนินการสัมภาษณ์

ในส่วนของการดำเนินการสัมภาษณ์นั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบอีกเช่นกัน โดยแบบแรกนั้นเป็นการสัมภาษณ์แบบพบหน้า ผู้วิจัยจะนัดหมายวัน เวลา และสถานที่กับกลุ่มตัวอย่าง และเป็นฝ่ายเดินทางไปพบเพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ซึ่งวันและเวลาในการนัดหมายนั้น จะเป็นวันจันทร์-ศุกร์ในช่วงเวลาหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างเลิกงานแล้ว หรือในช่วงระหว่างวันสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีอาชีพอิสระหรือเจ้าของกิจการ แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางท่านที่ยินดีให้เข้าไปพบในช่วงเวลางานที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกและสามารถปลีกตัวมาให้สัมภาษณ์ได้

สถานที่ที่ใช้ในการทำงาน จะเป็นร้านค้าแพหรือร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่สามารถนั่งพูดคุยกันเป็นระยะเวลาต่างๆ ได้ อาจจะต้องอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่เดินทางมาได้สะดวกหรือตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะไปถึงก่อนเวลาเสมอเพื่อเลือกมุมที่นั่งที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการสัมภาษณ์ โดยจะต้องไม่พลุกพล่าน ไม่มีเสียงดังรบกวนมากจนเกินไป เก้าอี้ที่นั่งสบาย และโต๊ะที่สามารถวางเครื่องบันทึกเสียงในระยะที่เหมาะสมได้ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมาถึง ผู้วิจัยจะเชิญให้ส่งเครื่องดื่มและชวนพูดคุยเพื่อสร้างความผ่อนคลายก่อนจะเข้าสู่คำถามสัมภาษณ์

ก่อนเริ่มทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะแนะนำตัวอย่างเป็นทางการอีกครั้ง โดยแจ้งชื่อ สกุล สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาและทำวิจัย อธิบายเรื่องราวและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยอย่างคร่าวๆ อธิบายว่าเหตุใดกลุ่มตัวอย่างจึงได้รับเลือกให้เป็นผู้ให้ข้อมูล และสอบถามถึงความสมัครใจในการเปิดเผยชื่อและข้อมูลส่วนตัวในงานวิจัย หากไม่สมัครใจ ผู้วิจัยจะเลือกใช้นามแฝงทดแทนให้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยยังพบข้อสังเกตในส่วนของการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างบางท่าน หากผู้วิจัยชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยไม่ชัดเจนมากพอ กลุ่มตัวอย่างจะมีความสงสัยในกรอบคำถาม ว่าเหตุใดจึงต้องมีคำถามเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว การเลี้ยงดูของครอบครัว การใช้ชีวิตปกติประจำวันรวมอยู่ด้วยนอกเหนือจากคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงต้องอธิบายเพิ่มเติมถึงความจำเป็นของข้อมูลในส่วนนี้ว่ามีส่วนสำคัญต่อการวิเคราะห์และตีความการประกอบสร้างอัตลักษณ์อย่างไร กลุ่มตัวอย่างจึงมีความเข้าใจและยอมให้สัมภาษณ์ต่อไป

อย่างไรก็ดี เมื่อเริ่มสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างอีกคนหนึ่ง ผู้วิจัยลองอธิบายถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้มีความชัดเจนมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างกลับเริ่มมีความรู้สึกอึดอัดและพะวักพะวง เกรงว่าจะไม่สามารถให้คำตอบที่ผู้วิจัยต้องการได้ มีท่าทีเกร็งและกังวลในการตอบคำถาม หยุดคิดพิจารณานานกว่าปกติ และพยายามตอบด้วยภาษาท่าทางที่เป็นทางการมากขึ้นจนไม่เป็นธรรมชาติ ผู้วิจัยต้องแก้ไข

ด้วยการเปลี่ยนหัวข้อสนทนา หรือเป็นฝ่ายเล่าถึงเรื่องราวการเดินทางของตัวเองเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน จนกระทั่งกลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น จึงกลับมาดำเนินการสัมภาษณ์ตามกรอบคำถามที่เตรียมเอาไว้

หากกลุ่มตัวอย่างบางท่านยังคงรู้สึกอึดอัดกังวลกับวัตถุประสงค์การวิจัย จนไม่สามารถปรับความรู้สึกให้กลับมาเป็นปกติได้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีปิดเครื่องบันทึกเสียง ชวนพูดคุยและค่อยๆ สอดแทรกคำถามเข้าไปในระหว่างการพูดคุยและใช้วิธีจดบันทึกแทน

อีกปัญหาหนึ่งที่พบในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลในการวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา คือ การพยายามเจาะลงไปให้ถึงความหมายของประสบการณ์ที่กลุ่มตัวอย่างได้ประสบมา และประสบการณ์เหล่านี้มีความหมายอย่างไรต่อพวกเขา แต่ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถอธิบายหรือให้ความหมายของประสบการณ์ของตนเองได้ กลุ่มตัวอย่างหลายคนใช้เวลาในการคิดพิจารณากับคำถามในส่วนนี้ค่อนข้างนาน หลายท่านคิดไม่ออกว่าจะตอบว่าอย่างไร ผู้วิจัยจึงลองใช้คำถามแบบเหตุการณ์สมมติ (hypothesis question) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น หรือถามคำถามอื่นๆ ที่มุ่งให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนคติ ความรู้สึก และทำที่ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อเรื่องนั้นๆ แทน กลุ่มตัวอย่างบางท่านไม่ต้องการพูดคุยเรื่องอื่นใดนอกเหนือจากการเดินทางท่องเที่ยวเลย ผู้วิจัยต้องสอดแทรกคำถามเหล่านี้ไปในระหว่างการซักถามเรื่องการเดินทาง หรือพยายามพูดคุยเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดใจในการให้ข้อมูล ซึ่งนับเป็นส่วนที่มีความยากและต้องใช้ทักษะในการตะล่อมกล่อมเกล่า (probe) มากที่สุดในการดำเนินการสัมภาษณ์งานวิจัยชิ้นนี้

นอกจากการบันทึกเสียงสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยยังได้บันทึกรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ประกอบการตีความคำสัมภาษณ์ด้วย อาทิ การแต่งกาย บุคลิกภาพ การใช้ภาษา สีหน้าท่าทาง การแสดงอารมณ์ ความกระตือรือร้น ท่าทีที่แสดงออกต่อข้อคำถามบางข้อ จังหวะการพูดคุย การหยุดคิดเพื่อตอบคำถาม ฯลฯ

การสัมภาษณ์กินเวลาเฉลี่ยครั้งละ 1-1.30 ชั่วโมง การสัมภาษณ์ที่กินเวลานานที่สุดคือ 3 ชั่วโมง

การสัมภาษณ์รูปแบบที่สอง คือการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรม Messenger ในคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างจะทำการนัดหมายวันและเวลาที่จะพูดคุยกันเอาไว้ล่วงหน้า และเมื่อถึงกำหนดเวลานัด ผู้วิจัยจะเป็นฝ่ายส่งข้อความทักทายไปก่อน หากกลุ่มตัวอย่างสะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ก็จะตอบกลับมาและเริ่มพูดคุยกัน

การสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนาแบบนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถมองเห็นสีหน้า ลักษณะท่าทางของกลุ่มตัวอย่างได้ อีกทั้งในระหว่างการสัมภาษณ์อาจมีความขัดข้องทางเทคนิค ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเร็วอินเทอร์เน็ต ความไม่สันทัดในการพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่าง หรือการเข้ามาขัดจังหวะของปัจจัย

ภายนอกอื่นๆ และทำให้ต้องละทิ้งการสนทนาไปกลางคัน รวมถึงวิธีการตั้งคำถาม ก็ไม่สามารถใช้คำถามปลายเปิดแต่เพียงอย่างเดียว และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เล่าบรรยายเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แบบยาวๆ ได้ เพราะข้อจำกัดในการพิมพ์ ผู้วิจัยต้องหมั่นถามคำถามเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ และถามคำถามเพื่อช่วยเตือนเมื่อกลุ่มตัวอย่างหลงลืมในการตอบประเด็นใดไป กล่าวโดยง่ายคือ การสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนา นั้น ผู้วิจัยควรจะต้องถามคำถามที่ละประเด็น ทีละเรื่อง เมื่อซักถามจนเข้าใจแล้ว จึงจะเริ่มคำถามเกี่ยวกับเรื่องใหม่ เช่น หากเป็นการสัมภาษณ์แบบพบหน้า ผู้วิจัยสามารถใช้คำถามปลายเปิดว่า “การเดินทางท่องเที่ยวครั้งแรก มีการเตรียมตัวอย่างไรบ้าง” กลุ่มตัวอย่างก็จะเริ่มเล่าถึงขั้นตอนการเดินทางต่างๆ ของตัวเองอย่างละเอียดไปจนจบ แต่หากเป็นการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนา จะต้องแยกย่อยคำถามลงไปทีละเรื่อง

“เลือกเดินทางไปเมืองอะไรบ้าง”

“เลือกจากอะไร”

“หาข้อมูลการเดินทางอย่างไร”

“ใช้เว็บไซต์อะไรบ้าง”

“อ่านไกด์บุ๊กด้วยหรือไม่”

“ถามความเห็นใครบ้าง ที่จะไปเที่ยวที่นั่น”

“คิดว่าควรเตรียมเงินไปเท่าไร เพราะอะไร”

“เมื่อไปถึงสนามบินเป็นอย่างไร”

ด้วยเหตุดังกล่าว ทำให้การสัมภาษณ์ในแต่ละประเด็นใช้ระยะเวลาค่อนข้างมาก ทว่าการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนาเช่นนี้ไม่สามารถทำได้ติดต่อกันเป็นเวลายาวนาน เพราะความเมื่อยล้าในการพิมพ์ตอบโต้และการต้องจ้องหน้าจอตลอดเป็นเวลานานๆ ไม่สามารถทำได้ หลายครั้งจึงต้องแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็นหลายครั้ง หลายวัน จึงจะได้ข้อมูลครบถ้วน

อย่างไรก็ดี มีกลุ่มตัวอย่างหลายท่านที่แสดงให้เห็นว่า รู้สึกสบายใจและผ่อนคลายกับการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนา มากกว่า ด้วยไม่ต้องระมัดระวังการแสดงสีหน้าท่าทาง ไม่ต้องกังวลเรื่องการแต่งกายหรือการรักษาบรรยากาศในการสนทนาเหมือนกับการพูดคุยแบบพบหน้า ความสบายใจนี้แสดงออกมาให้เห็นในลักษณะภาษาการพูดคุยที่เริ่มมีความเป็นกันเองมากขึ้น มีการหยอกล้อ และแสดงความคิดเห็นอย่างสนุกสนานและไม่ปิดบังความรู้สึก ซึ่งผู้วิจัยก็ต้องเรียนรู้ที่จะเลือกใช้ระดับภาษาและถ้อยคำที่สร้างความรู้สึกเป็นกันเองให้กับกลุ่มตัวอย่าง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษามารยาทและเคารพความเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างเอาไว้ด้วยเช่นกัน

หลังสัมภาษณ์

เมื่อสัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปสัมภาษณ์และนำการจดบันทึกข้อสังเกตต่างๆ ที่ได้จากช่วงระหว่างการสัมภาษณ์มารวบรวมเอาไว้ด้วยกัน ลงข้อมูลวันที่ที่ได้ทำการสัมภาษณ์ รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อรอนำไปทำการวิเคราะห์หาความหมายและอัตลักษณ์การ ท่องเที่ยวต่อไป

ผู้วิจัยยังคงรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างทุกท่านในโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง มีการ ทักทาย พูดคุยกันอยู่เป็นระยะ และเมื่อมีข้อสงสัยหรือข้อมูลบางส่วนที่อาจไม่ครบถ้วนดีพอ ผู้วิจัยก็ จะติดต่อสอบถามกลับไปเพื่อขอพูดคุยเพิ่มเติม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทุกท่านล้วนแต่ให้ความร่วมมือเป็น อย่างดี

3. วิธีวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 วิธีวิจัย

วิธีวิจัยที่เลือกใช้คือ การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) และการศึกษา ตามแนวทางเชิงอรรถปริวรรต หรือ Hermeneutic phenomenology ตามแนวคิดของ Martin Heidegger ซึ่งเป็นวิธีวิจัยที่มุ่งเน้นการตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับแต่ละบุคคล (ชาย โปธิลิตา, 2550 : 190-191)

การศึกษาตามแนวทางปรากฏการณ์วิทยา เป็นแนวทางการศึกษาที่เน้นการทำความเข้าใจ เรื่องราว ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ จากมุมมองของผู้ที่ได้เข้าไปสัมผัส รับรู้เรื่องราวต่างๆ มีการตีความ เหตุการณ์นั้นๆ จากมุมมองของผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลในการศึกษาที่นักปรากฏการณ์วิทยา ให้ความสนใจ จึงเป็นข้อมูลเชิงความรู้สึกนึกคิด คุณค่า และที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งคือการทำ ความเข้าใจ เรื่องความหมายที่มีต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ได้พบเจอ โดยสรุปเป็นการศึกษาที่เน้นการเข้าไป สัมผัสกับข้อมูลหรือปรากฏการณ์ต่างๆ โดยตรงของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ของความรู้สึก โลกทัศน์ ความหมาย วัฒนธรรม ประวัติชีวิต ค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นต้น (สุภางค์ จันทวานิช, 2554: 5)

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

ผู้วิจัยได้เตรียมกรอบแนวคำถามที่มุ่งเน้นถึงประสบการณ์ที่ผู้หญิงได้รับจากการท่องเที่ยวตามลำพัง ว่ามีความรู้สึก ความคิดเห็น และมุมมองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศตามลำพังอย่างไร รวมถึงประเด็นเรื่องการให้ความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ประเด็นเรื่องการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ และประเด็นเรื่องบริบททางสังคมที่มีส่วนในการกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 – เดือนมีนาคม 2559 เป็นระยะเวลารวม 6 เดือน

ข. การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมบทความ เรื่องเล่าประสบการณ์เดินทาง ภาพถ่าย คำบรรยาย ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวการเดินทางของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ มาวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) และแนวคิดเรื่องสัญญาณ (Sign) ตั้งแต่วิธีการเล่าเรื่อง ภาษา ถ้อยคำ ภาพถ่าย ว่ากลุ่มตัวอย่างได้ประกอบสร้างความหมายอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ด้วยสัญญาณต่างๆ ที่สื่อสารออกไปให้ผู้อื่นได้รับรู้อย่างไรบ้าง โดยจัดทำออกมาเป็นลักษณะของแบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บข้อมูล

ก. ผู้วิจัย

ข. เครื่องบันทึกเสียง

ค. กรอบคำถามการสัมภาษณ์

4. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของงานวิจัยเชิงคุณภาพคือความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งสามารถปนเปื้อนอคติและความรู้สึกนึกคิดของผู้ทำวิจัยได้โดยง่าย เพื่อทดสอบให้แน่ใจว่าการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ถูกต้องและเพียงพอและสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้หรือไม่ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธี (สุภางศ์ จันทวนิช, 2551) โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการวิเคราะห์ตัวบท ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลในสื่อออนไลน์ประกอบกัน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้แนวทางวิธีวิจัยปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ซึ่งมุ่งเน้นการตีความ

ประสบการณ์ ซึ่งสิ่งที่ปรากฏการณ์วิทยาเน้นเป็นพิเศษในการวิเคราะห์ คือการ “กลั่น” เอาความหมายของปรากฏการณ์จากข้อมูล ไม่เพียงแต่ความหมายในทัศนะของผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายเท่านั้น แต่ความหมายโดยทั่วไปของปรากฏการณ์นั้นๆ ด้วย

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการรวบรวมข้อมูลด้วยทิวทัศน์ออนไลน์มาได้เพียงพอแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางที่มีผู้รวบรวมไว้จากงานเขียนของ Douglas and Mousakas (1984) Moustakas (1990) และ Patton (1990) ดังต่อไปนี้ (ชาย โพธิสิตา, 2550)

ขั้นแรก ผู้วิจัยจะต้องทำการสำรวจตัวเองเพื่อขจัดอคติหรือข้อสรุปที่คิดเอาไว้ก่อนเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ออกไป

ขั้นที่สอง การแตกข้อมูลหรือ text ทั้งหมดออกเป็นส่วนย่อยๆ ตามความหมายที่ปรากฏอยู่ในแต่ละส่วน เพื่อสะดวกในการคัดแยกข้อมูลออกเป็นเรื่องๆ แต่ละส่วนของข้อมูลที่แยกออกมานั้น จะถูกนำมาหรือให้ความหมาย นั่นคือการให้รหัส ต่อจากนั้นส่วนต่างๆ จะถูกจัดรวมกันเป็นกลุ่มๆ หรือเป็นเรื่องๆ (theme) ตามความหมายที่เชื่อมโยงกันของส่วนเหล่านี้ โดยขั้นนี้ แต่ละกลุ่มก็จะประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นเรื่องเดียวกันอย่างแท้จริง นักวิจัยจะมองหาและให้ความสำคัญแก่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาเป็นพิเศษ

จากนั้นผู้วิจัยก็จะให้คำบรรยายสำหรับแต่ละเรื่อง (theme) โดยคำบรรยายนี้เป็นข้อความที่สรุปและเรียบเรียงมาจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลโดยตรง ซึ่งการให้ข้อความบรรยายสำหรับแต่ละเรื่องในข้อมูลที่จัดกลุ่มแล้วเช่นนี้ วิธีการแนวปรากฏการณ์วิทยาเรียกว่า textual portrayal (การแสดงเนื้อเรื่องที่ศึกษาด้วยการบรรยาย)

ขั้นที่สาม อันเป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่ง แพทตัน (Patton, 1990) กล่าวว่าเป็นการสังเคราะห์โครงสร้าง (structural synthesis) ซึ่งนักวิจัยจะต้องพยายามกลั่นเอาความหมายออกจากประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างทุกรายที่ศึกษา จะต้องมองทะลุผ่านสิ่งที่ปรากฏ (appearances) ลงไปยังธรรมชาติความหมายที่อยู่เบื้องหลังสิ่งนั้น เพื่อหาแก่น (essence) ของประสบการณ์ชนิดนั้นทั้งหมด และตอบคำถามได้ว่า อะไรคือโครงสร้างและแก่นของการได้ประสบกับปรากฏการณ์นี้ (ชาย โพธิสิตา, 2550)

ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ด้วยทิวทัศน์ (textual analysis) อันเป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาข้อสรุปแบบอุปนัยถึงสิ่งที่ผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังต้องการจะสื่อสารออกไปให้ผู้อื่นได้รับรู้ ซึ่งในการวิเคราะห์ภาพและคำบรรยายเหล่านั้น จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) กระบวนการใส่ความหมายของสาร (encoding process) ตัวสาร (message) วิธีถ่ายทอดไปยังผู้อื่น (channel of transmission) ผู้รับสาร (detector) และกระบวนการถอดความหมายของสาร (decoding process) (สุภางค์ จันทวานิช, 2551)

ผู้วิจัยจะได้จัดจำแนกประเภทข้อมูล (categories) ของคำและข้อความที่กลุ่มตัวอย่างเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ว่าคำและข้อความเหล่านี้ มีความหมายเด่นชัดในเรื่องใด ต้องการสื่อสารใจความสำคัญใดไปสู่ผู้รับ โดยเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ถึงความตั้งใจในการสื่อสารที่อยู่เบื้องหลังภาพและคำบรรยายต่างๆ เหล่านั้น

การวิเคราะห์ด้วยทตามองค์ประกอบที่ได้อธิบายเอาไว้ข้างต้นนี้ เป็นวิธีวิจัยที่ทำให้สามารถวิเคราะห์ตัวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการถ่ายทอดไปสู่ผู้รับ และความหมายที่แฝงอยู่ในตัวสารเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์และตีความตัวบทในการศึกษา 2 ส่วน ดังนี้

ประการแรก ศึกษาประสบการณ์ที่ผู้หญิงได้รับจากการท่องเที่ยวตามลำพัง ว่ามีความรู้สึกความคิดเห็น และมุมมองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศตามลำพังอย่างไร

- 1) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
- 2) ผู้วิจัยทำการจำแนกพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีพฤติกรรมใดเกิดขึ้นบ้างในกิจกรรมการท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อทำการวิเคราะห์ระดับการสื่อสารและอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังกลับจากการเดินทางท่องเที่ยว
- 3) ค้นหาและวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประการที่สอง ศึกษา วิเคราะห์ ข้อเขียน บทความ และภาพถ่ายที่ผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้ถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นรับรู้ ว่าได้สะท้อนหรือบ่งบอกถึงการให้ ความหมายของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอย่างไร

- 1) วิเคราะห์ว่าพฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเป็นไปในรูปแบบใด เช่น แรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์ ความสม่ำเสมอในใช้สื่อออนไลน์ เหตุผลในการเลือกภาพและคำบรรยายที่สื่อสารลงในสื่อออนไลน์ เป็นต้น
- 2) การวิเคราะห์ด้วยบท (textual analysis) อันได้แก่ ภาพและคำบรรยาย เพื่อตีความ ความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการสื่อสารอัตลักษณ์และตัวตนของตัวเองออกไปให้ผู้อื่นที่ติดตามสื่อออนไลน์ได้รับรู้

6.การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Design) โดยแบ่งเป็น

บทที่ 4 ประสบการณ์การท่องเที่ยวและการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

บทที่ 5 การใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ



บทที่ 4

การสื่อสารและประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

งานวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งทำความเข้าใจและตีความในประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง และการนำประสบการณ์เหล่านั้นมาใช้ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นผู้หญิงแบบใหม่ให้กับตัวเอง โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) และการศึกษาตามแนวทางเชิงอรรถปริวรรต ซึ่งเป็นวิธีวิจัยที่มุ่งเน้นการตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับบุคคล และนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ด้วยบท มาใช้แนวความคิดของสตรีนิยมสายวัฒนธรรม และแนวคิดอัตลักษณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์หลัก

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในส่วนแรกที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะนำมาตีความและวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามในประเด็นเรื่องการสื่อสารและอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง รวมถึงนำเสนอข้อมูลในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง อันเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงที่ไม่อาจมองข้ามไปได้ โดยนำเสนอเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 4) ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
- 5) พฤติกรรมการท่องเที่ยว การสื่อสาร และอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
- 6) ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการเลือกโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา ด้วยผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากการค้นหาและเจาะจงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก fanpage blog diary online หรือเว็บไซต์บอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่สื่อออนไลน์อยู่แล้วจำนวน

หนึ่ง และใช้วิธีการสอบถาม ขอความช่วยเหลือจากคนรู้จักที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพต่างๆ ในการช่วยแนะนำกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จนทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งอาชีพ วัย การศึกษาและสถานภาพสมรส โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องสามารถบอกเล่าและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเองได้

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คนในรูปแบบตาราง โดยนำเสนอข้อมูลได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และประเทศที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่ำนี้อายุน้อยที่สุดคือ 19 ปี และมากที่สุดคือ 63 ปี ทุกคนจบการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี บางส่วนจบการศึกษาชั้นปริญญาโทและปริญญาเอก มีสถานะครอบครัวเป็นชนชั้นกลาง มีฐานะเศรษฐกิจปานกลางถึงขั้นดี สถานภาพทางความสัมพันธ์มีทั้งโสด มีคนรัก แต่งงาน และหย่าร้าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่มีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย และมีกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ

ในส่วนของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในวันนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา มีทั้งผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพียง 1-2 ประเทศ ไปจนถึงผู้ที่มีประสบการณ์การเดินทางมาแล้วถึง 60 ประเทศ และกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการใช้สื่อออนไลน์ อาทิ facebook instagram blog ฯลฯ ในการสื่อสาร ประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเอง ซึ่งมีทั้งในลักษณะสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบส่วนตัว และทำในรูปแบบของ Fanpage ซึ่งมีลักษณะของบุคคลสาธารณะ (public figure)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ที่	ชื่อ-สกุล	Online Media	อายุ	อาชีพ	สถานภาพสมรส	ประเทศที่ท่องเที่ยวโดยลำพัง
1	ไอซ์	Facebook blog	38	ข้า ร า ช ก า ร นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ กรมวิทยาศาสตร์บริการ สังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	โสด	เดินทางมาแล้ว 60 ประเทศ
2	ซาเดีย	Facebook	37	Guest Service Manager	โสด	อินเดีย (2 ครั้ง)

		Pantip Thaitrekking		ของรีสอร์ทในภูเก็ต		เวียดนาม อียิปต์ ปากีสถาน ตุรกี โมร็อกโค อเมริกา ใต้ (เปรู ชิลี โบลิเวีย บราซิล) อุซเบกิสถาน โรมาเนีย
3	พีท้อ	Facebook Fanpage	43	ตำแหน่ง ผู้บริหารโรงเรียน พัฒนาศักยภาพเด็กด้าน เทคโนโลยีหุ่นยนต์	หย่า	อเมริกา สิงคโปร์ โมนาโค
4	ป้าแป้ว	Facebook	63	ข้าราชการเกษียณ	สมรส	พม่า มาเลเซีย เวียดนาม ญี่ปุ่น
5	จ๊ีบ	Facebook	37	แพทย์ (ผิวหนัง)	สมรส	35 ทริป ไปคน เดียวคือ รัสเซีย ตุรกี ญี่ปุ่น
6	โบ เบอรั เกอร์สัน	Facebook	32	แม่บ้าน	สมรส	อเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย
7	ปอ	Facebook Website	24	นักศึกษา	โสด	มากกว่า 50 ประเทศ
8	ฉัตร	Facebook	29	รับราชการครู	โสด	พม่า รัสเซีย ญี่ปุ่น
9	ปุก	Facebook	28	รับราชการ สำนัก บริหารงานคลัง สำนักงาน ป.ป.ช.	โสด	ลาว ฮองกง
10	พีโอ	Facebook	46	ผู้จัดการร้านอาหาร	โสด	ลาว เวียดนาม เกาหลี
11	วี	Facebook	33	เจ้าหน้าที่ประสานงาน สำนักงานมหาวิทยาลัย แห่งหนึ่งของญี่ปุ่น ประจำ กรุงเทพฯ	โสด	นิวซีแลนด์ ไอร์แลนด์ อินโดนีเซีย สาธารณรัฐเช็ก ออสเตรเลีย

						ฟิลิป ปีนัส ออสเตรเลีย
1 2	แก้ว	Facebook	28	กองบรรณาธิการนิตยสาร	โสด	ยุโรป อเมริกาใต้
1 3	วุ้น	Facebook Instagram	32	Acting Coach ฟรีแลนซ์	โสด	ลาว เวียดนาม บาหลี
1 4	ไข่เจียว	Facebook Fanpage	25	เด็นท์รถมือสอง (ธุรกิจที่ บ้าน)	โสด	เวียดนาม ลาว อินเดีย เนปาล อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย
1 5	พี่ก้อย	Facebook	42	สอนภาษาไทยให้ ชาวต่างชาติผ่านทาง เว็บไซต์	โสด	รัสเซีย ยุโรป ตุรกี กัมพูชา
1 6	เซอร์รี่	Facebook Pantip	35	Communication Specialist	สมรส	เช็ก ออสเตรีย ออสเตรเลีย
1 7	พาย	Facebook Fanpage	28	IT	โสด	โปแลนด์ ตุรกี ออสเตรเลีย อเมริกา กัมพูชา เนปาล
1 8	ฝน	Facebook	37	อาจารย์สอนราชภัฏ ร้อยเอ็ด คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์	โสด	ยุโรป อาทิ อิตาลี สเปน สาธารณรัฐ เช็ก อังกฤษ ฝรั่งเศส
1 9	ยีนดี	Facebook	27	ทำงานกราฟฟิก ดีไซน์เนอร์ กับ ซัพพอร์ต ฟิอาร์ ของ Royal Bangkok Sport Club	โสด	พม่า ลาว มาเลเซีย เวียดนาม
2 0	หมอนก	Facebook Fanpage Website	39	ทันตแพทย์	โสด	จีน อิตาลี เปรู บราซิล พม่า เอกวาดอร์
2 1	ปอนด์	Facebook Fanpage	25	นักเขียนฟรีแลนซ์	โสด	ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย

2 2	หมวย	Facebook Fanpage	37	พ็อาร์ แกรมมี	โสด	ญี่ปุ่น นิวยอร์ก
2 3	ไข่มุก	Facebook	19	นักศึกษาแพทย์ปี 2	โสด	เกาหลี
2 4	โบ	Facebook	34	กองบรรณาธิการภาษา เกาหลี	โสด	เกาหลี อินเดีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย
2 5	แองจี้	Facebook	38	ธุรกิจส่วนตัว สပါความ งาม	สมรส	ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง เชียงไฮ้
2 6	พั๊ด	Facebook	30	ด้าน HR สรรหาและว่าจ้าง	โสด	สิงคโปร์ ฮ่องกง มาเก๊า อเมริกา

1.ไอซ์

อาชีพนักวิทยาศาสตร์ สามารถสอบชิงทุนของกระทรวงวิทยาศาสตร์ตอนม.5 ไปเรียนต่อที่อังกฤษตั้งแต่ระดับ A Level และศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี โท และเอก ใช้ชีวิตอยู่ที่ประเทศอังกฤษ 11 ปีเต็ม เริ่มเที่ยวต่างประเทศในระหว่างที่กำลังเรียนเรียนระดับปริญญาเอกอยู่ที่อังกฤษ เพราะตอนอยู่เมืองไทยครอบครัวค่อนข้างเข้มงวด ไม่ได้ไปไหนมาไหนเอง

“ตอนเด็กๆ ขึ้นรถเมล์ไม่เป็น แท็กซี่คุณพ่อคุณแม่ก็ไม่ให้ขึ้น บ้านเพื่อนก็ไม่ให้ไปค้าง ขนาดไปเรียนอังกฤษกลับบ้านมาตอนปิดเทอม พ่อแม่ยังไม่ให้ไปไหนเองเลย คุณพ่อเป็นตำรวจ เราอยากหัดยิงปืน พ่อไม่ให้ยิง พ่อไปเรียนอังกฤษ เราก็เข้าชมรมยิงปืนเลย อยากขี่ม้า พ่อไม่ให้เรียน เราไปอยู่นั่น เราก็ไปเรียนขี่ม้า เราเข้าใจนะว่าถ้าเค้าเห็นเค้าก็เป็นห่วง แต่ถ้าเค้าไม่เห็นซะ ก็ไม่ห่วง แค่นั้นเอง เราไปเที่ยว ก็ไป skydive ไปดำน้ำ เค้าเห็นในรูปเค้าก็ห่วง แต่พอเค้าเห็นกลับมาปลอดภัย ก็โอเค” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

2.ซาเดีย

อาชีพ Guest Service Manager ของรีสอร์ตในภูเก็ต ทำงานด้านโรงแรมมาโดยตลอด ทำให้คุ้นเคยกับคนต่างชาติ มีความเข้าใจในนิสัยใจคอและสามารถสื่อสารกับคนต่างชาติได้เป็นอย่างดี อาศัยอยู่กับแม่และยาย ทำให้ต้องรับหน้าที่เป็นหัวหน้าครอบครัว

“เราไม่ค่อยกลัวค่ะ เพราะทำงานที่โรงแรมก็เจอคนหลายเชื้อชาติ ก่อนข้างจะรู้นิสัยคนแต่ละชาติ เลยคิดว่าดีที่ได้ค่ะ เพราะเราเจอคนมาก ต้องเข้าหาเค้าก่อนเพราะเราต้องคอยบริการ

เค้า ทำให้เป็นคนเข้ากับคนง่าย การที่ทำงานโรงแรม ทำให้ซาเตียเจอคนต่างชาติจากทั่วโลก ปีนี้ก็เป็นพันๆ คน จับได้ทุกสำเนียงคะ ด่าไฟแลบก็จับทันคะ ฮ่าๆๆๆ ไม่เคยกลัวเลย” (สัมภาษณ์, ซาเตีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

3. พิท้อ

อาชีพผู้บริหารโรงเรียนพัฒนาศักยภาพเด็กด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์ แต่งานและหย่าร้างแล้ว พูดได้หลาย ภาษาอังกฤษ (Business level) ภาษาฝรั่งเศส (พื้นฐาน) ภาษาเยอรมัน (พื้นฐาน) ด้วยหน้าที่การงานทำให้มีโอกาสได้เดินทางไปต่างประเทศบ่อย ในวัยเด็กก็เคยเดินทางไปท่องเที่ยวมาแล้ว หลายประเทศ ทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวตามลำพังในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะยุโรปเป็นเรื่องธรรมดา ปัจจุบันไปเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละครั้ง

4. ป้าแป้ว

อาชีพข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข เกษียณออกมาเป็นข้าราชการบำนาญเมื่อปี 2557 ด้วยความที่สามียังรับราชการอยู่คนละจังหวัด ตัวเองเกษียณออกมาก่อนจึงทำให้มีเวลาว่าง และลูกก็ยังทำงาน จึงหันมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

“สมัยทำงานก็เที่ยวบ้าง มีวันลาพักร้อนได้ 10 วัน ก็เที่ยวเหมือนคนอื่นทั่วๆ ไป ที่ไปได้ตาม วันลาพักร้อนที่เรามี เที่ยวเมืองจีน เที่ยวอียิปต์ ส่วนใหญ่ก็จะไปกับเพื่อนที่ทำงาน หรือไม่ก็ไปกับญาติพี่น้อง พอเกษียณออกมา ลูกก็ทำงาน จะพาเราไปได้ยังไง จะให้รอกว่าเค้าจะว่าง ไปเองดีกว่า เราก็ไปได้ ยิ่งแข็งแรง ยังมีอีกหลายที่ที่เราอยากจะไปเห็น แม้แต่ในเมืองไทยนี้ก็เยอะ พอถึงวัยนี้ เราก็กินน้อยลง เสื้อผ้าก็ไม่ต้องซื้อแล้ว เงินที่มีเราก็เอาไปใช้กับการท่องเที่ยว มันเป็นความสุขที่ได้ไปเห็นโนนเห็นนี้ เห็นบ้านเมืองของที่อื่นที่แตกต่างจากบ้านเมืองเรา ถ้าเราไม่ไปเที่ยว เราก็อยู่บ้านเฉยๆ ตื่นเช้ามากินอาหารเช้า ดูทีวี นอนหลับ จำเจอย่างนี้ทุกวัน เราไม่ต้องการชีวิตแบบนั้น เรายังไปได้ ได้ไปเห็นสิ่งที่ทำให้เรา alert ทำให้เราตื่นตัวที่จะเข้าห้องสมุดไปอ่านเรื่องราวของประเทศนี้ มีแรงกระตุ้นให้เราหาแผนที่ หาหนังสือ มีอะไรให้ตัวเองทำ แล้วเราก็สนุก เราชอบแบบนี้มากกว่าจะนอนแล้วก็ใช้เงินบำนาญไป จะเก็บไว้ทำไม แบบนี้มันไม่เฉา พอกลับบ้านมากก็คิดแล้วว่า เราจะไปไหนต่อ” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

5. จีบ

อาชีพแพทย์ (ด้านผิวหนัง) มีน้องชาย 1 คน บ้านเดิมอยู่ประจวบ พอม.ปลาย พ่อแม่ก็ให้มาเรียนต่อที่โรงเรียนมหิตลวิธานุสรณ์ ซึ่งเป็นโรงเรียนประจำ เป็นการออกห่างจากบ้านมาครั้งแรก ตอนอยู่โรงเรียนประจำพอกับแม่ก็มาเยี่ยมได้เดือนละครั้ง ชีวิตวัยเด็กกวนเวียนอยู่กับการเรียนหนังสือ

จนกระทั่งเรียนจบจึงไปประจำอยู่ที่โรงพยาบาลจังหวัดสุรินทร์ ปัจจุบันแต่งงานแล้วย้ายกลับมาอยู่กรุงเทพฯ ส่วนสามีทำงานอยู่คนละจังหวัดกัน ทำให้คุ้นเคยกับการอยู่คนเดียวและทำอะไรคนเดียว รักการเดินทางท่องเที่ยวมาก ตอนนี้กำลังมุ่งเที่ยวต่างประเทศ เพราะเที่ยวเมืองไทยจนเกือบหมดทุกแห่งแล้ว

“พอทำงานเช้าที่ มีเวลามากขึ้นและพยายามหาเวลาด้วยค่ะ จะคิดไว้เลยว่าในโลกนี้มีที่ไหนที่เราอยากไปบ้าง มี wish list แล้วก็หาเวลาลงให้ได้มากที่สุดค่ะ เลือกจากใจอยากไปล้วนๆ อ่านเจอ เห็นที่ไหนถูกใจก็เลือกไว้” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

6. โบ เบอร์เกอร์สัน

อาชีพนแม่บ้าน เรียนจบวารสารศาสตร์ ปี 2008 ปี 2009 มาเป็น Au Pair ที่ Illinois, USA อยู่ 2 ปี ปี 2011-2013 มาเรียนด้าน early childhood education ที่ Waukesha County Technical College ระหว่างเรียน ปรินญาตรีก็เป็นที่เลี้ยงค่ายช่วงปิดเทอมและทำงานที่โรงเรียนกวดวิชา ในตำแหน่งพนักงานทั่วไป พอปี 2006 ก็มา work and travel ที่บัตติมอร์ แมริแลนด์ มาอยู่อเมริกา 6 ปีแล้ว ถ้านับตั้งแต่มาเป็นออแพร์ ปัจจุบันแต่งงานและใช้ชีวิตอยู่ในสหรัฐอเมริกา

“พ่อแม่ไม่ถึงขนาดไม่เข้มงวด แต่จะไวใจเพราะรู้ว่าเราจะทำอะไร แล้วก็รู้ว่าเราเอาตัวรอดได้ ไปเที่ยวส่วนมากจะไปกับครอบครัว ไปกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาบ้าง แต่ส่วนมากไปกับครอบครัวอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง” (สัมภาษณ์, โบ เบอร์เกอร์สัน, 14 ธันวาคม 2558)

7. ปอ

ปัจจุบันศึกษาต่ออยู่ในประเทศอังกฤษ เคยเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่ประเทศเยอรมนี ทำให้จากเด็กผู้หญิง ม.ปลายที่ไม่เคยเดินทางไปไหนแม้กระทั่งประเทศเพื่อนบ้านเปิดโลกกว้างเป็นครั้งแรก เริ่มเรียนรู้และฝึกหัด จากนั้นกลายเป็นความตั้งใจและรักจะเดินทางท่องเที่ยว ต่อมาได้รับทุนมาเรียนที่คณะธรณีวิทยา (จิโตรเลียม) มหาวิทยาลัยมอสโก สหภาพโซเวียต เพราะอยากใช้ชีวิตให้คุ้มค่า จึงเริ่มทำงานพิเศษเก็บเงินเป็นค่าเดินทางไปมอสโก และทำอาหารทานเองที่บ้าน ไม่ซื้อเสื้อผ้า จะเก็บเงินเพื่อเป้าหมายใหญ่กว่า และเพราะชวนใครก็ได้แต่ "รอ รอ รอ" จึงเริ่มออกเดินทางคนเดียวโดยมีทะเลสาบไบคาลเป็นจุดหมายแรก เริ่มเที่ยวเองตั้งแต่ปี 2011 จนถึงตอนนี้ปีละประมาณ 3-4 ทริปโดยเฉลี่ย

"เมื่อปอมามาเรียนที่รัสเซียก็รู้สึกเบื่อชีวิตเดิมๆ จึงอยากลองหาอะไรใหม่ๆ ก็รู้สึกว่าชอบเดินทาง จึงออกเดินทางอีกครั้ง นั่นคือหนึ่งแรงบันดาลใจ และมีอยู่ครั้งหนึ่งเดินทางไปเจอผู้หญิงต่างชาติที่เดินทางคนเดียว รู้สึกว่าเขาใช้ชีวิตคุ้มค่าดี มานั่งคิดว่าถ้าเราตายไปพรุ่งนี้ เรา

จะเสียดายชีวิตใหม่นะ พอคิดแบบนั้น ก็กลายมาเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจให้ออกเดินทางคนเดียวมาจนถึงทุกวันนี้" (Sanook Women, online, 19 พ.ค. 2557)

8. ฉัตร

อาชีพรู เต็บโตมาในครอบครัวข้าราชการครู พ่อแม่เป็นครู มีพี่ชาย 1 คน เป็นลูกคนเล็ก เต็บโตมาก่อนข้างมีอิสระโดยที่พ่อแม่คอยให้คำแนะนำและปล่อยให้ลองทำเอง ตัดสินใจเอง แต่ก็คอยดูแลให้อยู่ในกรอบพอสมควร ในวัยเรียนเป็นเด็กกิจกรรม นิสัยสนุกสนานร่าเริง มีเพื่อนฝูงมากมาย เรียนอยู่ที่จังหวัดชัยภูมิจนจบมัธยมปลายและเข้ามาเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมในระดับปริญญาตรี เมื่อมาอยู่กรุงเทพฯที่บ้านก็ยังคงให้อิสระด้วยความเชื่อใจ จนกระทั่งเรียนจบทำงานอยู่กรุงเทพฯได้พักหนึ่งก็กลับไปรับราชการครูในจังหวัดภูมิลำเนา

“ทุกวันนี้อยู่ที่ชัยภูมิ บ้านเกิด อยู่กับครอบครัว โรงเรียนอยู่ใกล้บ้าน ไป-กลับทุกวัน เป็นเรื่องที่ไม่ค่อยเครียดเลยนะ เพราะก่อนหน้านี้ที่อยู่ไกลบ้านมาตลอด แต่ทุกอย่างเหมือนเดิมค่ะ อยากไปไหน ก็ไปได้ตามปกติ กรุงเทพฯมันเหมือนเพื่อนแหละค่ะ ให้อยู่ด้วยนานๆ ตลอดเวลา ก็เบื่อ นานๆ เจอกันที สนุก แต่บ้าน เท่าไหราก็ไม่เบื่อ ถามตัวเอง ว่าถ้าสมมติว่าต้องอยู่คนเดียวจริงๆ จะอยู่ได้มั๊ย จะอยู่เป็นรีเปล่า เกิดปัญหาอะไรขึ้นจะแก้เองได้มั๊ย ไม่มีเพื่อนคุย จะเป็นยังไง จะมีเพื่อนใหม่ๆ รีเปล่า จะรับผิดชอบตัวเองได้รีเปล่า คิดแบบนี้อะค่ะ เลยลองทดสอบดู ลองไปเที่ยวคนเดียวดู” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

9. ปุ๊ก

อาชีพรับราชการ สำนักบริหารงานคลัง สำนักงาน ป.ป.ช. พ่อแม่เสียชีวิตตั้งแต่ 2 ขวบ เลี้ยงดูมาโดยคุณปู่และคุณย่า ที่บ้านหวงมาก ไม่ให้กลับบ้านดึก ไม่ให้ไปเที่ยว ไม่ให้ไปค้างที่อื่น ต่อมาได้ไปเรียนต่อที่หาดใหญ่ ก็เริ่มได้อิสระมากขึ้น จนกระทั่งคุณปู่คุณย่าเสียชีวิต จากที่เคยมีผู้ปกครองคอยห่วงใยถามไถ่ความเป็นอยู่ก็ไม่มีอีก ทำให้ต้องคิดและตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ด้วยตัวเองมาตั้งแต่ยังเป็นนักศึกษา ปัจจุบันอาศัยอยู่กับญาติ

“ตอนนั้นได้จังหวะช่วงที่จะบรรจุงานใหม่ เลยอยากลางานไปเที่ยวไหนสักที่ก่อนที่จะลางาน ไม่ได้อีกหลายเดือนค่ะ ประมาณปี 56 ก็เลยไปฮ่องกง มาเก๊า คนเดียวค่ะ อายุ 26 ปี ก็ไม่ได้บอกใครที่บ้าน มาบอกตอนที่กลับมาแล้ว” (สัมภาษณ์, ปุ๊ก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

10. พีไอ้

อาชีพผู้จัดการร้านอาหาร เคยทำงานมาหลายอย่างก่อนหน้านี้ ทั้งพนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว ผู้จัดการชาลอน จบการศึกษาด้านการตลาด ครอบครัวเลี้ยงดูลูกสาวแบบค่อนข้างเข้มงวด เริ่มเที่ยวคนเดียวครั้งแรกตอนเกือบๆ 40 แล้ว หลังจากจบความสัมพันธ์กับแฟน

“เมื่อก่อนไม่ได้เที่ยวเลยเพราะว่ามีแฟน ก็ไม่สามารถไปไหนเองได้เพราะแฟนไม่ให้ไป พอเลิกกันปั๊บ เราก็มีชีวิตเป็นของตัวเอง ก็เลยอยากไปไหนก็ไป อยากทำอะไรทำ” (สัมภาษณ์, พีไอ, 2 ธันวาคม 2558)

11.วี

ทำงานเป็นผู้ประสานงานของมหาวิทยาลัยญี่ปุ่นซึ่งตั้งสำนักงานอยู่ในกรุงเทพฯ ในวัยเรียนมีโอกาสได้เป็นนักเรียนแลกเปลี่ยนโครงการทุน AFS ที่ประเทศญี่ปุ่น เมื่อเรียนม.ปลายก็สามารถสอบชิงทุนเรียนต่อที่ญี่ปุ่นได้ ทำให้ได้อาศัยอยู่ในญี่ปุ่นเป็นเวลา 5 ปี เรียน 3 ปีและทำงาน 2 ปี หลังจากนั้นก็ยังได้ไปโครงการ working and travel ที่นิวซีแลนด์เป็นเวลา 1 ปี ทำให้ใช้ภาษาได้ดีทั้งอังกฤษและญี่ปุ่น จบการศึกษาระดับปริญญาโทจากประเทศญี่ปุ่น การเลี้ยงดูในครอบครัว คุณพ่อเลี้ยงเข้มงวดมาก ด้วยความที่เป็นลูกสาวคนโต กลับบ้านดึกไม่ได้ ไปเที่ยวต่างจังหวัดกับเพื่อนไม่ได้

“เริ่มเที่ยวคนเดียวตอนไปอยู่นิวซีแลนด์ เพราะคิดว่า ถ้าไม่ไปก็ไม่ได้ไปแล้ว เพื่อนที่มาเรียนภาษาก็อยู่กันแค่ไม่กี่เดือน พอเรียนจบเค้าก็กลับกันไป เหลือแต่เราที่อยู่ต่อ ตอนนั้นอยู่อ็อคแลนด์ แล้วก็ซื้อตั๋วเครื่องบินลงไปโคราชเวิร์ช เกาะใต้ นั่งรถเลาะเที่ยวไปเรื่อยๆ 2 สัปดาห์ ทั้งที่ตอนนั้นภาษาก็ยังไม่ดีมาก แค่พอสื่อสารได้” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

12.แก้ว

เคยเข้าเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แต่ลาออกตอนปี 2 เพราะเข้ากับสังคมมหาวิทยาลัยไม่ค่อยได้ คุณพ่อทำงานการบินไทย แม่ทำธุรกิจส่วนตัว มีรูปแบบการเลี้ยงดูที่ค่อนข้างไม่เหมือนใคร

“คุณพ่อเป็นคนสังคมนิยม ทำงานการบินไทย เป็นคนเห็นโลกกว้าง แต่ก็มีความเป็น conservative ไปพร้อมกัน เพราะฉะนั้นพ่อก่อนเคยเห็นมาเยอะก็จะเลือกแต่สิ่งที่เค้าคิดว่าดีให้เราเสร็จสรรพ แล้วบ้านก็เป็น male dominant คุณพ่อจะเป็นผู้นำของบ้าน แม่จะเป็นผู้ตาม เพราะฉะนั้นทุกอย่างที่เค้าบอกว่าดี ก็คือสิ่งที่เราจะได้รับ อะไรที่ไม่ดีก็จะโดนปิดกั้นทั้งหมด ทวีไทยห้ามดู ถ้าจะดูต้องเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ตอนเด็กๆ ที่ได้ดูคือการ์ตูนแบบ ทอม แอนด์ เจอรี่ วอลดิสนีย์ หรือไม่ก็เป็นข่าว CNN BBC เท่านั้น เพราะพ่อก็ดูก็จะต้องนั่งดูกับพ่อ อาหารไทยบางอย่างตอนเด็กๆ ห้ามกินด้วยซ้ำ หนังสือที่ดูได้คือหนังคลาสสิก กับเบสต์เซลเลอร์เท่านั้น คุณพ่อจะไปซื้อแผ่นเลเซอร์ดิสนีย์มาได้ดูแต่ Godfather Ben Hur

King & I สไตลส์บรอดเวย์ทั้งหลาย พวกที่เป็น contemporary คือหมดสิทธิ์ไม่ได้ดู เพลงที่มีเนื้อร้องก็ไม่ได้ฟัง ฟังแต่คลาสสิก คือสุดโต่งมาก พอจะพาไปเที่ยวตลอดเวลาตั้งแต่เด็ก ไปพิพิธภัณฑ์ลูฟร์ ไปดูแกลลอรี่ เพราะฉะนั้นรสนิยมที่เราโดนบ่มมาตั้งแต่เด็กเนี่ย ก็จะเซ็ททางให้เราเลือกแต่สไตลส์อะไรแบบนี้ เราโตมากับหนังสือ มีแต่วรรณคดีร้อยกรองอย่างเดียวเท่านั้น เซ็ทของหอสมุดแห่งชาติ ขุนช้างขุนแผน รามเกียรติ์ ฯลฯ โตมาเราก็มาอ่านหนังสือแนว เสนีย์ เสาวพงษ์ พวกนี้ ตอนเด็กๆ ไม่ได้รู้สึกอึดอัดเพราะพ่อเซ็ทให้ทุกอย่าง แต่พอโตมาอยู่ในสังคมจริงๆ เข้า ก็เริ่มรู้สึกอึดอัด” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

13. วุ่น

อาชีพครูสอนการแสดง ฟรีแลนซ์ เรียนจบนิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์ วิชาโทศิลปกรรมการละคร ไม่เคยทำงานประจำเพราะนึกภาพตัวเองตอกบัตร ทำอะไรตามรูทีนไม่ออก ปัจจุบันทำงานทั้งแสดงละคร พิธีกร แคนสตั่ง แอ็คติ้งโค้ช และเวิร์คช็อปด้านการแสดงต่างๆ ด้วยอาศัยอยู่กับคุณแม่ แม่เลี้ยงแบบให้อิสระมาก ให้อัดสินใจเอง คิดเอง

“ตอนเด็กๆ ชอบดูหนัง ฟังเพลงสากล ตอนเรียนมัธยมก็คิดว่า รอให้ได้เรียนมหาลัยก่อนเถอะ เพราะไม่ชอบกฎระเบียบต่างๆ เลย แต่เป็นเด็กเรียนนะ เกรด 3.9 เพราะคุณพ่อคุณแม่เป็นคุณครู พอเข้านิเทศมา ก็ได้เล่นละครเวทีเลย มาคณะเฉพาะช่วงเวิร์คช็อป คือมีอิสระมาก แอ็บปีมาก แม่ปล่อยตั้งแต่อยู่มัธยมแล้ว เราเป็นเด็กกิจกรรม ม.2-3 จะไปซื้อของสำเพ็งกับเพื่อน หรือไปทำกิจกรรมทำงานอะไร แม่ก็ปล่อยให้ไป พอม.6 ต้องมาอยู่หอเพื่อมาตีวหนังสือเข้ามหาวิทยาลัย แม่ก็ให้มา แม่เชื่อใจ แม่เริ่มเป็นอัลไซเมอร์ตอนวันอยู่ประมาณปี 3-4 เค้กก็ไม่ได้มาคอยตามหรือเซ็ทเราอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, วุ่น, 3 ธันวาคม 2558)

14. ไข่เจียว

ทำงานกับที่บ้านเป็นธุรกิจส่วนตัวเต็มตัวเริ่มเมื่อสอง เริ่มเที่ยวคนเดียวเพราะมีจุดพลิกผันในชีวิต จากปัญหาส่วนตัว ความเครียดทำให้ตัดขาดจากโลกภายนอกทั้งหมด และใช้เวลาอยู่แต่กับตัวเอง จนสุดท้ายจึงตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จนปัจจุบันเปิด fanpage ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว เน้นประเทศอินเดียและเนปาล และรับจัดทริปท่องเที่ยวแบบกลุ่มขนาดเล็กด้วย

“ตอนนั้นรู้สึกชีวิตค่อนข้างสับสน เบื่อหน่ายกับสังคมเดิมๆ อยากพิสูจน์ใจตัวเอง อยากเจออะไรใหม่ๆ อยากก้าวออกจาก comfort zone แค่อยากผจญภัยนะคะ เลยเลือกเดินทางไปลาว-เวียตนามทางบก 20 กว่าวัน ปุบปัปไปเลย อาศัยถามข้อมูลจากคนที่เจอ ไปหาเอาดาบหน้า” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

15. พี่ก้อย

ประกอบธุรกิจส่วนตัวคือ ทำเว็บไซต์สอนภาษาไทยให้ชาวต่างชาติผ่านทางอินเทอร์เน็ต ครอบครัว พ่อและแม่แยกทางกันตั้งแต่อายุ 11 ปี มีน้องสาวหนึ่งคน ต้องช่วยทำงานหาเลี้ยงตัวเอง และส่งเสียน้องตั้งแต่ยังเป็นนักเรียน และเมื่อเรียนจบก็รับหน้าที่เป็นหัวหน้าครอบครัว ดูแลคนในบ้าน

“พ่อกะแม่แยกตอนพี่ 11 ขวบค่ะ พี่กับน้องห่างกันห้าปี พี่เลยได้เลี้ยงน้อง ก็เลี้ยงแบบเออ อิสระ อยากรไปไหนไปไหน ง่ายๆ พาไป แม่เราเลี้ยงลูกคนเดียว แก่ไม่มีนโยบายให้ยายเลี้ยง แก่ ว่ายายเลี้ยงเรามาทำไมยายต้องเลี้ยงลูกเราอีก ตอนเรียนเรียนม.ต้น ก็ไปขายของที่ตลาด ดัม น้ำเต้าหู้ขายตอนเช้ามีด ตื่นตีสี่ขายน้ำเต้าหู้ถึงเจ็ดโมงครึ่งแล้วก็ไปเรียน ตอนเย็นไปช่วยเค้า ขายกับข้าวลุง พ่อเข้ามาหาวิทยาลัย ก็ทำงานกะกลางคืน เสาร์พักตั้งหกโมงยันตีสอง ทำงานกลางคืนเสาร์พหลายปีเห็นอะไรมาเยอะ พี่เคยเป็นมาร์คก็ด้วย เรียงลูก ชีวิตเจอคนเยอะมาก ทำงานโรงแรมด้วย มาทุกรูปแบบ ถ้าจิตสำนึกดี มันก็จะโตไปในทางที่ดีนะ แต่ถ้าใจไม่เข้มแข็งมันก็จะไปในทางลบนะ อีกร้อยอย่างเราคิดด้วยว่าถ้าเราทำไม่ดี แม่เราจะรู้สึกยังไงหรือน้องเราจะได้เรียนมัธยม สถาบันครอบครัวสำคัญนะ ว่าตอนเด็กถูกหล่อหลอมมาอย่างไร พ่อเรียนจบมา ทำโรงแรมช่วงกลางวัน เป็นพ็อดเดอร์ กลางคืน ไปเสาร์พักต่อ ต้องการตั้งค้เพราะส่งน้องไม่พอใช้ พ่อพร้อมแบบว่าน้องจบ กว่าลงตัวก็สามสิบ หกเดือนอยากแต่งงานมีแฟน” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

16. เซอร์รี่

อาชีพ Communication Specialist ทำงานในระดับหัวหน้า เคยเรียนที่ประเทศออสเตรเลีย ปัจจุบันสมรสแล้ว ยังไม่มีบุตร ได้เที่ยวตามลำพังครั้งแรกจากการถูกรางวัลได้ตัวเครื่องบินฟรีไปยุโรป จึงเลือกไปท่องเที่ยวที่ประเทศสาธารณรัฐเช็ก

“รีเป็นคนกล้าที่จะทำอะไร คิดอะไรไม่เหมือนชาวบ้านเค้า คิดว่าครั้งหนึ่งเราต้องลองทำ อยากรทำอะไรต้องลองทำ ผิดถูกก็เรียนรู้กันไป จะผิด จะเกิดผลเสียก็ไม่ใช่ไร เราจะได้เรียนรู้ว่ามันไม่ดียังไง น้องๆ ที่อยู่ใกล้จะบอกว่า พี่เป็นคนแปลก คิดว่าน่าจะเพราะที่บ้านเราให้อิสระเต็มที่ พูดตรงๆ บ้านเราเลี้ยงด้วยเงิน เราเองก็ใช้เงินซื้อเพื่อนด้วย เราก็เลยเป็นคนที่ไม่แคร์อะไร เราเลยกลายเป็นคนที่ยากจะทำอะไรก็ทำ เงินคือสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของเรา พอโตขึ้นมาก็รู้แล้วว่าเราต้องหาเงิน รีเป็นคนชอบเที่ยว รู้สึกว่า การไปเที่ยวมันได้ไปเปิดหูเปิดตา ได้ไปพักผ่อน ได้ไปทำอะไรที่ตัวเองอยากทำ

ก่อนหน้านี้ตอนต้นปีเราก็ตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบิน บินไปออสเตรเลียโดยที่ไม่ได้ถามสามีเหมือนกัน แคบอกเค้าว่า ซื้อแล้วนะ แค่นั้น เค้าก็แอบไม่โอเคแหละ แต่เค้าทำอะไรไม่ได้ เพราะมันเป็นการตัดสินใจของเรา เป็นเงินของเราด้วย รีเป็นแบบนี้ทุกครั้ง เวลาไปเที่ยวกับ

เค้า ไปเมืองจีน ไปหาลีเปะ รี้ก็จงของรี้เองทุกอย่าง จนตอนนี้เค้าขอ commitment ว่าต่อไปนี้ห้ามซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่ง ต้องมาคุย มาปรึกษากันก่อน เพราะเค้าเสียตายนะ รี้ก็บอกว่า โอเค ไม่ซื้อก็ไม่ซื้อ เค้าไม่เที่ยวก็เรื่องของเค้านะ แต่ฉันอยากไป ฉันจะไป รี้จะบอกเค้าว่า ทุกปี รี้ต้องให้รางวัลตัวเองหนึ่งชิ้น นี่ก็คือรางวัลของรี้ หลากๆ ครั้งเค้าไม่ได้ไปทำอะไร แล้วรี้ได้ไปทำ เค้าก็จะมาบอกว่า เค้าน่าจะคิดแบบรีเนอะ เค้าเสียตายนะ เค้าน่าจะให้รางวัลตัวเองบ้าง รี้บอกว่า มันควรจะให้อะไร ไม่รู้ว่าวันพรุ่งนี้จะเป็นยังไง ถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำ เรายังมีแรงที่จะเที่ยว เราควรเที่ยว ถ้าอยากจะสนองนี้ดี สอนองไปเลย” (สัมภาษณ์, เซอริ, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

17. ปาย

อาชีพเจ้าหน้าที่ด้าน IT จบการศึกษาระดับปริญญาโทจากประเทศอังกฤษ สมัยเด็กเรียนโรงเรียนสตรีมาโดยตลอด ตอนเด็กๆ เรียนโรงเรียนหญิงล้วน ครอบครัวโดยเฉพาะคุณพ่อค่อนข้างเข้มงวด ไม่ค่อยได้รับอนุญาตให้ไปไหนตามลำพัง จนกระทั่งเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยจึงเริ่มเปิดอกพูดคุยและมีการปรับตัวจนกระทั่งได้รับอิสระเพิ่มมากขึ้น เมื่อจบการศึกษาระดับปริญญาตรีก็เดินทางไปเรียนต่อสาขาเดิมที่ประเทศอังกฤษ และเนื่องจากเคยผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศที่ต้องดูแลและทำอะไรด้วยตัวเอง จึงทำให้รู้สึกว่าการไปเที่ยวคนเดียวก็เลยไม่ใช่เรื่องแปลกหรือน่ากลัวอะไร ปัจจุบันทำ fanpage ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่างๆ ด้วยตนเอง และข้อมูลสำหรับผู้หญิงเที่ยวคนเดียวโดยเฉพาะ มียอดคนติดตามเกือบ 2 แสนคน ปัจจุบันกำลังวางแผนจะลาออกจากการงานเพื่อเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 ปีเต็ม

“ตอนเด็กพ่อหวงมาก จะไปบ้านเพื่อนก็ไม่ให้ไป พอเข้ามหาวิทยาลัย เรียนนิทวะเราก็เริ่มดีเพราะเราอึดอัด ก็ดีแล้ว ก็คุยกันอย่างจริงจัง พ่อแม่อีกค่อยๆ ปรับตัวจนยอมรับในที่สุด เวลาเราไปไหนเราก็จะอัพเดท แจ้งข่าวตลอดว่าเราอยู่ไหน เค้าก็สบายใจ จนห่วงน้อยลง” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

18. พีฝน

อาชีพอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เป็นคนอุปถัมภ์คน จบการศึกษาปริญญาตรี โท เอก สาขาวิทยาศาสตร์เคมี ได้ทุนเรียนต่อปริญญาเอกของสกอ. เป็นแกนนำวิชโปรแกรม เรียนไทยส่วนหนึ่ง และเรียนที่ประเทศอังกฤษเป็นเวลา 1 ปี และได้อาศัยช่วยเหลือเวลาที่ไปศึกษาต่อที่นั่นออกท่องเที่ยวตามลำพังทั่วยุโรป ในวัยเด็กถูกเลี้ยงดูอย่างเข้มงวด ไม่ค่อยได้รับอนุญาตให้ออกไปเที่ยวข้างนอก หรือไปไหนมาไหนตามลำพัง

“ในประเทศไทยแทบไม่ได้เที่ยวเลย เราเป็นเด็กต่างจังหวัด เป็นลูกสาวคนโต พ่อแม่หวังไม่ให้ออกจากบ้านเลย พ่อแม่เป็นครู ค่อนข้าง strict กับเรามาก ขอไปเที่ยวกับเพื่อนก็ไม่ให้ไป ไม่เคยได้ไปค้างคืนที่ไหน ที่บ้านก็ไม่ค่อยเที่ยวกัน เราก็ไม่ค่อยจะได้ไปไหน แต่เราไม่รู้สึกเบื่อร้อนอะไรนะ เพราะเราใช้ชีวิตอยู่บ้านนอก มันไม่ได้มีข่าวสารหรืออะไรมาอึดอัดใจ และครอบครัวบ้านนอกจะถูกปลูกฝังว่าเธอต้องเชื่อฟังพ่อแม่ พ่อแม่บอกว่าอย่าก็คืออย่า พอโดนหล่อหลอมมาแบบนี้เราก็เลยไม่เบื่อร้อนอะไร ไม่ให้ไปก็ไม่ไป ก็ไม่ได้อะไรมาก ไปอังกฤษตอนปี 2012 ออกจากบ้านก็ไปอังกฤษเลย ตอนนั้นคิดแต่จะทำยังไงให้ตัวเรามีชีวิตรอดให้ได้ พ่อต้องไปอยู่ต่างประเทศพ่อแม่ก็โอเค เพราะตอนนั้นที่ไปก็อายุเยอะแล้ว 32 แล้ว” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

19. ยินดี

อาชีพกราฟฟิก ดีไซน์เนอร์และซัพพอร์ต ฟิวเจอร์ ของ Royal Bangkok Sport Club ในวัยเด็กเรียนต้องย้ายจากบ้านไปเรียนโรงเรียนประจำในจังหวัดอื่นตั้งแต่ประถม เพราะพ่อแม่อยากให้เรียนโรงเรียนดีๆ การอยู่ประจำทำให้รู้จักการดูแลรับผิดชอบตัวเอง แต่ครอบครัวอบอุ่น พ่อแม่มาหาที่กรุงเทพทุกสัปดาห์ โทรคุยตลอด จนเข้ามหาวิทยาลัยได้ศึกษาต่อในคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวารสารศาสตร์ เมื่อเรียนจบที่บ้านอยากให้กลับไปช่วยงานธุรกิจรถ แต่เลือกที่จะทำงานในด้านที่เรียนมาอยู่ในกรุงเทพ และเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยเริ่มจากประเทศในอาเซียนซึ่งไม่ไกลและใช้ค่าใช้จ่ายไม่สูงก่อน

“อยากจะทำเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ตอนนี้มีข้อจำกัดเรื่องเงิน ก็จะเที่ยวที่ไม่แพงก่อน ถ้าพร้อมแล้วก็จะไปยุโรป อยากไปเห็นการใช้ชีวิตของคนในที่ต่างๆ อยากลาออกจากงานแล้วออกเที่ยวไปเรื่อยๆ ด้วยซ้ำ แต่คงทำได้ยาก เพราะค่าเงินของบ้านเรานั้นไม่ได้ใหญ่มาก ไม่ได้คิดเรื่องมีครอบครัว แล้วทำไมคนเราจะต้องมีชีวิตครอบครัว ในเมื่อเรามีความสุขกับชีวิตตอนนี้ มีครอบครัวมันคือภาระ มันคือการต้องดูแลคนอื่น ต้องมีบ้านมีรถมีลูก คิดว่าเมื่อถึงเวลานั้นก็มีเองแหละ แต่ถ้าไม่มีก็อยู่คนเดียว เราทำงานได้ หาเงินด้วยตัวเองได้ จะเครียดทำไม แต่ถ้ามีลูกก็ไม่หยุดเที่ยวนะ เพราะก็ต้องเลือกคนที่ชอบเที่ยวเหมือนกัน การไปเที่ยวคือการไปพักผ่อน ได้ไปเห็นสิ่งที่ไม่เคยเห็น เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ตัวเอง มีเพื่อนที่ไม่ไปเที่ยวไหนเลย เก็บเงินอย่างเดียว ค่าจะกลัวมาก กลัวไปหมดทุกอย่าง ไม่กล้าทำอะไรเลย ไม่กล้าเสี่ยง” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

20. หมอนก

อาชีพทันตแพทย์ แต่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวและการถ่ายภาพ เคยเดินทางมาแล้ว ราว 26 ประเทศทั่วโลก ในระยะเวลา 6 ปี เป้าหมายการเดินทางในอนาคตคือ รวบรวมถ่ายภาพปราสาทหินและวัดใน ประเทศไทยให้ครบ เดินทางประเทศจีนและอินเดียให้ครบทุกจังหวัด แยกเปี้ยวหกเดือนเที่ยวประเทศฝั่งอเมริกาใต้ และอเมริกากลาง

ได้รับเชิญให้เขียนคอลัมน์ บล็อกเกอร์ชวนเที่ยว “แบกเป้เท่ทั่วโลก” นิตยสาร อสท. ฉบับเดือน มีนาคม 2559 เป็นนักเขียนคอลัมน์ ประจำ Dentist Backpack นิตยสาร Focus เปิด fanpage ถ่ายทอดประสบการณ์และบันทึกการเดินทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงจัดทัวร์นำเที่ยวซึ่งมีรูปแบบการเดินทางทั้งแบบแบกเป้และเดินทางแบบหรูหราสบาย พาเที่ยว พาถ่ายรูป พักโรงแรม พากิน เข้าถึงการท่องเที่ยวอย่างทะลุปรุโปร่ง

“การท่องเที่ยวให้ประสบการณ์กับเราในทุกครั้งที่ออกเดินทางค่ะ แต่ความคิด ทัศนคติ ของเราไม่เปลี่ยนนะ ไม่ได้รู้สึกอะไรเลย ทุกอย่างยังเหมือนเดิม เรายังรู้สึกเหมือนเดิม” (สัมภาษณ์, หมอนก, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

21. ปอนด์

อาชีพนักเขียน ฟรีแลนซ์ จบการศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณา วิชาโท ภาพยนตร์ จาก จุฬาฯ หลังเรียนจบมาทำงานประจำที่สำนักพิมพ์บ้านสี่อยู่เป็นเวลา 11 เดือน แล้วก็ลองออกมาเป็นฟรีแลนซ์ ปัจจุบันรับงานด้านสิ่งพิมพ์ บทความ หนังสือ รายงาน นิตยสาร ทำมา 3 ปีแล้ว

“ที่บ้านก็จะปล่อยๆ อยู่แล้ว ถ้าถามก็บอกว่าไปคนเดียว ถ้าไม่ถามก็ไม่ว่าไง เมื่อก่อนจะ strict มาก เข้มงวดมากเพราะเป็นครอบครัวคนจีน จะออกไปกินข้าวข้างนอกคนเดียวก็ไม่ได้ ทุกคนต้องกินข้าวบ้าน แต่พอพ่อแม่เลิกกัน เราก็มาอยู่กับอาม่า พอมาถึงรุ่นเรา พี่สาวต้องไปอยู่หอ เรียนมหาลัย เราก็ต้องไปอยู่หอ เพราะบ้านอยู่ตอนเมือง ก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นที่เค้าเริ่มปล่อย” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

22. ทมว

อาชีพพรีอาร์ท จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์ เริ่มต้นด้วยการทำงานเป็นนักข่าวอาชญากรรม ผู้จัดการร้านเช่าหนังสือ ทำนิตยสาร และมาทำพรีอาร์ทรายการโทรทัศน์ เป็นคนต่างจังหวัดที่เข้ามาเรียนและทำงานอยู่ในกรุงเทพ จึงคุ้นเคยกับการใช้ชีวิตคนเดียว

“ตอนนั้นคิดว่าชีวิตคนเรานั้นจะมีสิ่งที่เราอยากจะต้องลองทำให้ได้อย่างน้อยๆ คนละอย่างของเราคือการเที่ยวคนเดียว เราชอบถ่ายรูป อ่านหนังสือ ท่องเที่ยว แต่ชวนใครก็ไม่มีใครไปก็เลยลองไปคนเดียวละกัน ไปเที่ยวคนเดียวที่เชียงคานเป็นครั้งแรก ตอนวางแผนเที่ยวนี้สนุก

มาก ตอนนั้นเชียงคานยังไม่บูม มีที่พักเป็นแบบโฮมสเตย์ ก็วางแผนว่าจากเชียงคาน จะไปหนองคาย แล้วไปถึงวังเวียง

เมื่อ 2 ปีก่อน ลาออกไปเที่ยว เพราะเบื่อทำงานมา 12 ปีแล้วที่ ก็พอดีมีน้องคนนึง กำลังจะไปอเมริกา เค้าไปทำวีซ่าแล้ว เราก็พูดซ้ำๆ ว่า ถ้าเราไปทำวีซ่าแล้วผ่านเราจะลาออกไปอเมริกาด้วย พูดซ้ำๆ เพราะตอนนั้นมีเงินในบัญชีแค่หมื่นกว่าบาท แต่ถ้าได้เราทำจริงๆ นะ เพราะมีเพื่อนอยู่นิวยอร์ก แต่ถามลึกๆ ในใจก็ยังไม่กล้าลาออกสักเท่าไร แล้วพี่หัวหน้าก็ไม่อยากให้ลาออกด้วย เค้าก็บอก อะ งั้นให้ไปพักเดือนนึงละกัน อันที่จริงงานก็ไม่ได้น่าเบื่อหรอก แต่เราอยากไปเที่ยว เราเป็นคนชอบเที่ยว พอรู้ว่าวีซ่าผ่าน ก็กลับมาลาออกล่วงหน้า 3 เดือน การลาออก เปลี่ยนงานตอนอายุมาก เราไม่กังวล เราคิดว่ามีสมองและสองมืออยู่ที่ไหนก็ได้ไม่อดตายหรอก เราสามารถสร้างได้” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

23.ไข่มุก

นักศึกษาแพทย์ปี 2 ครอบครัวยุติธรรมค่อนข้างเข้มงวดโดยเฉพาะคุณพ่อเพราะเป็นลูกสาวคนเดียว ส่วนคุณแม่จะค่อนข้างปล่อยโดยเปิดโอกาสให้คิดและตัดสินใจเอง ตอนเรียนมัธยมปลายสอบชิงทุน AFS ได้ไปประเทศอเมริกากับเยอรมัน แต่คุณพ่อไม่อนุญาตให้ไปด้วยความเป็นห่วง จึงขอตกลงกับคุณพ่อว่า ถ้าเข้ามหาวิทยาลัยจะขอเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

“ตอนนั้นคือพ่อไม่ให้ไป ยังไงก็ไม่ให้ไป ไม่กลัวได้โฮสต์ไม่ดีหรอก ไม่กลัวโฮสต์ปล้ำหรอก กลัวไปหมดทุกสิ่ง ก็รู้สึกแย่มากที่ไม่ได้ไป ก็เลยทำข้อตกลงกับพ่อว่า ถ้าเข้ามหาวิทยาลัยแล้ว หนูจะขออิสระที่หนูจะไปเที่ยวเองนะ” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

24.โบ

อาชีพกองบรรณาธิการภาษาเกาหลีของสำนักพิมพ์แห่งหนึ่ง คุณพ่อเป็นตำรวจ แม่เป็นพยาบาล มีพี่ชาย 1 คนแก่กว่า 2 ปี ครอบครัวยุติธรรมแบบเคร่งครัดมีวินัย ปัจจุบันออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี ปีละอย่างน้อย 1 ทริป

“แต่ประณถึง ม.ปลาย ก็ต้องตื่นตีห้ามาอ่านหนังสือ ตอนสองทุ่มก็ต้องนั่งทำการบ้านจนเข้านอน และมีงานบ้านประจำ แบ่งหน้าที่กันกับพี่ชาย แต่พ่อแม่ให้อิสระทางการเลือกเรียน คุณพ่อคุณแม่รับส่งเรียนพิเศษทุกเย็นและเสาร์อาทิตย์บ้าง ไปไหนมาไหนได้ ไปทำกิจกรรม เที่ยวต่างจังหวัดได้ เค้าไว้ใจเราเรื่องคบเพื่อนอยู่แล้ว เพราะเล่าให้ฟังหมด ประณถึงม.ปลาย ต้องขอเวลาไปไหน แต่เข้ามหาวิทยาลัย แคบอกเฉยๆ เค้าก็ไม่ว่าไร

โบเก็บเงินสำหรับเที่ยวทุกเดือน ห้ามเอามาใช้ ชีวิตประจำวันประหยัดมาก ตั้งบ แล้วก็หารออกมาเลย ก็เดือน เดือนละก็บาท เพื่อนต้องนัดล่วงหน้า เก็บตายตัวเลยว่าเดือนเท่าไร แล้วมาวางแผนทีหลัง อย่างปีที่แล้วใช้เยอะมาก ไปยุโรป ปีนี้ก็ไปใกล้ๆ หน่อย อย่างเนปาล ความสุขของโบคือการท่องเที่ยว ชีวิตประจำวันเห็นเงินจีนแล้ว ยอมลำบากเพื่อไปฟินที่เมืองนอกดีกว่า เผื่อตายก่อน ไม่ได้ใช้เงินอีก” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

25. แองจี

ประกอบธุรกิจส่วนตัว สปาเล็บและความงาม เป็นเด็กต่างจังหวัด แต่ครอบครัวย้ายมากรุงเทพฯ ตั้งแต่เด็กๆ จบการศึกษาทางด้านบริหาร เคยเปิดร้านเบเกอรี่กับร้านกาแฟที่กรุงเทพฯ เคยทำโปรดัคชันเฮาส์เล็กๆ กับเพื่อน เมื่อเหนื่อยจากงานชอบเดินทางไปพักผ่อนที่อำเภอปาย แม่ฮ่องสอน จนในที่สุดก็ตัดสินใจย้ายไปเปิดธุรกิจและอาศัยอยู่ที่อำเภอปายเป็นการถาวร

“เมื่อก่อนรู้สึกว่าการทำงานถึงจะเป็นงานที่รักแค่ไหน อย่างเช่นทำขนม เวลาเหนื่อยมันเหนื่อยมาก และพอเหนื่อยถึงที่สุดก็เริ่มออกเดินทาง เอาจริงๆ พี่ชอบทะเล ฝันอยากมีบ้านอยู่ที่ทะเล แต่เวลาเหนื่อยๆ ก็จะหนีจากกรุงเทพฯ รู้สึกตัวอีกทีก็จะเป็นปายทุกครั้ง คือปีหนึ่งก็จะมาปาย 3-4 ครั้งคนเดียว มันเหมือนได้ขับรถกลับบ้านค่ะ ทั้งที่เราไม่ได้ชอบอะไรมาก แต่เวลาเหนื่อยๆ กับโลกใบนี้ปายรักษาได้ทุกโรค แต่งานไปที่หนึ่งแล้ว เลิกไปแล้ว ส่วนตอนนี้มี boyfriend ค่ะ แต่ไม่ว่ามีหรือไม่มีแฟน พี่ก็ต้องแว๊บไปเที่ยวคนเดียวบ้าง ตอนแต่งงาน คนอื่นจะงมงายกว่า ทำไมมีสามีแล้วยังไปเที่ยวคนเดียวอีก แต่ตอนยี่สิบกว่าๆ ไปเที่ยวคนเดียวสนุกกว่าตอนโต เพราะเหมือนคนอยากเรียนรู้โลก มันน่าตื่นเต้นไปหมด” (สัมภาษณ์, แองจี, 20 เมษายน 2559)

26. พัด

อาชีพ HR สรรหาและว่าจ้าง จบการศึกษาด้านด้านศาสนาและปรัชญา ม.เชียงใหม่ เคยทำงานเป็นบาร์ิสต้า ทำงานเที่ยง เลิกสี่ทุ่ม เขียนนิยาย ชอบชีวิตอิสระ ไม่ชอบทำออฟฟิศ ก่อนย้ายมาทำงานในกรุงเทพฯ เขียนนิยายเป็นอาชีพเสริม และตัดสินใจลองทำงานประจำ

“การไปเที่ยวคนเดียวคิดว่ามันอยู่ที่ความมั่นใจมากกว่า คนที่ไม่มั่นใจที่จะเดินทางคนเดียว จะกลัวไปหมด กลัวเรื่องภาษา กลัวจะหลง กลัวไปหมดทุกอย่าง คนใกล้ตัวที่เป็นคนแบบนี้ส่วนมากก็จะเป็นแบบ ลูกแหงอะ พ่อแม่รับส่ง ดูแลใกล้ชิดดีมาก การเลี้ยงดูมันก็บ่มเพาะให้เป็นแบบนี้ แต่คนที่มีความมั่นใจที่พักรู้จักหรือเคยเห็นจะเป็นแบบ เจอตัวโปร ก็จองเลย

ไปเลย ไม่ต้องรอการดูแลจากผู้ชาย พวกนี้เก่งกว่าผู้ชายด้วยซ้ำ ไม่ค่อยมีแฟนกัน เป็นผู้หญิง
 สตรองค่ะ มีพีที่รู้จักเป็นแอร์ เป็นคนสวยมาก ภายนอกดูบอบบาง แต่จริงๆ คือสตรองมาก
 ไปเที่ยวอียิปต์ เทียวมาซูปิกซุคนเดียว เราารู้สึกว่าเจ๋งอะ เราอยากทำได้แบบนี้บ้าง

ทุกวันนี้มาอยู่กรุงเทพก็อยู่คนเดียว ไปไหนทำอะไรเอง ไปนั่งกิน MK เองคนเดียว
 ไม่ได้ต้องการให้ใครมาคอยดูแล เราก็รู้สึกว่ามีผู้หญิงแบบนี้ผู้ชายไม่มอง เพราะเก่งกว่าเค้าอีก
 ผู้หญิงมันเป็นสัญลักษณ์ของความบอบบางนุ่มนวล ผู้ชายไม่ชอบผู้หญิงที่ไม่เป็นข้างเท้าหลัง”
 (สัมภาษณ์, พัด, 26 พฤศจิกายน 2558)

จุดเริ่มต้นของการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่าการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
 เป็นครั้งแรกหรือทริปแรกของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังนั้น มีทั้งสาเหตุที่เกิดจากความ
 ตั้งใจที่จะลองออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เนื่องจากมีความพร้อมทั้งทางด้านจิตใจ เวลา และ
 กำลังทรัพย์ หรือเกิดจากจุดหมายปลายทางที่ต้องการไปท่องเที่ยวไม่มีผู้ใดสนใจจะร่วมทางไปด้วย
 และที่เกิดจากความไม่ตั้งใจของกลุ่มตัวอย่างที่ประสบกับความพลิกผันในด้านต่างๆ ของชีวิต (tipping
 point) ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ เกิดปัญหาในอาชีพ การเรียน จนทำให้มีการ
 เลือกลงมือเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ สร้างความผ่อนคลายให้กับชีวิต และค้นหา
 ตัวเอง

นอกจากนี้ ยังอาจเกิดจากความไม่ลงตัวในการออกเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น ซึ่งยากที่
 จะหาเวลาว่างและความสะดวกในช่วงวันเวลาการเดินทางที่สอดคล้องกันได้ ความพร้อมด้านกำลัง
 ทรัพย์ที่ไม่เท่ากัน หรือการมีโอกาสได้ไปศึกษาต่อในต่างประเทศ ซึ่งอำนวยความสะดวกทั้งใน
 เรื่องของการเดินทางและควมมีอิสระที่จะไปไหนมาไหนได้โดยไม่ต้องขออนุญาตครอบครัว
 กลุ่มเป้าหมายบางคนมีความตั้งใจที่จะใช้การเดินทางเป็นเครื่องทดสอบความเข้มแข็งและศักยภาพ
 ของตัวเอง ว่าจะสามารถดูแลและเอาตัวรอดในต่างแดนได้ตามลำพังโดยไม่มีใครเป็นเพื่อนคอย
 ช่วยเหลือได้หรือไม่ ก็เป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
 ด้วยเช่นกัน

แรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเหล่านี้ สามารถอธิบายด้วยแนวคิด The ‘push-pull
 factor’ theory of tourism motivation ของ Dann (1977) หรือ Crompton, J. (1979) ซึ่งได้
 นำเสนอเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เป็นสาเหตุให้คนเราออกเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า เกิดจากปัจจัยที่เป็นแรง
 ผลักภายใน (push motives) ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่มีลักษณะเป็นแรงผลักดันทางจิตวิทยาที่ส่งผลให้คน
 ออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น การอยากหลบหนีออกไปจากโลกของความเป็นจริง (escape) จากการทำงาน
 ที่มีความเครียด ชีวิตรักที่ผิดหวัง การเรียนที่ไม่ประสบความสำเร็จ ชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ

การอยากสำรวจตนเอง (self-exploratory) การต้องการพักผ่อนหย่อนใจ (relaxation) หรือ ต้องการความรู้สึกมีเกียรติ (prestige) การได้ทำสิ่งยั่วยุที่ไม่สามารถทำได้ในสถานภาพปัจจุบัน (regression) ความอยากรู้อยากเห็น (novelty) ต้องการไปยังที่ที่ไม่เคยไป อยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ ได้ ผจญภัย และการศึกษา (education) เมื่อได้เรียนได้รู้แล้ว ก็ควรจะออกไปสัมผัสหรือมองดูสิ่งนั้นให้ เห็นกับตา เป็นต้น

และเกิดจากปัจจัยที่เป็นแรงดึงจากภายนอก (pull motives) ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์หรือ ปัจจัยภายนอกใดๆ ที่ส่งผลดึงดูดต่อบุคคลเมื่อได้ตัดสินใจที่จะออกเดินทางไปแล้ว

จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มี แรงจูงใจในการออกเดินทางคนเดียวมาจากปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันภายในเกือบทั้งหมด ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ประเด็นคือ

1. เกิดจากเหตุการณ์ที่สร้างความพลิกผันในชีวิต
2. เกิดจากความตั้งใจ มุ่งมั่นที่จะเดินทางท่องเที่ยว
3. เกิดจากการที่หาผู้ร่วมทางไปด้วยไม่ได้และไม่อยากเสียโอกาสที่จะได้ออกไปเห็นโลกกว้าง
4. เกิดจากการไม่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์

1) เกิดจากเหตุการณ์ที่สร้างความพลิกผันในชีวิต

เกิดจากการที่กลุ่มตัวอย่างประสบเหตุการณ์ที่สร้างความพลิกผันให้กับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการ ยุติความสัมพันธ์ การหย่าร้าง จบการศึกษา หรือลาออกจากงาน เป็นต้น

“ทริปแรกที่เดินทางคนเดียว เพราะตั้งใจจะไปตุรกีกับแฟน แล้วเลิกกันก่อนก็เลยตัดสินใจไปคนเดียว ที่จริงแฟนก็ไม่ได้ชอบเที่ยวแบบนี้ เราลากเค้าไปเดินทะเลทรายโมร็อกโก แต่เค้า ชอบ beach holiday ไปเล่นสกี พักผ่อน ซิลอะไรแบบนี้ แต่เราชอบเที่ยวลุยๆ เค้าก็ตามใจ พอเลิกกันก่อน เราก็คิดว่าจงแล้วจ่ายเงินแล้ว ก็เลยไป 2 อาทิตย์ดีกว่าก็สนุกดี” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“ทริปไปคนเดียวครั้งแรกคือเวียดนาม 7 ปีที่แล้ว ตอนนั้นอกหักๆ อะไรนี่แหละ จริงๆ ขวน เพื่อนไปอีกคน แต่มันเบี้ยว เลยไปคนเดียวซะเลย เหมือนอยากไปถ่ายรูปที่ฮาลองเบย์ เห็น เค้าว่ามันสวยเลยไป โทรบอกพ่อแม่ก่อนขึ้นเครื่องแล้วก็ไปเลย” (สัมภาษณ์, จี๊บ, 13 ธันวาคม 2558)

“ตอนนั้นเครียดกับเรื่องเรียนด้วย เลยหักดิบ ตัดขาดจากโลกอินเทอร์เน็ตทุกอย่าง ไปแบบไม่บอกใครด้วย ใช้เวลากับตัวเองเต็มที่ เพื่อหาคำตอบว่าจะเอาอย่างไรต่อกับชีวิต แล้วสุดท้ายเราก็ได้คำตอบกับมันจนได้ ตอนนั้นรู้สึกว่าการชีวิตค่อนข้างสับสน เบื่อหน่ายกับสังคมเดิมๆ อยากริสูจใจตัวเอง อยากรู้อะไรใหม่ๆ อยากร้าวออกจาก comfort zone แต่อยากผจญภัยนะคะ เลยเลือกเดินทางไปลาว-เวียดนามทางบก 20 กว่าวัน ปุบปัปไปเลย อาศัยถามข้อมูลจากคนที่เจอ ไปหาเอาดาบหน้า” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“ที่เลือกไปเวียดนามเพราะตอนนั้นขอวีซ่าแคนาดาแล้วไม่ผ่าน เราเพิ่งเลิกกับแฟน อยากรูไปไหนไกลๆ อยากรูพักซักเดือนสองเดือน เพื่อให้ตัวเองหายเครียด ก็เลยคิดจะไปแคนาดาเลย เพราะมีญาติอยู่ แต่ทำวีซ่าสองรอบไม่ผ่าน ก็เลยโมโห ก็ไม่จ้อละ ไปแถวนี้ก็ได้ เลยเลือกไปเวียดนามแทน” (สัมภาษณ์, พี่โอ้, 2 ธันวาคม 2558)

2) เกิดจากความตั้งใจ มุ่งมั่นที่จะเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างตั้งเป้าหมายในชีวิตเอาไว้ว่า จะออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และเมื่อถึงวาระที่ปัจจัยรอบด้านต่างๆ มีความพร้อมและลงตัวเป็นอันดีแล้ว จึงได้ลงมือทำตามเป้าหมายที่ตั้งใจเอาไว้

“เที่ยวเองครั้งแรกไปมอสโคว์ตอนอายุ 37 ค่ะ มอสโคว์นี้สุดๆ คือ ไม่มีใครใช้ อังกฤษ ไม่พอไปหลงอีก 555 รวมทั้งตัวหนังสือทุกตัวบนท้องถนน ไม่มีอังกฤษ ทำไม่ตัดสินใจคนเดียว คืออึ้ง 1. พี่ทำงานฟรีแลนซ์ จะไปตอนไหนก็ได้ 2. โสด ไม่ต้องรอรูทสามี เพื่อนฝูงว่าง รอคุนั้นรอคนนี้ 3. พี่เงินพร้อมตอนไหนก็ไป ไม่ต้องว่าเดือนนั้นเดือนนี้ฉันเก็บเงินก่อน อะไรประมาณนั้น แล้วอายุแบบนี้ส่วนใหญ่มี ครอบครัว ต้องใช้จ่ายกับลูกกับความมั่นคง บางคนผ่อนบ้านผ่อนรถ 4. อันนี้สำคัญสุดสำหรับพี่ที่ชอบไปคนเดียวคือ พี่เป็นพวกชอบอยู่คนเดียวนะ รักสันโดษ โลกส่วนตัวสูงมาก เลือกรัสเซียเพราะว่าพี่เห็นรูปในหนังสือค่ะ หนังสือเนชั่นแมนลิจิโกราฟฟิค พออ่านแล้ว เออ วิช่าไม่ต้อง ตัวไม่แพง ง่ายดี โกลดี” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“ครั้งแรกที่ทำให้ตัดสินใจไปคนเดียว คือคุยกันคร่าวๆ ไว้กับเพื่อนสนิทคนหนึ่ง ว่าอยากไป แต่ก็ไม่จริงจังกันสักที เหมือนเค้าจะไม่ได้ตั้งใจไปจริงๆ มากกว่า เราเองก็หาข้อมูลไว้ก่อนแล้ว เพราะเราสนใจ เจอพอดเก็ตบุ๊กที่ไหนเกี่ยวกับอินเดียเราก็ซื้อเก็บไว้ อ่านเรื่อยๆ สักปีนึงได้ เพราะอยากไปมาก เลยจะไปให้ได้มากกว่าค่ะ” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“ตอนม. 4-5 สอบ AFS ได้อเมริกากับเยอรมัน แต่พ่อแม่ไม่ให้ไป ยังไงก็ไม่ให้ไป พ่อถามว่าไม่กลัวได้โฮสต์ไม่ดีเหรอ ไม่กลัวโฮสต์ปล้ำเหรอ กลัวไปหมดทุกสิ่ง ก็รู้สึกแย่มากที่ไม่ได้ไป ก็เลยทำข้อตกลงกับพ่อว่า ถ้าเข้ามหาวิทยาลัยแล้ว หนูจะขออิสระที่หนูจะไปเที่ยวเองนะ ” (สัมภาษณ์, ไช่มุก, 20 มีนาคม 2559)

3) เกิดจากการที่หาผู้ร่วมทางไปด้วยไม่ได้และไม่อยากเสียโอกาสที่จะได้ออกไปเห็นโลกกว้าง

กลุ่มตัวอย่างหลายคนที่ชักชวนผู้อื่นร่วมเดินทางไปด้วยกัน แต่ก็ต้องพบกับความผิดหวัง เนื่องด้วยผู้ร่วมทางแต่ละคนมีข้อจำกัดแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดด้านทุนทรัพย์ ข้อจำกัดด้านเวลา ข้อจำกัดด้านภาระความรับผิดชอบ กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าจะไม่ควรจะปล่อยให้สาเหตุนี้เป็นอุปสรรคขัดขวางการไปท่องเที่ยว จึงตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวตามลำพัง

“เราก็ชวนเพื่อนนะ แต่เพื่อนพอมีแฟนแล้วเค้าก็จะไปยาก ส่วนพวกไม่มีแฟนก็บอกไม่มีเงินอะ หรือไม่ก็พ่อแม่ไม่ให้ไป เราก็เกิดความรำคาญ เออ ไปคนเดียวเลยดีกว่า ประเทศใกล้ๆ แคะนี้ ไม่น่าจะมีปัญหา เค้าก็เป็นประเทศที่พูดภาษาอังกฤษ เราก็สื่อสารได้ ก็จัดแจงบุกตัว จองโฮสเทลห้องรวมเลย เคนนี่ก็อิจฉาเพื่อน ทำไมเพื่อนได้ไปเที่ยวเยอะจัง จนได้รู้ว่าเค้าเที่ยวคนเดียว ไม่ต้องรอใคร เราก็เลยเกิดแรงบันดาลใจ อยากไปเห็นอะไรที่ไม่เคยเห็น อยากมีตราปั๊มในพาสปอร์ต” (สัมภาษณ์, พัด, 26 พฤศจิกายน 2558)

“เป็นทริปนั่งรถไฟพอรานไซบีเรียไปทะเลสาบไบคาล ไม่ได้เตรียมตัวอะไรเลยคะ เพราะเราอยู่รัสเซียมานานเลยคิดว่าไปหาเอาตาบหน้าได้ รอคนไปด้วยแล้วไม่ได้ไปซักที ทำให้เสียโอกาสที่ได้เดินทางไปหลายที่ จนรู้สึกว่ถ้าไม่ไปเราก็จะเสียโอกาสแบบนี้ไปเรื่อยๆ สุดท้ายก็ตัดสินใจไปคนเดียวคะ” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“ไปต่างประเทศคนเดียวครั้งแรกไปโตเกียว ที่บ้านก็ถามว่าแล้วจะสนุกเหรอ ที่เลือกโตเกียวเป็นที่แรกก็ไปเที่ยวคนเดียว เพราะมันเป็นเมืองปลอดภัย เดินทางสะดวก เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่น่ามีปัญหาอะไร อีกเหตุผลที่เลือกไปตอนนั้นเพราะเจอตัวถูก เราก็คิดว่าเราไม่ได้มีเงินเยอะ จะไปที่ไหนก็น่าจะเที่ยววาวๆ ไปเลย ซึ่งก็จะหาคนไปด้วยยาก เพราะมันนานและก็ไม่ใช่วางวันหยุดยาว แต่เราสะดวกเพราะเป็นฟรีแลนซ์” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“ไปบาหลี 15 วัน ตั้งใจเลยว่าจะไปคนเดียว เพราะต่อให้อยากหาคนไปด้วย ก็คงไม่มีใครลา
งานได้ 15 วัน” (สัมภาษณ์, วัน, 3 ธันวาคม 2558)

4) เกิดจากการไม่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์

กลุ่มตัวอย่างไม่ชื่นชอบการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ที่ต้องเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกัน
คราวละหลายๆ คน และมีรายการเยือนสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมระยะเวลาที่กำหนดไว้ตายตัว ด้วย
ต้องการมีอิสระในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ที่ตัวเองมีความสนใจ และรู้สึกอึดอัดกับการโดยเร่งเร้า
จากผู้นำเที่ยวเพื่อรักษาเวลา นอกจากนี้การท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ยังเป็นการใช้บริการโรงแรมและ
ร้านอาหาร ที่ไม่มีแตกต่างกับการเข้าพักและรับประทานอาหารในโรงแรมแห่งอื่นๆ ในโลก ด้วยเป็น
รูปแบบของการทำให้เป็นวัฒนธรรมเดียวกัน (homogenization of culture) ซึ่งทำให้ไม่ได้สัมผัสถึง
วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แท้จริงของคนท้องถิ่น

“ทริปแรกเลยคือเกาหลี ไปกับทัวร์และเพื่อนๆ ค่ะ คือเค้าไปศึกษาดูงานกัน ละขอติดเค้าไป
ด้วย ด้วยความที่เพื่อนๆ ไปกันเยอะคงสนุก เป็นไปตามคาดค่ะ สนุก เพราะมีเพื่อน แต่
เพลียมากกกก กะทัวร์ ก็เลยปณิธานกะตัวเองเลยคะว่า ทั้งชาตินี้และชาติหน้าจะไม่ไหนกะ
ทัวร์อีก ดีสำหรับ ผู้สูงวัยค่ะ ทุกอย่าง ถูกจัดตารางไว้แล้ว ต้องแบบนี้ๆ ไม่งั้นเราจะพลาด
อย่างงั้น อย่างงี้ มันเป็นอะไรที่กลอกตาและมองบนคะ อย่าให้ได้ใจอะเจออีกเลย ”
(สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“การไปทัวร์มันไม่ตอบโจทย์เรา เราไม่อยากทำตัวเป็นทัวร์ริสต์ เพราะเราอยากจริงจังๆ ว่าเค้า
กินอะไร เค้าเสพอะไร มีชีวิตอยู่ยังไง มันเลยต้องใช้เวลาเยอะพอสมควรที่จะเข้าไปให้ถึงความ
เป็นโลคัล ต้องไปตีสนิท พูดคุย ไปในที่ที่เพื่อนๆ อยู่นี่ มีคนรู้จักอยู่ เพื่อที่เราจะได้ถามเค้าได้
เราถึงได้โคตรเห็นด้วยการไปพักที่พักแบบ Tinder หรือ Couchsurfing เลยเพราะมันทำ
ให้เราได้อยู่กับคนโลคัล” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

กลุ่มเป้าหมายบางคนที่ยังไม่มีความคุ้นเคยกับการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ก็มีการเริ่มต้นจาก
การทดลองท่องเที่ยวด้วยตัวเองตามเส้นทางต่างๆ ในประเทศไทยก่อน เพื่อให้ได้รู้จักการวางแผน
ท่องเที่ยว การจองที่พักและพาหนะการเดินทาง รวมถึงเป็นการทดลองท่องเที่ยวตามลำพังและพึ่งพา
ตัวเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างทาง ซึ่งจะช่วยให้มีความพร้อมและมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้อง
ออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในต่างประเทศในเวลาต่อมา

“เกษียณเมื่อกันยายน ก็เลยลองเที่ยวในเมืองไทยเองก่อน ไปเชียงราย เชียงของ ไปทีละเป็น สิบวันอยู่เหมือนกัน เดินทางโดยรถทัวร์ ตอนนั้นคิดว่าเรายังแข็งแรง ยังทำงานได้ รู้สึกว่าเรายังดี ๆ อยู่ แต่การเกษียณอายุทำให้เราต้องมาอยู่เฉย ๆ ให้เลิกทำงาน มันก็ต้องปรับตัว เหมือนกันนะช่วงแรก ๆ แรก ๆ ก็ไปเข้าห้องสมุดบ้าง ออกกำลังบ้าง แล้วก็ไปเที่ยวทัวร์ 12 วัน นาน พอกลับมาบอกเค้าว่าขอลงที่เชียงของ จะขอเที่ยวต่อเอง ตอนนั้นอากาศกำลังดี ก็ต่อรถ หวานเย็น เที่ยวดูนั่นดูนี่ไปเรื่อย ๆ พอตอนธันวาคมก็ลองไปเที่ยวทางเหนืออีกครั้ง ระหว่างที่ เที่ยวเมืองไทยคนเดียว ก็ไปเจอหนังสือเล่มหนึ่งที่ห้องสมุดสำนักงานเขตสะพานสูง มันจะมี เซลฟ์นึ่งเลยที่เป็นหนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ก็เจอเล่มนี้ชื่อสะพานเป้เที่ยว เราก็อ่าน น่าสนใจ ถ้าเราไปเที่ยวต่างประเทศคนเดียวมันจะเป็นไปได้มั๊ย ก็ลองอ่านดู ก็คิดว่า ไม่น่ายุ่งยาก น่าจะลองดู พอเดือนกุมภาพันธ์ ก็เลยลองไปพม่า ตอนนั้นเขาก็เพิ่งเปิด ประเทศได้ไม่นาน เลือกพม่าเพราะว่าตัวเองสนใจ อ่านหนังสือเกี่ยวกับพม่าเยอะ ก็เลยอยาก ไปเห็น เมืองแรกที่ไปของพม่าคือมะละแหม่ง เหตุผลคือเพราะมะเมี้ยะ อยากรู้ว่ามันเป็นเรื่อง จริงมั๊ย” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

“เที่ยวคนเดียว เริ่มจากไปเที่ยวเสม็ดคนเดียวตอนเริ่มทำงานใหม่ๆ เพราะตอนนั้นถามเพื่อน ก็ไม่มีใครว่าง แล้วก็คิดว่าไปคนเดียวก็ไม่ได้เสียหายอะไร เราไม่ได้ไปทำอะไรไม่ดี จุดไหนที่ดู แล้วอันตรายเราก็ไม่ไป ถ้าเจอใครที่ไม่โอเค ก็เดินหนี แค่นั้นเอง การไปเสม็ดคนเดียวทำให้ได้ เพื่อนใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นต่างชาติที่เข้ามาชวนเราคุย เวลาเราไปเที่ยวคนเดียวเค้าจะคิดว่า เราไม่ใช่คนไทย เพราะเค้ารู้นิสัยว่าคนไทยจะไม่เที่ยวคนเดียว ไปต่างประเทศคนเดียวครั้งแรก คือมาเลเซีย ตั้งใจเลยว่าจะไปคนเดียว เพราะเห็นตัวถูก แล้วเราก็ตั้งใจเอาไว้แล้วด้วยว่า อยากจะเที่ยวให้ทั่วเอเชียก่อนค่อยขยับไปที่อื่น” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

กระบวนการลองเที่ยวตามลำพังในประเทศก่อนนี้ แสดงให้เห็นว่าอุดมการณ์ของการ เชื่อมโยงผู้ชายเข้ากับพื้นที่สาธารณะ และผู้หญิงเข้ากับพื้นที่ส่วนตัว (บ้าน) นั้น โดยพื้นที่สาธารณะ เป็นโลกของผู้ชาย ส่วนพื้นที่ส่วนตัวเป็นพื้นที่ของผู้หญิงนั้น ได้ขัดเกลาความคิดและมุมมองของผู้หญิง ให้ตระหนักถึงความไม่เป็นปกติของการที่ผู้หญิงจะออกมาเตร็ดเตร่เที่ยวเล่นอยู่นอกบ้าน และยิ่งถ้า เป็นการเดินทางตามลำพังด้วย ไปยังดินแดนที่ห่างไกลอย่างต่างประเทศด้วยแล้ว ยิ่งเป็นความรู้สึกผิด ผวกแค้นและเต็มไปด้วยความไม่คุ้นเคย จึงต้องมีการซักซ้อม เพื่อให้ค่อยๆ มีการปรับตัว และลดระดับ ความวิตกกังวลที่คาดหวังว่าจะได้รับการเดินทางตามลำพัง ไม่ว่าจะ เป็น กลัวเหงา กลัวเจ็บป่วย กลัวเงินหาย กลัวถูกทำร้าย กลัวหลงทาง ฯลฯ จนกระทั่งรู้สึกพร้อมที่จะออกเดินทางตามลำพังอย่าง เต็มที่ในที่สุด

2. ประสบการณ์ การสื่อสาร และอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองเห็นว่ากิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเป็นเหมือนเครื่องพิสูจน์หรือด้านการทดลองความสามารถอันสำคัญที่เมื่อก้าวข้ามผ่านไปได้แล้ว ทำให้เกิดการค้นพบตัวตนและเปลี่ยนแปลงความคิด มุมมองที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างเอง ความรู้สึกเช่นนี้ของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวคือพิธีกรรมของสังคมสมัยใหม่ตามแนวคิดของกลุ่มนักมนุษยวิทยา ที่กล่าวว่าการเดินทางท่องเที่ยวไม่ใช่แค่การไปหาโรงแรมที่พักนอนเล่นหย่อนใจเพียงเท่านั้น แต่จะต้องมีรูปแบบกิจกรรมที่พิเศษ มีความศักดิ์สิทธิ์ เป็นการเตรียมตัวออกไปผจญภัยยังดินแดนที่ไม่เคยรู้จัก มีพิธีกรรมการตระเตรียมข้าวของ อุปกรณ์ เสี่ยงอาหาร และการท่องเที่ยวก็ไม่ใช่เพียงการไปเดินดูวิวทิวทัศน์ ดิกรามร้านรวงต่างๆ เท่านั้น แต่จะต้องมีการ ‘เล่าเรื่อง’ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ต่างๆ เหล่านี้เพื่อสะท้อนตัวตนของผู้ออกเดินทางท่องเที่ยว ว่าตนเป็นใคร สนใจเรื่องอะไร มีทุนวัฒนธรรมแค่ไหน มีความคิด มุมมองต่อสิ่งต่างๆ อย่างไรสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในภาพถ่ายซึ่งถูกโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ กล้อง สมาร์ทโฟน หนังสือแนะนำเที่ยวที่ใช้ ยี่ห้อกระเป๋าเดินทาง รองเท้า ข้าวของที่ซื้อกลับมาเป็นที่ระลึก การเลือกชุดแต่งกาย ทั้งที่หะมัดหะแมงดูคล้องตัวสมเป็นนักเดินทาง หรือการเลือกสวมชุดประจำชาติของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนสถานะความเป็นนักเดินทางที่เจ้าตัวจัดวางตัวเองเอาไว้ อันเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่นี้นั่นเอง

Greg Richards ได้ขยายความแนวคิดเรื่องพิธีกรรมแห่งการเปลี่ยนผ่าน (Rite de passage) ของ A. van Gennep มาใช้พูดถึงการท่องเที่ยวในแง่ของความเป็นพิธีกรรมของสังคมสมัยใหม่ ดังเช่นในโลกตะวันตกที่เด็กวัยรุ่นจะต้องออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ชีวิตก่อนเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัย หรือคนทำงานลาออกจากงานและออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานานนับเดือนเพื่อสำรวจตัวเอง และกลับมาพร้อมกับมุมมองใหม่ๆ ที่มีต่อชีวิต

A. van Gennep ได้แบ่งพิธีกรรมแห่งการเปลี่ยนผ่านนี้ออกเป็น 3 ช่วง (พีท้อ, 22 พฤศจิกายน 2558: 64-65)

1. Separation แยกตัวบุคคลออกจากแควดวงสังคมหรือชีวิตปกติ ขั้นนี้คือขั้นเริ่มออกเดินทางจากที่พักไปสู่จุดหมายปลายทาง

2.Liminality เป็นช่วงเวลาที่อยู่ในพื้นที่ใหม่ ในช่วงเวลานี้ องค์ประกอบในชีวิตทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย กิจกรรม อาหารการกิน การใช้ชีวิต จะแตกต่างไปจากชีวิตปกติ คือ ช่วงระหว่างที่ยวนั่นเอง จะแต่งกายประหลาด กินดื่มหรือทำอะไรอย่างสุดเหวี่ยง เพราะมีการกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวเชิงสังคม (social excitement)

3.Incorporation เป็นขั้นตอนที่ย้อนกลับมาสู่สภาพสังคมเดิมของตน แต่ด้วยสถานภาพใหม่ หรืออารมณ์ ความรู้สึก ความเข้าใจใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับบ้านพร้อมด้วย อารมณ์ ความรู้สึกและความเข้าใจใหม่ๆ นั่นเอง

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาถึงการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity) ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก และรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยกรอบพิธีกรรมของ A. van Gennep เป็นตัวแบ่งช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละช่วงระยะการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ช่วงระยะของกิจกรรมเดินทางท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว
Separation (ก่อนการท่องเที่ยว)	1) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 2) การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง 3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4) การต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว
Liminality (ระหว่างการท่องเที่ยว)	1) เน้นความปลอดภัย 2) การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 3) การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ 4) การใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์ 5) ความเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker 6) ความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว
Incorporation (หลังจากการท่องเที่ยว)	1) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก 2) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับ

	<p>ความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง</p> <p>3) การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง</p>
--	---

โดยในการวิเคราะห์และตีความประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละช่วงระยะเวลา นั้น ผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิจัยใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึก นึกคิด ตัดสินใจ และลงมือกระทำในแต่ละช่วงของกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว อันสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่แสดงออกมาไม่ว่าจะด้วยความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม โดยมุ่งเน้นเฉพาะประเด็นที่มีความโดดเด่นสำคัญ อันจะพิจารณาโดยดูจากการเป็นประเด็นที่ปรากฏให้เห็นในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

2. การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างมีการแสดง/สื่อสารอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ออกมาอย่างไรในแต่ละช่วงของประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อทำการวิเคราะห์ว่าอำนาจการแสดงหรือสื่อสารอัตลักษณ์ขึ้นอยู่กับตัวแปรใดบ้าง

3. ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

กลุ่มตัวอย่างมีบทบาทอย่างไรในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีความสนใจแสวงหาข้อมูลในประเด็นหรือแง่มุมใดบ้าง กลุ่มตัวอย่างใช้การสื่อสารในรูปแบบใด และมีการสื่อสารระดับใดปรากฏให้เห็นบ้างในแต่ละช่วงของประสบการณ์การท่องเที่ยว

2.1 พฤติกรรม การสื่อสารอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารช่วงก่อนการออกเดินทางท่องเที่ยว

ประสบการณ์การท่องเที่ยวในช่วงก่อนออกเดินทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้เผชิญก่อนที่จะเริ่มต้นการออกเดินทางในวันแรก ซึ่งประสบการณ์ช่วงนี้อาจกินระยะเวลาตั้งแต่ไม่กี่สัปดาห์จนถึงนานนับปี หากว่าเป็นการเตรียมตัวเพื่อเดินทางในทริปสำคัญที่กินระยะเวลายาวนาน มีค่าใช้จ่ายสูง หรือเป็นการเดินทางไปยังประเทศที่ห่างไกลอย่างมาก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงระยะเวลาก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวนี้ไปกับการค้นหาแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง การกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยว และการต้องขออนุญาตครอบครัว

1) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

แม้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในครั้งแรกของกลุ่มเป้าหมายจะเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม การท่องเที่ยวตามลำพังในครั้งต่อๆ มา ล้วนเกิดจากความชื่นชอบหรือติดใจในการเที่ยวคนเดียว ซึ่งอำนวยความสะดวกให้สามารถทำกิจกรรมต่างๆ เลือกรับประทานอาหาร เปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยวได้อย่างอิสระเพราะไม่ต้องคอยถามความเห็นจากผู้ร่วมเดินทาง ช่วยปลดปล่อยภาระจากการต้องเป็นผู้รับผิดชอบเพื่อนร่วมทางและผู้นำในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม และการเดินทางตามลำพังทำให้สามารถผ่อนคลายและพักผ่อนหย่อนใจได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับสิ่งใด ซึ่งความพึงพอใจเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และถึงแม้ว่าโดยปกติแล้วจะออกเดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่ม เพื่อนครอบครัว หรือคู่รัก แต่ก็ยังคงจะพยายามหาเวลาสำหรับการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่เสมอ เหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้แก่

ก. ความมีอิสระในการตัดสินใจและเลือกทำในสิ่งที่ตัวเองต้องการ

การท่องเที่ยวตามลำพังทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถทำทุกอย่างตามความต้องการของตัวเองได้ โดยไม่ต้องรู้สึกเกรงใจหรือห่วงใยความรู้สึกของผู้ที่ร่วมทางมาด้วย การอยู่ในสภาวะแวดล้อมของสังคมการทำงานและในบ้านนั้น อุดมการณ์ความเป็นหญิงที่สังคมกำหนด ส่งผลให้ผู้หญิงจะต้องเป็นผู้มีความรอมชอม เกรงอกเกรงใจ หลีกเลียงที่จะสร้างความรู้สึกขุ่นเคืองหรือรำคาญ ไม่ว่าจะกับเจ้านาย เพื่อนร่วมงาน เพื่อนฝูง พ่อแม่สามี หรือแม้แต่กับลูก ต้องเป็นผู้ที่นึกถึงความต้องการและความรู้สึกของผู้อื่นเป็นสำคัญ บางครั้งการแสดงความต้องการของตัวเองหรือทำอะไรตามใจตัวเอง ยังสามารถทำให้ผู้หญิงรู้สึกผิดใจได้เสียด้วยซ้ำ

ความรู้สึกเกรงอกเกรงใจ ความรู้สึกว่าจะต้องห่วงใยใส่ใจผู้อื่น สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่ผ่านการสร้างความเป็นเพศผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมและซึมซับเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นตัวตนของคนในสังคม และช่วยกำหนดอัตลักษณ์ความเป็นหญิงความเป็นชายมาตั้งแต่วัยเด็ก โดยเฉพาะในสังคมไทยที่มีการปลูกฝังผู้หญิงให้เป็นผู้เอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความเมตตากรุณาเป็นที่ตั้ง อุดมคติเช่นนี้ก็ถูกทำให้ลดคุณค่าลงไป ด้วยการเรียกขานว่า เป็นเพศอ่อนแอ ขี้แย ขี้สงสาร ใจอ่อน ไม่เด็ดขาด ตัดสินใจไม่ได้ และเมื่อถูกบีบบังคับให้ทำสิ่งที่โดยคุณค่านั้นด้วยการทำในสภาพที่ต้องจำยอม (passive) แทนที่จะทำด้วยความภาคภูมิใจ ก็กลายเป็นการทำด้วยความรู้สึกวิตกกังวล (กลัวไม่ถูกใจ) ด้วยความรู้สึกผิด (หากมีอะไรผิดพลาดก็โทษตัวเอง) ด้วยความรู้สึกเบื่อหน่ายและปราศจากความภาคภูมิใจ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 38)

การท่องเที่ยวตามลำพังเป็นการเข้าสู่พื้นที่และเวลาที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันปกติของผู้หญิง ผู้หญิงไม่ได้มีฐานะเป็นพนักงานบริษัท เป็นลูกน้อง เป็นแม่ หรือเป็นภรรยาอีกแล้ว ในพื้นที่การ

ห้องเที่ยวนี้ ผู้หญิงสามารถปลดปล่อยความต้องการที่อยากจะทำทุกอย่างตามใจตัวเองได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องคอยนึกถึงความต้องการของคนอื่น หรือคอยใส่ใจว่าผู้อื่นจะรู้สึกอย่างไร ทั้งยังทำให้ผู้หญิงได้เข้าสู่บทบาทของผู้นำและผู้ตัดสินใจที่เคยถูกกำหนดว่าเป็นของผู้ชายมาโดยตลอด ด้วยการเดินทางตามลำพังทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาความสามารถของตัวเองในการแก้ปัญหาและตัดสินใจ เมื่อได้สัมผัสกับบทบาทนี้ ทำให้กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังได้เรียนรู้ถึงศักยภาพของตัวเองที่ไม่เคยรู้มาก่อนว่ามีอยู่

“1.คือ ชี้เกียรใครไปด้วยแล้ว มันยุ่งยาก 2.อยากลองว่าไปคนเดียวจะเป็นไง ซึ่งสิ่งที่ได้รับกลับมาหลังไปทริปนี้มันดีมาก เปลี่ยนโลกของเรา คือมันเป็นทริปที่เรียกได้ว่ามีความสุขที่สุดก็ว่าได้ อิสระ เป็นตัวของตัวเอง ได้พักผ่อนอย่างแท้จริง ก็ภูมิใจด้วยว่าเราแข็งแรงนะอะไรก็จะมีเพื่อนมีไปด้วยก็ดี สนุก แต่บางทีเราก็กังใจเค้า ไม่รู้เค้าอยากไปเหมือนเรามั้ย อย่างเราชอบนั่งดูผู้คน 2-3 ชม คนอื่นเค้าก็อาจไม่ชอบเหมือนเรา หลังจากไปทริปนี้ ก็ตั้งใจไว้ว่า จะมีอย่างน้อยปีละครั้งที่เราจะไปเที่ยวคนเดียว” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

“การเที่ยวคนเดียวมันมีความคล่องตัวมากกว่า ได้ตัดสินใจเอง อยากไปไหนก็ไป อยากอยู่ตรงไหนนานๆ ก็อยู่ได้ เพราะพอเป็นคนชอบถ่ายรูป ไม่ต้องกังวลว่าเพื่อนจะคอยหรือต้องเร่งไปเที่ยวที่อื่นที่เราไม่ได้สนใจมากนัก” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“บางทริปก็มีคนขอตามไปด้วย แต่เราก็บอก ขอเถอะ ขอไปคนเดียว เป็นคนขี้รำคาญ ชี้เกียรมานั่งตามในคนโน้นคนนี้ คนเยอะก็เรื่องเยอะ” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“ไปกับคนอื่นปัญหาเยอะ มันไม่ค่อยอิสระเท่าไร แต่มันดีเรื่องเซฟค่าใช้จ่ายได้เยอะ เที่ยวคนเดียวมันแบบทำตามอารมณ์ความรู้สึกของตัวเองได้เลยไม่ต้องแคร์ใคร อยากอยู่ที่ไหนนานๆก็อยู่ เบื่อแล้วก็ไปต่อ” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวคนเดียวมันได้อยู่กับตัวเอง ได้ทำสิ่งที่เราอยากทำ ไม่อยากกินข้าวก็ไม่ต้องกิน อยากเดินถ่ายรูปก็ทำ แต่ไปกับคนอื่นมันทำแบบนี้ไม่ได้ เราต้องคิดถึงคนอื่น นี่ไปคนเดียวอยากเปลี่ยนแพลน ก็เปลี่ยนได้เลย พຽງนี้อยากไปที่อื่นก็ได้ เราตามใจตัวเองได้สุดๆ เลยชอบมาก” (ไข่มุก, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2559)

“เวลาเที่ยวเราก็ใช้วิธีเดินเอา ไปตลาด ไปไหนๆ ใช้วิธีเดินก็จะทำให้รู้ข้อมูลว่าอะไรอยู่ตรงไหน ที่กินก็กินตามที่มี แค่ออให้สะอาด ปลอดภัยก็แล้วกัน แต่ละวันก็จะมีพวกมอเตอร์ไซด์มาจอดรอหน้าเกสต์เฮาส์ ถามว่าจะไปไหน ไปโน่นนี่นั่น พวกนี้ก็จะพูดภาษาอังกฤษได้ดี พอเราไปถึงที่ไหน เราจะหาแผนที่ก่อน โรงแรมส่วนใหญ่จะมีให้เรา แล้วเราก็จะมีเป้าหมายอยู่ในใจว่าเราจะไปที่ไหน อ้อ มันอยู่ตรงนี้ๆ นะ แรกๆ ก็จะใช้เดินเอา มันเป็นการชมบ้านเมือง สภาพความเป็นอยู่ของเค้าไปด้วย เดินทั้งวัน ดูไปเรื่อย ส่วนใหญ่จะไปตามที่ชุมชนตามตลาด คูมิวเซียม ส่วนใหญ่เราจะเที่ยวในเมือง จุดเปลี่ยนๆ ไกลๆ เราจะไม่ไป ตอนเย็นก็เข้าที่พักแล้ว เดินมาทั้งวัน เหนื่อย ก็กลับมาพัก” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“ตื่นเช้ามากกกก ปกติเป็นคนตื่นสาย แต่เที่ยวจะมีแรงบันดาลใจ ไปเดินหาอะไรกิน ถ่ายรูปไปเรื่อยๆ เข้าร้านเค้ก ขนม ไป park ไปทะเลสาบ ไปปั่นจักรยาน ใส่ชุดยูคาตะเดินไปเล่น ดูซากุระ กลับมาแช่ออนเซน ออกไปเที่ยวต่อ ทั่ววันเซย์อันตี 1 เรียกว่า ทำทุกสิ่งทุกอย่างทำ แบบไม่มีลิมิตเลย อยากทำอะไรทำ คือจริงๆ เที่ยวคนเดียวจะไม่แพลนแน่นค่ะ จะเน้นไปเองมั่วๆ เรื่อย สโลไลฟ์ เป็นการให้ space กับตัวเองอย่างแท้จริง ให้เราได้อยู่กับตัวเอง ในช่วงเวลาและกิจกรรมที่เราชอบ รู้สึกว่ามันเป็นการพักผ่อนที่แท้จริง แบบมีเงื่อนไขน้อยที่สุด” (สัมภาษณ์, จี๊, 13 ธันวาคม 2558)

“ตื่น 6 โมงเช้า อาบน้ำ แล้วก็เดินเที่ยวจน 3-4 ทุ่ม ซึ่งตอนนั้น 4 โมงก็มืดแล้ว แต่มันเป็นช่วงเทศกาลคริสต์มาส มันจะมีแสง สี เสียง คนจะเยอะ สนุกมาก ไม่มีกฎในการเที่ยวคนเดียว อยากทำอะไรก็ทำ ทำให้เต็มที่ ใช้เวลาทุกนาทีให้มีค่าที่สุด ถ้าเดินไหว เที่ยวไหว ก็เดินตลอด ถ่ายรูปทุกมุม” (สัมภาษณ์, เซอริ้, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“เวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการเดินดูสถานที่ เราอยากจะมีซิมซิปให้ได้มากที่สุด เที่ยวแบบคุ้มที่สุด เดินปารีสถึงตี 2 ตอนนั้นไม่ได้รู้สึกเหนื่อยเลย ในยุโรปจะมีจัตุรัสกลางเมือง เราก็จะไปนั่งเล่น ช็อปปิ้งไปนั่งจิบ มองเมือง ทำไมมันสวยงามอย่างนี้ เอ็นจอยโมเมนต์แบบนี้ อากาศดีจังเลย ทำไมเราโชคดีอย่างนี้ที่ได้มา ทุกอย่างก็จะเก็บไว้ในความทรงจำของเรา เราได้มาอยู่ตรงนี้ได้มาทำอย่างนี้ อะไรที่ทำได้ เราทำหมด เราต้องการที่จะมีเวลาอยู่ที่นั่นให้นานมากที่สุด เที่ยวให้ได้มากที่สุด เวลาไปเที่ยวจะเอากระเป๋าใบเล็กๆ ไป เอาเสื้อผ้าไปไม่มาก โค้ท

ตัวนี้ เสื้อเปลี่ยนข้างใน อะไรไม่จำเป็นจะไม่เอาไป ไม่ต้องสวดยหรือเอาให้ได้ไปเห็นดีกว่า กระเป๋าจะไม่หนัก ต่อให้เช็คเอาท์แล้วก็ยังแบกกระเป๋าเที่ยวต่อได้ เพราะเราเดินตลอด” (สัมภาษณ์, พิณ, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนแรกตั้งใจว่าจะย้ายหลายๆ เมือง แต่ไปๆ มาๆ อยู่จุดที่เดียวเลย ไปป็นภูเขาไฟ ไปเทรกกิ่งดูพระอาทิตย์ขึ้น มันได้ใช้ชีวิตที่ไม่ต้องคิดอะไรเลย ตื่น 10 โมง ตื่นมาสวดมนต์ อาบน้ำ เปิด Tripadvisor ดูว่ามีร้านไหนที่เรายังไม่ไปกิน ก็ไปกิน บางวันก็ไปนวดละกัน ไปซื้อจักรยาน ชมรอบเมือง ไปบาร์ ขอร้องเพลง คำก็ให้ร้อง การไปเที่ยวของเรานอกจากได้ไปดูสิ่งต่างๆ ในไกด์บุ๊ก สถานที่ท่องเที่ยว ไปดู tourist spot แล้ว ก็คือการได้ไปเห็นชีวิต ได้ใช้ชีวิตอยู่ที่นี่ เราทำทุกอย่าง ดำน้ำ ปีนเขา เรียนโยคะ ปาร์ตี้ อยู่เจียบๆ นั่งฟังเสียงคลื่นเฉยๆ ก็มี” (สัมภาษณ์, วุ้น, 3 ธันวาคม 2558)

ข.หาผู้ร่วมทางที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ยาก

อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างหันมาเป็นผู้หญิงที่ออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เกิดจากการที่ไม่สามารถหาผู้ร่วมทางที่มีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่สอดคล้องต้องกันได้ ซึ่งเกิดจากทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมที่นักเดินทางแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ในแง่ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังนี้ ทุนเศรษฐกิจอาจส่งผลน้อยกว่า เพราะการหาผู้ร่วมทางที่มีกำลังทรัพย์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศด้วยกันอาจหาไม่ยากนัก แต่การหาผู้ที่มีทุนทางวัฒนธรรมสอดคล้องและมีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบลึกซึ้ง เข้าถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในประเทศนั้นๆ รวมถึงการชอบแสวงหาความรู้และสนใจที่จะออกสำรวจดินแดนใหม่ๆ ไปพร้อมกันนั้น เป็นเรื่องยากไม่น้อย

John Storey (1999) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษา กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรมเป็นการสะสมของความรู้ ความคุ้นเคย และสถานภาพทางสังคม กลุ่มนักเดินทางที่ผ่านการศึกษเล่าเรียนในต่างประเทศมาแล้ว มีความคุ้นเคยกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศโลกตะวันตก ก็มีความสนใจที่จะอยากออกไปสำรวจดินแดนที่มีความแปลกใหม่ท่ามกลางโลกกว่า นักอ่านผู้ที่มีความสนใจในประวัติศาสตร์ ความเป็นมารากเหง้าของแต่ละประเทศ ก็ทำการสะสมทุนความรู้จากการอ่านหนังสือ และค้นคว้า ทำให้เกิดความสนใจที่จะออกเดินทางไปเยือนสถานที่ที่มีความสำคัญในอดีตมากกว่าจะเดินเที่ยวชมห้างร้านใจกลางเมืองหลวง นักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในวัฒนธรรมอาหาร ก็เลือกที่จะไปเยือนประเทศที่มีอาหารประจำชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร รสนิยมอันเป็นผลมาจาก

การสั่งสมทุนทางวัฒนธรรมนี้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างออกเดินทางท่องเที่ยวตาม
ลำพัง (อะตอม, 10 มกราคม 2558

)

“ที่เที่ยวคนเดียวเพราะประเทศที่เราอยากไป ไม่มีใครอยากไป ประเทศที่ไปยากๆ อย่าง
เอธิโอเปียอย่างงี้ มันจะต้องลงพื้นที่ไปดูชนเผ่าต่างๆ ซึ่งถ้าไม่มีไกด์นะไปไม่ได้อยู่แล้ว เพราะ
เอธิโอเปียทางเหนือกับใต้มันจะต่างกันมาก ทางตอนใต้จะ undeveloped แล้วพวกชนเผ่า
ต่างๆ ก็ใช้ชีวิตเหมือนสมัยก่อนและไม่ได้พูดภาษาราชการที่ใช้กันในเมือง ต่อให้พูดเอธิโอเปีย
ได้ก็ไปเที่ยวเองไม่ได้อยู่ดี ต้องมีไกด์ ต้องมีรถไฟร์วีลเพราะเป็นพื้นที่ที่เข้าไปยากมาก ”
(สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“น้องสาวชวนไปฮ่องกง ก็ไปกะน้อง แล้วชอบมาก มันได้เปลี่ยนบรรยากาศ ได้เจออะไรใหม่ๆ
เจอผู้คนอีกแบบ ได้เห็นการใช้ชีวิตของคนที่นี่ แต่น้องชวนไปช้อปปิ้งในห้าง ซึ่งเป็นไรที่
เกลียดมาก เพราะเราชอบเดินตรอกซอกซอย ดูแผงลอย คุณใช้ชีวิตมากกว่า ดูวิถีชีวิตแล้ว
เอามาคิด ปรับใช้กับเรา พออีกปีไปออสเตรเลียเราเลยหาข้อมูลเองหมดแบบที่เราอยาก
เที่ยว” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ที่ตัดสินใจไปคนเดียว คือเพราะคนไทยที่ไปด้วยกันตอนนั้นชอบเที่ยวไม่เหมือนกัน เราชอบ
เที่ยวมิวเซียม เที่ยวแบบเดินเรื่อยๆ แต่เพื่อนที่ไปด้วยกันคือชอบช้อปปิ้ง แคะไปเที่ยวดิสนีย์
แลนด์ไปแอลเอ เราไปเที่ยว national monument, museum of aviation ใน d.c เรา
อยากไปดู smithsonian air and space museum นี่คือจุดหมายแรก จากนั้นก็ไล่ดูอย่าง
อื่นใน Smithsonian แล้วก็ทึ่ง ว่าเขาทำให้เข้าฟรีได้อย่างไร เพราะมันดีมาก แล้วก็ดู
monuments ต่างๆ ใน DC เดินดูได้เป็นวันๆ ไม่เบื่อเลย ชอบมิวเซียม เพราะมันมีเรื่องราว
เยอะมาก แล้วเป็นเรื่องราวที่มีหมวดหมู่ มีที่ไปที่ไป อย่างเราดู museum ด้านกีฬา เราจะ
เห็นมันจะมีหลายๆหมวด ขอรับรองเท้าก็ไปดูรองเท้า จะเห็นวิวัฒนาการรองเท้ากีฬา
นวัตกรรมรองเท้าอะไรก็ มันดีตรงที่เราได้ดูได้หมกมุ่นกับเรื่องที่เราสนใจจริงๆ โดยไม่ต้อง
กังวลว่าจะต้องรอใคร หรือมีใครรอเรา เราอยากต่อคิวเข้าไปดูอะไรก็ไม่ต้องถามว่าเพื่อน
อยากต่อคิวด้วยไหม ทิวก็กิน กินเสร็จเที่ยวต่อ ไม่ต้องพะวงว่าต้องรอนะเดี๋ยวตกรถไฟ ”
(สัมภาษณ์, โบ เบอร์เกอร์สัน, 14 ธันวาคม 2558)

“เลือกไปปิ่นก่อน แล้วก็ไปมะละกา อดีตเมืองท่าค้าขายที่มีชื่อเสียงเดิม ก็อยากจะไปดู เพราะสนใจเรื่องประวัติศาสตร์ อยากไปดูร่องรอยความเจริญในอดีต ตอนไปญี่ปุ่นก็เลือกไปเกียวโต นารา เมจิ โกเบ โอซาก้า ฮิโรชิม่า เกียวโตนี่เป็นเมืองหลวงเก่าอายุเป็นพันปี เป็น the must เลย ต้องไป ฮิโรชิม่าไปเพราะอยากดูพิพิธภัณฑ์สงคราม เมจิ อยากไปดูปราสาท โบราณที่ยังสมบูรณ์มาก นาราเป็นเมืองหลวงแห่งแรก โกเบ ก็จะมีประวัติเรื่องแผ่นดินไหว เวียดนามเหนือนี้ต้องไปเลย เดียนเบียนฟูเนี่ย ซาปายังไม่เท่าไร แต่เดียนเบียนฟูคือสมรภูมิ ที่เวียดนามเอาชนะฝรั่งเศส อยากไปเห็นมาก ฝึฝึมานานแล้ว ที่อื่นๆ ก็เซ็ทเพิ่มเข้าไปว่า อยากไปไหนอีก แต่เป้าหมายหลักคืออยากไปเดียนเบียนฟู เราชอบไปเมืองที่มีเรื่องราว เราจะได้ความมันเป็นมายังไง ของจริงเป็นยังไง มันเป็นความสุขที่ได้มาเห็นสิ่งที่เราสนใจ ไม่ได้ไปดูด้วยซ้ำว่ามีอะไรให้ช้อปปิ้ง” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“เราเป็นคนสนใจเรื่องอาหาร ชอบอาหาร เรียนทำอาหาร รอบอาเซียนนี่อยากไปฟิลิปปินส์ เพราะอาหารการกินหลากหลายมากเนื่องจากเป็นเกาะ เรามีเพื่อนฟิลิปปินส์ แล้วเค้าทำอโศโบทให้กิน เราก็แบบมันคืออะไรวะ ประหลาดมาก แพลนเรามีแค่ เวลาไปเที่ยวที่ไหนก็จะหนึ่งมองหาพิพิธภัณฑ์ ส่วนหนึ่งก็เลือกอัมสเตอร์ดัมเพราะพิพิธภัณฑ์เยอะ เราชอบมาตั้งแต่เด็ก แต่พวกพิพิธภัณฑ์ใหญ่แบบ specific แบบนี้เราจะไม่ไป บ้านแอน แพรงคังยังไม่ไปเลย แต่เราจะไปแบบ National Museum พิพิธภัณฑ์ใหญ่ๆ หลักๆ ที่มีประวัติศาสตร์พวกนี้เราจะไป เราอยากรู้ว่าเค้าเป็นใครมาจากไหน เป็นคนชอบในสังคมและวัฒนธรรม แล้วก็สองคือ ไปหาอะไรกิน สำหรับเราแล้วอาหารมันคือจุดหมายวัฒนธรรม เพราะฉะนั้นแผนเราจะมีแค่นี้ พิพิธภัณฑ์ กับหาอะไรกิน ก็จะเดินหาเอาบ้าง งามโฮสเทลบ้าง ไปเรื่อยๆ” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

ค.ต้องการปลดปล่อยตัวเองออกจากความรับผิดชอบในฐานะผู้นำในการเดินทาง

ข้อสังเกตประการหนึ่งจากผู้วิจัยพบจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลคือ กลุ่มตัวอย่างทุกคนเมื่อต้องออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และเป็นการเดินทางร่วมกับเพื่อนหรือคนรู้จักแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้รับหน้าที่ผู้วางแผนการท่องเที่ยว เป็นผู้ตัดสินใจ เป็นผู้นำเที่ยวและคอยให้คำแนะนำบอกกล่าวกำหนดการต่างๆ กับผู้ร่วมเดินทาง ซึ่งส่งผลให้รู้สึกว่าการเดินทางต้องผู้มีส่วนที่ต้องรับผิดชอบผู้ร่วมเดินทางจนทำให้เกิดความเครียด ความกังวลว่าจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้สมบูรณ์เพียงไร จะทำให้ผู้ร่วมทางเดินทางพึงพอใจและสนุกสนานได้หรือไม่ เพื่อหลีกเลี่ยงความรู้สึกอึดอัดนี้ กลุ่มตัวอย่างจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเพียงลำพังคนเดียว

การเข้าสู่พื้นที่การท่องเที่ยว แม้จะเป็นการเอาตัวเองออกมาจากบ้าน (home) ที่ซึ่งผู้หญิงต้องรับภาระในการปรนนิบัติดูแลคนใกล้ชิดให้มีความสุข พึงพอใจ แต่ถึงจะเข้าสู่พื้นที่ภายนอกบ้านแล้ว ผู้หญิงก็ยังนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นแม่และภรรยาที่ต้องคอยดูแลผู้อื่นให้ได้รับความพึงพอใจติดตัวออกมาด้วย ความอิสระของการออกจากบ้าน และความรู้สึกต้องรับผิดชอบผู้อื่นที่มาในฐานะผู้ร่วมเดินทาง ความขัดแย้งกันของอัตลักษณ์นี้ส่งผลให้เกิดความอึดอัดและวิตกกังวล กลุ่มเป้าหมายจึงเลือกที่จะจัดการด้วยการเดินทางเพียงลำพังคนเดียว

นอกจากนี้ การที่ผู้ร่วมเดินทางยกให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้วางแผน ตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวมถึงเป็นผู้ดำเนินการเดินทางนั้น ทำให้พวกเขาต้องนิยามตนเข้าบทบาทหน้าที่ของผู้ชาย (positional identification) ซึ่งไม่ใช่บทบาทหน้าที่ที่ผู้หญิงซึ่งออกเดินทางท่องเที่ยวต้องการ แม้ว่า จะอยากออกจากพื้นที่ของบ้าน แต่ไม่ใช่เพื่อที่จะได้สวมอัตลักษณ์ของผู้ชาย ด้วยแท้จริงแล้วกลุ่มผู้หญิงใช้การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมยามว่างเพื่อการหลบหนีสภาพที่เป็นอยู่ (escapist) อันเป็นความซ้ำซากจำเจของชีวิตในบ้านและชีวิตการทำงาน ด้วยเหตุนี้ การต้องรับภาระในการดูแลสวัสดิภาพและความพึงพอใจของผู้อื่นจึงเป็นใช้สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างปรารถนาแต่อย่างใด

“เวลาเที่ยวเองเราจะวางแผนเที่ยวหลวมๆ ไม่ค่อยสนใจเท่าไรหรอก แต่ถ้าไปกับคนอื่นนี่เราจะวางแผนละเอียด เพราะรู้สึกว่าจะต้องรับผิดชอบเค้า แล้วมันเหนื่อยมาก เพราะเราเป็นคน perfectionist ด้วยงานที่เราทำมันจะพลาดไม่ได้ พอมาเที่ยวเราก็จะแบบ จะถามเค้าก่อนจะไปไหน อยากทำอะไร แล้วก็วางแผนให้ แต่ต้องตรงต่อเวลานะ อย่าพลาดแม้แต่นาทีเดียว แต่คนที่ไปเที่ยวด้วยเค้าก็จะแบบ ไม่สนใจ เอ้อระเหย อยากดูโน่นนี่ มันก็จะทำให้เราหงุดหงิด เรายังคิดว่าไปคนเดียวดีกว่า เพราะเราก็ไม่ต้องการมึนเสียว แต่คนจะชอบมาเที่ยวกับเรา เพราะเค้ารู้สึกว่าการไปคนเดียว เราเที่ยวเยอะ เรามีประสบการณ์ เค้าก็จะบอกแกวางแผนแหละดีแล้ว ฉันอยู่กับแก ฉันไม่ตายแน่นอน” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

“เหตุผลที่ไม่ไปกับเพื่อน ก็ต้องหาเพื่อนที่ค่อนข้างชอบเหมือนกัน ที่สำคัญการไปเที่ยวเองโดยไม่ไปกับทัวร์ การมีคนไปด้วยก็เท่ากับเราต้องดูแลเค้าด้วย แต่เราก็เพิ่งมาครั้งแรกเหมือนกัน จะทำทุกอย่างให้ราบรื่นสำหรับเค้าคงยาก เราก็คิดว่าเราจะดูแลเค้าให้มีความสุข เค้าเป็นยังไง จะเดินไหมมึนๆ ไปกับเราเดินเยอะนะ ถ้าปาก ไม่ได้สบายนะ นอนเกสต์เฮาส์ห้องเล็กๆ จะนอนได้หรือเปล่า เราซื้อน้ำหนักตัวเครื่องบิน 15 กิโล เสื้อผ้าต้องใส่ซ้ำแน่นอน กางเกงยีนส์ตัวเดียวใส่ 8 วันอย่างนี้ ไม่มีมาแต่งตัวสวยๆ อีกอย่างคือความคล่องตัว เราเห็น

โพรโมชันตัวเครื่องบินก็ซื้อเลย ไม่ต้องรอกฎใคร และอื่นๆ อีกมากมาย ก็เลยตัดปัญหา ไปเองดีกว่า” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“เคยมีประสบการณ์พาเพื่อนไปเที่ยวฮ่องกง แบบแยๆ ค่ะ เช็ด แบบว่าต้องให้ช่วยเหลือทุกอย่างไปไหนเองไม่ได้ต้องดูแล เหนื่อย เบื่อ ไปห้องน้ำเองยังไม่ได้เลย เต็มวันมีข้อแม้ใครจะไปแบ็กแพ็คกับพี่ก็ต้องตามกฎพี่นะ 555 พี่ไม่ชอบนอนกับใคร ไปกับพี่แยกห้อง นอนเองไม่ได้ไม่ต้องไป ไม่อึด ไม่ต้องไป กินยากไม่ต้องไป แยกของเยอะไม่ต้องไป แยกห้องก็ไม่มีใครอยากไปด้วยละ ไปคนเดียวนี่สบายจริงๆ อยากนั่งก็นั่งอยากไปร้านนี้ตรงนี้ก็ไป ไม่ต้องถามความเห็นใคร อยากกินก็กิน ไม่อยากกินก็เดิน ตัดใจการเที่ยวคนเดียวตรงที่ว่า ทำอะไรๆ สะดวกดีค่ะ พี่ไม่มีปัญหากับการไปกับเพื่อนนะ แต่เค้าต้องช่วยคิดด้วยไม่ใช่อะไรๆ ก็เรา ถามกินไรดี ตอบอะไรก็ได้ แต่พอไปกินกลับหน้าอ” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“ถ้าไปกับเพื่อนก็ต้องคิดเพื่อเพื่อนว่าเค้าจะชอบอันนี้มั๊ย ไปกับคนอื่นก็จะมีความคิดนิดนึง ถ้าเราเป็นคนแพลน เค้าจะชอบมั๊ย จะสนุกมั๊ย ถ้ามีอะไรผิดพลาดจะทำยังไง ถ้าไปคนเดียวแล้วเราตกรถ เรายังอาจจะช้า แต่เค้าล่ะ” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“ถ้ามีเพื่อนที่เรารู้จักกันมันก็คงสนุกอะค่ะ แต่ถ้ามันไม่ใช่ มันเหมือนว่าไม่เราก็เค้าคือภาระเวลาจะทำอะไร คิดอะไร เราต้องคิดเผื่อทั้งเค้าและเรา” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังด้วยเหตุผลที่ว่า ต้องการที่จะมีอิสระในการวางแผนการท่องเที่ยว และแวะเยี่ยมชมสิ่งต่างๆ ที่ตัวเองสนใจได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องคอยพะวงนึกถึงความต้องการของผู้อื่นหากร่วมเดินทางไปด้วยกัน ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยมากมีบุคลิกภาพที่คล่องแคล่ว มีความสามารถในการวางแผน จัดการ มีความเป็นผู้นำในตัว ทำให้ผู้อื่นที่เดินทางร่วมด้วยรู้สึกว่าเป็นที่พึ่งพาได้ และมักจะปล่อยความรับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินการท่องเที่ยวให้เป็นหน้าที่ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสร้างความเครียดและกดดันจนทำให้การเดินทางหมดสนุก

การเดินทางคนเดียว ยังทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตามความพอใจโดยไม่ต้องคอยพะวงว่าจะต้องดำเนินการตามแผนการเดินทางที่วางมาอย่างเคร่งครัดจนก่อให้เกิด

ความรู้สึกเคร่งเครียดเหมือนการทำงานในชีวิตประจำวัน กลุ่มตัวอย่างต้องการให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ไม่เร่งร้อน สามารถปรับเปลี่ยนทุกอย่างได้ตามแต่ใจต้องการ เพราะการเดินทางสำหรับกลุ่มตัวอย่างคือการหลบหนีจากโลกของความเป็นจริงที่เต็มไปด้วยความเหนื่อยหน่ายจากภาระหน้าที่ทางกรงานและครอบครัว

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีเป้าหมายความสนใจเฉพาะตัว ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม อาหาร ประวัติศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะใช้เวลาไปกับสิ่งที่เป็นความสนใจส่วนตัวเหล่านี้อย่างเต็มที่ ซึ่งไม่อาจทำได้หากเดินทางร่วมกับผู้อื่นที่ไม่ได้มีความสนใจตรงกัน

การเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จึงเป็นการแสดงถึงช่วงเวลาแห่งความมีอิสระเสรี ไม่มีความเคร่งเครียดวุ่นวายหรือเรื่องที่ทำให้ต้องวิตกกังวล เป็นช่วงเวลาที่จะได้ใช้ทำในสิ่งที่อยากทำ ดูในสิ่งที่อยากดู กินในสิ่งที่อยากกิน และเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความสุขและพึงพอใจแก่กลุ่มตัวอย่างในแบบที่

ไม่ได้ในการดำเนินชีวิตปกติประจำวัน

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

ในการตัดสินใจที่จะเดินทางตามลำพังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารในระดับของการสื่อสารภายในตัวเองปรากฏให้เห็นมากที่สุด ด้วยเป็นการสื่อสารเพื่อพิจารณาตัดสินใจที่จะทำในสิ่งที่ตัวเองต้องการ และคิดว่าการเดินทางร่วมกับผู้อื่นเป็นอุปสรรคอันสำคัญที่ทำให้ไม่มีโอกาสทำในสิ่งที่ตัวเองตั้งใจเอาไว้ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาและงบประมาณอันเป็นสิ่งมีค่า จึงอยากที่จะใช้เพื่อให้เกิดความสุขและความพึงพอใจสูงสุดของตัวเอง

การสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มตัวอย่างต้องเจรจาดำเนินการกับครอบครัว พ่อแม่ สามี คนรัก หรือลูก เพื่อแสดงเจตจำนงที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งรายละเอียดในส่วนนี้จะกล่าวถึงในหัวข้อ การขออนุญาตครอบครัวและการรายงานตัว

การสื่อสารมวลชน กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจะทำการโพสต์ถึงทริปการเดินทางที่กำลังจะมาถึงลงในสื่อออนไลน์ และเมื่อมีผู้มาถามว่าจะเดินทางไปกับใคร กลุ่มตัวอย่างจึงจะบอกว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังคนเดียว การใช้สื่อออนไลน์จึงเป็นการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ความเป็นผู้หญิงที่พึ่งพาตัวเองได้และไม่กลัวที่จะออกเดินทางไปยังสถานที่ไกลๆ ตามลำพัง

ตารางที่ 4.3 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	การสื่อสารอัตลักษณ์
ความมีอิสระในการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมที่ต้องการ	ผู้หญิงที่มีอิสระ ปลดปล่อยตัวเองจากภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน

หาผู้ร่วมทริปที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ยาก	เป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรม มีรสนิยมและความสนใจที่ไม่เหมือนใคร
ต้องการปลดปล่อยตัวเองออกจากความรับผิดชอบในฐานะผู้นำในการเดินทาง	เป็นนักเดินทางที่เต็มเปี่ยมด้วยอิสรภาพและความสุข ความสบายใจ
การโพสต์สื่อออนไลน์เพื่อบอกแก่ผู้อื่นว่าจะออกท่องเที่ยวตามลำพัง	ความเป็นผู้หญิงที่พึ่งพาตัวเองได้และไม่หวาดกลัวการเดินทางไปยังสถานที่ไกลๆ ตามลำพัง

2) การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง

Arthur Asa Berger (2008) กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังดินแดนต่างถิ่น สิ่งหนึ่งที่พวกเขาชอบที่จะทำนอกจากการซื้อหาของที่ระลึกเพื่อนำกลับไปก็คือการลิ้มลองอาหารที่ไม่เคยกินและทำกิจกรรมที่ไม่เคยทำ พุดง่าย ๆ ก็คือนักท่องเที่ยวพยายามมองหาสิ่งที่แตกต่างไปจากชีวิตปกติประจำวันของพวกเขา ซึ่งความแตกต่างที่ว่านี้สามารถจัดระดับได้ตามประเทศที่พวกเขาเลือกเดินทางไปเยือน ว่ามีความแตกต่างจากประเทศที่พวกเขาอาศัยอยู่มากน้อยเพียงไร เช่น ชาวอเมริกาที่เดินทางไปยุโรป จะพบว่าเป็นประเทศที่มีความแตกต่างจากประเทศของพวกเขา (The Different) แต่เมื่อชาวอเมริกันเดินทางไปยังอินเดีย พวกเขาจะพบความแตกต่างทั้งภาษา อาหาร ศาสนา สถาปัตยกรรมและการแต่งกาย จนจัดเป็นจุดหมายปลายทางที่มีความแปลกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวันอย่างสุดโต่ง (The Exotic) (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

X

X

X

The Everyday

The Different

The Exotic

อย่างไรก็ดี เมื่อนำแบบจำลองของ A.A Berger มาใช้ในงานวิจัยที่มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงไทย การนิยามจุดหมายปลายทางว่าแห่งใดจัดเป็น The Different แบบใดเป็น The Exotic จึงสลับกลับด้านกับงานวิจัยของโลกตะวันตก ที่มองเห็นวัฒนธรรมเอเชียเป็นสิ่งที่น่าตื่นตา

ด้วยเหตุนี้ จึงมีทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยุโรป เพราะเป็นดินแดนที่มีสภาพอากาศหนาวเย็นแตกต่างจากเมืองร้อน มีสถาปัตยกรรมโบราณยิ่งใหญ่อลังการเต็มไปด้วยประวัติศาสตร์และความเจริญศิวิไลซ์ของบ้านเมืองแตกต่างจากประเทศไทย ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายอีกส่วนหนึ่งซึ่งเคยผ่านการศึกษาเล่าเรียนในประเทศโลกตะวันตก มีความคุ้นเคยกับสถาปัตยกรรมยิ่งใหญ่อลังการ

“ทริปต่อไปคือกำลังจะลาออกเพื่อไปเที่ยวทรานไซบีเรีย เพราะใช้เวลายาวมาก เป็นทริปในฝัน ซึ่งวางแผนไม่ได้ เลยต้องลาออกเพื่อไป เราอยากไปเพราะเราเคยดูรายการทีวีตอนเด็กๆ เลยอยากไปมองโกเลีย นอนเกอร์ อยากไปสัมผัสชีวิตผู้คน วัฒนธรรมชาติ ไม่มีอินเทอร์เน็ต ไม่ต้องพึ่งพาความสะดวกสบายอะไรมาก มันคือตัวตนของเรา เราไม่ได้ชอบอยู่ในเมืองใหญ่ ไม่ชอบกรุงเทพ เคยคุยกับแฟนว่าอยากไปปลูกบ้านอยู่กลางป่า ชอบเที่ยวแนวธรรมชาติ อยู่ชิวคนเดียววันเดียวเอง ที่เหลือเที่ยวธรรมชาติ ไปเนปาล นั่งรถฝุ่นตลบ ชอบมาก ชอบอะไรแบบนี้ คนที่นั่นก็จนมาก เงินของเรานั้นมีค่าสำหรับเค้ามาก เค้าก็ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ชีวิตเค้าก็ดูมีความสุขดี ไปเลห์ ลาดักห์ 7 วัน ไม่มีอินเทอร์เน็ตเลย หิมะถล่มปิดถนน ขนส่งอาหารไม่ได้ มีแต่ผักกิน ไม่มีเนื้อสัตว์เข้ามา ต้องกินแต่ผัก 7 วัน ชอบมาก มีความสุขมาก ธรรมชาติสวยมาก บางทีไปประเทศที่พูดภาษาอังกฤษ มีป้ายภาษาอังกฤษ สะดวกสบายไปหมดมันก็ไม่สนุกนะ ไม่น่าตื่นเต้น อุปสรรคพวกนี้มันเหมือนด่าน เราต้องต่อสู้ให้ผ่านมันไปให้ได้ เป็นความท้าทายอย่างหนึ่ง” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

นอกจากกลุ่มที่เลือกจุดหมายปลายทางที่มีความแตกต่างอย่างสุดโต่ง (The Exotic) จากสิ่งที่พบเห็นในชีวิตประจำวันแล้ว ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเที่ยวโดยไม่ได้ต้องการที่จะไปออกสำรวจเพื่อค้นพบหรือลองใช้ชีวิตในบริบทที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันโดยสิ้นเชิง เพียงแต่ต้องการจะหลบหนีเพื่อไปเปลี่ยนบรรยากาศ แต่ยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างไม่ยากลำบากนัก มีความคุ้นเคยพอประมาณ ทั้งวัฒนธรรมและอาหารการกิน แต่ในขณะที่เดียวกันก็ได้เปลี่ยนบทบาทของตัวเองมาเป็นนักท่องเที่ยวที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างแตกต่างออกไปจากการอยู่ในประเทศของตัวเอง กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจุดหมายปลายทางประเภท The Different นี้มักจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเดิมได้ซ้ำกันหลายๆ ครั้ง

“พอทำงานเข้าที่ มีเวลามากขึ้นและพยายามหาเวลาด้วยค่ะ จะคิดไว้เลยว่าในโลกนี้มีที่ไหนที่เราอยากไปบ้าง มี wish list แล้วก็หาเวลาลงให้ได้มากที่สุดค่ะ เลือกจากใจอยากไปล้วนๆ อ่านเจอ เห็นที่ไหนถูกใจก็เลือกไว้ สนใจทุกอย่างเลย บางอย่างถ้าชอบก็ซั้ๆ ได้ เช่น ญี่ปุ่น ชอบมาก ไป 6 รอบใน 3 ปี ชอบทุกอย่างที่ญี่ปุ่นค่ะ ธรรมชาติ คนที่นั่นช่วยเหลือดี อาหารอร่อย ใช้ง่าย ไปคนเดียวได้ ไม่กลัวอะไรเลย ไปเดินแถวๆ ฟุจิเลค 3-4 ทุ่มคนเดียวก็ไม่กลัว” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

“ไปหลวงพระบางซั้ๆ พอไปก็ไปดูร้านหนังสือที่เราเคยไป ไปกินหมูกะทะร้านที่เราชอบกิน นั่งคุยกับตัวเอง เหมือนกลับบ้าน” (สัมภาษณ์, วั่น, 3 ธันวาคม 2558)

“ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ ที่ชอบไปซ้ำ มันมีจุดหมายของมันอยู่ คือ ไปพัก บางทีก็ไปเอาความ วุ่นวาย บางทีก็ไปเพื่อกินอย่างเดียว คือบางที่ไม่อยากทำอะไรเพิ่ม เหมือนรู้ว่าถ้าไปวังเวียงจะได้เล่นห่วงยางลอยน้ำ พี่ไปสิงคโปร์เพื่อไปกินของอร่อยอย่างเดียวก็คุ้มละ ไปหลวงพระบางก็จะได้ปั่นจักรยานเยอะๆ” (สัมภาษณ์, แองจี้, 20 เมษายน 2559)

นอกจากการเลือกจุดหมายปลายทางตามแนวคิดของ A.A Berger ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจุดหมายปลายทางโดยใช้ทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดอีกด้วย กลุ่มตัวอย่างที่ยังมีอายุน้อย เพิ่งเริ่มใช้ชีวิตการทำงาน ยังไม่มีทุนทรัพย์มากพอที่จะเดินทางไปยังประเทศในภูมิภาคที่ห่างไกลมากๆ ด้วยมีค่าใช้จ่ายสูง ก็เลือกที่จะท่องเที่ยวอยู่ในประเทศรอบอาเซียน ซึ่งนอกจากค่าตัวเครื่องบินจะมีราคาไม่แพงแล้ว ค่าครองชีพในประเทศเหล่านั้นก็ยังค่อนข้างใกล้เคียงหรือน้อยกว่าในประเทศไทยเสียอีก

“ทุกทริปที่ไปค่าตัวเป็นตัวกำหนดทั้งหมดค่ะ จะเลือกประเทศในแถวเอเชียก่อนอะค่ะ ค่าครองชีพ ค่าเงิน ตัวสำคัญเลย คือตัวแหละค่ะ ตัวไม่แรงนี่จัดไม่คิดเลย รัสเซียนี่ ตัวถูกและฟรีวีซ่าล้วน” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“เลือกลาวเพราะ มีเงินเก็บนิดหน่อย แล้วจองแบบกะทันหัน เลยไปที่ๆ ต้องนั่งเครื่องไปไม่ได้ ตัวแพงมาก เลยเลือกประเทศเพื่อนบ้านค่ะ มองว่าน่าจะใช้จ่ายเงินไม่เยอะ ค่าเงินน่าจะถูกกว่าไทย ธรรมชาติยังมีอยู่มาก แล้วก็ไม่ได้น่ากลัวอะไร ชอบหลวงพระบาง ชอบมากกกกกก ไร่ ล้านตัว ชอบธรรมชาติ ชอบวัฒนธรรม ชอบจังหวะชีวิต ชอบเที่ยวแบบธรรมชาติ เดินป่าเดินเขา” (สัมภาษณ์, ปึก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

“ยุโรปมันคือเงินก้อนใหญ่ ค่าตัวแพงแบบนั้นก็อาจจะไปนานๆ ให้อุ้ม แต่ก็จะมีปัญหาเรื่องวีซ่าอีก ที่ฟรีแลนซ์อาจจะขอยากหน่อย” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

กลุ่มตัวอย่างบางคนก็ไม่ใช่ว่าจะปฏิเสธด้านทุนเศรษฐกิจเป็นเครื่องกำหนดจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว แต่เลือกประเทศปลายทางที่พึงพอใจมากกว่า แม้ว่าจะต้องใช้เวลาในการสะสมเงินมากกว่าก็ตาม แต่ก็ขอให้ได้ไปเยือนประเทศที่ต้องการสนิมและความสนใจส่วนตัวเป็นสำคัญ และบางครั้งจุดหมายปลายทางที่เลือกโดยทุนทางวัฒนธรรม ก็สามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้นเมื่อมีโปรแกรมขึ้นตัว

โดยสารราคาถูกของสายการบิน มาช่วยบรรเทาค่าใช้จ่ายให้ลดน้อยลงสำหรับผู้มีทุนเศรษฐกิจไม่สูงนัก ด้วยเช่นกัน

“เราตั้งเป้าเอาไว้ว่าเราจะไปเอเชียก่อน เอารอบๆ นี้ก่อน แล้วเดี๋ยวค่อยว่ากัน เหมือนเป็นการฝึกหัดตัวเองก่อนจะไปทวีปไกลๆ เลือกไปปิ้งก่อน แล้วก็ไปมะละกา อดีตเมืองท่าค้าขายที่มีชื่อเสียงเดิม ก็อยากจะไปดู เพราะสนใจเรื่องประวัติศาสตร์ อยากรู้อะไร ความเจริญในอดีต ตอนไปญี่ปุ่นก็เลือกไปเกียวโต นารา เมจิ โกเบ โอซาก้า ฮิโรชิมา เกียวโต นี่เป็นเมืองหลวงเก่าอายุเป็นพันปี เป็น the must เลย ต้องไป ฮิโรชิมาไปเพราะอยากดูพิพิธภัณฑ์สงคราม เมจิ อยากรู้อะไรปราสาทโบราณที่ยังสมบูรณ์มาก นาราเป็นเมืองหลวงแห่งแรก โกเบ ก็จะมีประวัติเรื่องแผ่นดินไหว เราชอบไปเมืองที่มีเรื่องราว เราจะได้ดูว่ามันเป็นมาอย่างไร ของจริงเป็นยังไง มันเป็นความสุขที่ได้มาเห็นสิ่งที่เราสนใจ ไม่ได้ไปดูด้วยซ้ำว่ามีอะไรให้ซื้อปิ้ง เวียดนามเหนือนี้ต้องไปเลย เดียนเบียนฟูเนี่ย ซาปายังไม่เท่าไร แต่เดียนเบียนฟูคือสมรภูมิที่เวียดนามเอาชนะฝรั่งเศส อยากรู้อะไรเห็นมาก ฝึฝึมานานแล้ว ที่อื่นๆ ก็เซ็ทเพิ่มเข้าไปว่าอยากไปไหนอีก แต่เป้าหมายหลักคืออยากไปเดียนเบียนฟู” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“เลือกไปฟิลิปปินส์ เพราะตอนนั้น Lonely Planet จัดอันดับว่า Palawan เป็นท็อปของสถานที่ที่น่าไปที่สุด แล้วก็ไป airasia ด้วย พอไปแล้วก็สวยมาก มันยังสงบอยู่ ผู้คนก็ดี เลือกไป Iceland เพราะมันเป็น Dream Destination อยากรู้อะไรเห็น Landscape แล้วก็เพราะมีโปรตั๋วเครื่องบิน ถ้าราคาเต็ม 3-4 หมื่นก็ไปไม่ไหวเหมือนกัน ทริปนี้ได้มาราคาไปกลับประมาณสองหมื่นต้นๆ ไปลงสแกนดิเนเวีย แล้วก็ต่อจากสแกนดิเนเวียไป Iceland อีกไม่เท่าไร” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

ไม่ได้มีเพียงจุดหมายปลายทางในฝันเท่านั้น กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ก็มีจุดหมายปลายทางที่ไม่คิดที่จะเดินทางไปเยือนอยู่ด้วยเช่นกัน ประเทศที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่น่าจะเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวตามลำพังคือประเทศที่สร้างความรู้สึกอันตราย ไม่ปลอดภัย ประเทศที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ ประเทศที่ผู้หญิงถูกจำกัดด้วยกรอบวัฒนธรรมและข้อห้ามจนรู้สึกว่าต้องคอยระวังตัวในการท่องเที่ยวมากจนเกินไป ประเทศที่การคมนาคมไม่สะดวก หารู้สึกดี หากเป็นการเดินทางไปพร้อมกับคนอื่นหรือการเดินทางในรูปแบบบริษัทนำเที่ยวก็อาจจะลองไปเยือนดูสักครั้ง

“จีน เป็นประเทศที่คงไม่ไปคนเดียว เพราะอะไรไม่รู้เหมือนกัน แต่คิดว่าเพราะเราพูดจีนไม่ได้ การเดินทางก็ไม่สะดวก แล้วก็พวกตะวันออกลาง ที่คิดว่าผู้หญิงเที่ยวคนเดียวไม่น่าจะปลอดภัย” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“บางประเทศก็ไม่ได้อยากไป ไม่ได้สนใจวัฒนธรรมของเค้า อย่างอินเดียอย่างนี้ เราไม่สนใจ ไม่ชอบเรื่องชนชั้น และประเทศพวกนี้ผู้หญิงไปจะต้องระวังตัว ต้องเรียบร้อย รัไม่ชอบอยู่ในกรอบ แต่ไปยุโรปหรือประเทศเจริญ เราแค่ดูแลตัวเองให้ดีแค่นั้น” (สัมภาษณ์, เซอร์, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“คิดว่าประเทศแรกๆ ที่จะเริ่มไปเที่ยวคนเดียวควรจะเป็นประเทศที่ไม่ไกลมาก เราก็ห่วงความปลอดภัยของตัวเองเหมือนกัน ถ้ามีเหตุฉุกเฉินอะไร แล้วอยู่ในประเทศที่ไกลมากๆ ก็อาจจะลำบาก สิงคโปร์มันมีรถไฟไปไหนมาไหนสะดวก” (สัมภาษณ์, พัด, 26 พฤศจิกายน 2558)

“ถ้าหาข้อมูลแล้วไปเจอประเทศน่ากลัวก็คงเก็บไว้ก่อน หรือเอาไว้ไปกับคนอื่น” (สัมภาษณ์, แองจี, 20 เมษายน 2559)

“พวกเนปาล อินเดีย อะไรแบบนี้ก็อยากไปนะ แต่ไม่ไป เพราะมันอันตราย ขอไปประเทศที่ปลอดภัยดีกว่า เราไม่กลัวเจ็บตัวนะ ชอบแอดเวนเจอร์ ผจญภัย เรื่องเจ็บตัวนี่ไม่กลัวเลย แต่พวกอันตรายที่จะทำให้เราเสียหายนี่ ไม่เอา” (สัมภาษณ์, พีไอ, 2 ธันวาคม 2558)

การสื่อสารอัตลักษณ์

การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทางเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นการสื่อสารอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกประเทศที่มีความแตกต่างอย่างสุดโต่ง (exotic) นั้น บ่งบอกถึงความเป็นนักผจญภัย เป็นผู้ต้องการแสวงหาและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่แปลกและแตกต่างจากที่เคยคุ้นหรือพบเห็นอยู่เป็นประจำ เป็นความกระหายที่จะได้เหยียบย่างไปยังดินแดนใหม่ๆ ที่ไม่ค่อยเคยมีใครเดินทางไปเยือน จุดหมายปลายทางที่มีความแตกต่างทั้งภาษา อาหาร วัฒนธรรม ภูมิประเทศเหล่านี้ บ่งบอกถึงความเป็นผู้บุกเบิกค้นพบและชื่นชอบในสิ่งที่ไม่เหมือนใครเหมือนของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจุดหมายปลายทางที่มีความแตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตปกติเพียงเล็กน้อย (different) นั้น เป็นการแสดงถึงความปรารถนาที่จะผ่อนคลาย หลบหนีจากภาระหน้าที่ใน

ชีวิตประจำวัน จึงเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่มีความคุ้นเคย ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวมากนัก และรู้อยู่ตั้งแต่ก่อนออกเดินทางแล้วว่าจะได้พบกับอะไร กลุ่มตัวอย่างคนเดียวกัน อาจจะเลือกจุดหมายปลายทางทั้งแบบสุดโต่งและแบบแตกต่างเพียงเล็กน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความตั้งใจ และการเตรียมพร้อมสำหรับการเดินทางครั้งนั้น ว่าตั้งใจที่จะเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายใด ผู้วิจัยพบว่า สำหรับการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่แตกต่างเพียงเล็กน้อยนั้น ผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพังที่เป็นคนไทยนิยมเดินทางไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีความปลอดภัยสูง อาหารถูกปาก และมีเส้นทางวัฒนธรรมเอเชียที่คนไทยเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย และประเทศลาว โดยเฉพาะเมืองหลวงพระบางที่มีสภาพอากาศเย็นสบาย เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีกิจกรรมให้เลือกทำมากมาย และที่สำคัญคือใช้งบประมาณไม่สูง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแทบไม่แตกต่างจากการเที่ยวในประเทศไทย

อัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจุดหมายปลายทางที่แตกต่างเพียงเล็กน้อย จึงแสดงถึงความเป็นผู้รู้จักแสวงหาความสุข พักผ่อนหย่อนใจ เมื่อเหนื่อยล้าจากการทำงานและภาระในครอบครัว เป็นผู้รู้จักจัดสรรเวลาว่างเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับตัวเอง

นอกจากนี้ การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตัวแปรในแง่ทุนเศรษฐกิจหรืองบประมาณที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ว่ามีความจำเป็นอย่างสูงในการกำหนดว่ากลุ่มตัวอย่างจะเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศใด กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางไปยังประเทศที่มีความแตกต่างอย่างสุดโต่ง จึงแสดงถึงความเป็นผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจ มีอำนาจทางการเงินสูงพอที่จะใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวไปทวีปห่างไกล ไปยังดินแดนที่เข้าถึงได้ยากสำหรับนักเดินทางจากทวีปเอเชีย

ในขณะเดียวกัน แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อย และไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก อาทิ ประเทศเวียดนาม ประเทศจีน แต่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็ได้แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของตัวเองจากการเลือกสรรสถานที่และเมืองสำคัญที่จะเดินทางไปเยือน ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นผู้มีทุนวัฒนธรรมความรู้ในด้านต่างๆ เช่น ไปเที่ยวเวียดนาม แต่ไม่สนใจที่จะไปฮานอย แต่เลือกที่จะไปเดียนเบียนฟูซึ่งเป็นสมรภูมิสำคัญในการสู้รบเมื่อครั้งสงครามโลก เป็นต้น

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารภายในตัวเอง กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารภายในตนเองถึงวัตถุประสงค์และความตั้งใจที่จะเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว โดยคิดวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ตั้งใจที่จะไปเพื่อสำรวจดินแดนและวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน ต้องการเป็นผู้บุกเบิกสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีผู้คนเคยเดินทางไปเยือน และเตรียมพร้อมสำหรับการผจญภัยที่รออยู่เบื้องหน้า หรือการเดินทางในครั้งนี้เป็นไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ไม่รีบเร่งเคร่งเครียด

และไม่จำเป็นต้องค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อวางแผนการเดินทางมากนัก ด้วยเป็นจุดหมายปลายทางที่มีความคุ้นเคยและรู้ล่วงหน้าอยู่แล้วว่าจะได้พบกับอะไร

การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน เกิดขึ้นในระหว่างการหาข้อมูล เมื่อกลุ่มตัวอย่างทำการค้นคว้า สืบค้นข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาตัวเครื่องบินที่ใช้การสืบค้นในเว็บไซต์จำหน่ายตั๋วเครื่องบินออนไลน์ การเข้าไปสืบค้นรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ในเว็บไซต์ บล็อก หรือเพจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การอ่านหนังสือนำเที่ยว และการสอบถามผู้ที่เคยเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางแห่งนั้นมาก่อนแล้ว เพื่อนำมาประมวลและกำหนดเป็นแผนการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเอง

ตารางที่ 4.4 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง

การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง	การสื่อสารอัตลักษณ์
การเลือกประเทศที่มีความแปลกแตกต่างอย่างสุดโต่ง (The Exotic)	ผู้หญิงที่รักการผจญภัย ชอบการออกไปสำรวจดินแดนและวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ เปิดใจกว้าง ยอมรับความไม่คุ้นเคย ความไม่สะดวกสบาย อดทน ไม่โอตครวญต่อความลำบาก
การเดินทางไปประเทศเดิมซ้ำๆ (The Different)	ผู้หญิงที่ต้องการใช้เวลาว่างในการหลบหนีไปจากโลกของความเป็นจริงชั่วขณะ (escapist) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ปลดปล่อยจากบทบาทหน้าที่ในชีวิตประจำวันอย่างแท้จริง เป็นผู้เลือกจุดหมายปลายทาง และกิจกรรมที่ต้องการทำด้วยตัวเอง
การใช้ทุนเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดจุดหมายปลายทาง	เป็นผู้มีรายได้เป็นของตัวเอง และคิดพิจารณาเลือกในสิ่งที่เหมาะสมกับความสามารถในการใช้จ่ายที่มี
การใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดจุดหมายปลายทาง	เป็นผู้ทุนวัฒนธรรม มีการสั่งสมความรู้ ความสนใจในเรื่องราวเฉพาะด้าน และปรารถนาที่จะได้ไปสัมผัสหรือได้เห็นสิ่งที่เคยศึกษาเรียนรู้เหล่านั้นด้วยตาตัวเอง
จุดหมายปลายทางที่ไม่สนใจจะไปท่องเที่ยวตามลำพัง	ปฏิเสธประเทศที่มีวัฒนธรรมตีกรอบ และควบคุมความเป็นผู้หญิง

	<p>ไม่เข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ให้เกียรติ และไม่ใส่ใจในความปลอดภัยของผู้หญิง และปฏิบัติต่อผู้หญิงในฐานะเพศที่เป็นรองหรือถูกคุกคาม</p>
--	---

3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

D. MacCannell กล่าวว่าในหมู่นักท่องเที่ยวด้วยกันเอง ก็มีการพยายามจัดวางตัวเองให้แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ด้วยการระบุตัวเองว่าไม่ใช่ นักท่องเที่ยว แต่เป็นนักเดินทาง (traveler) กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเลือกที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ด้วยไม่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์หรือการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ซึ่งเป็นการจัดกำหนดการท่องเที่ยวที่รีบเร่งมุ่งที่จะไปเยือนสถานที่ให้ได้มากที่สุดภายในระยะเวลาอันสั้นเพื่อให้คุ้มค่าเงินค่าแพคเกจทัวร์ที่ลูกค้าจ่าย ซึ่งนักท่องเที่ยวที่วางตัวเองเป็นนักเดินทาง (traveler) มองว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ฉาบฉวยและไม่ได้ลงไปสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของพื้นที่แห่งนั้นๆ อย่างลึกซึ้งจริงจัง

แต่ดังที่กล่าวเอาไว้ข้างต้นแล้วว่า ข้อจำกัดด้านทุนทรัพย์และวันลาพักร้อนที่มีอย่างจำกัดสำหรับชนชั้นกลางในประเทศไทย ก็ไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้รักการเดินทางดำรงตนเป็นนักเดินทางในอุดมคติได้มากนัก การจะหยุดพักการทำงานเป็นเวลา 6 เดือนถึง 1 ปี เพื่อแบกเป้เที่ยวไปทั่วทวีป เข้าเกสต์เฮาส์อยู่ที่เมืองใดเมืองหนึ่งเป็นเวลานานนับเดือนเป็นเรื่องที่แทบจะเป็นไปไม่ได้เอาเลย อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังก็พยายามจะออกแบบอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทาง (traveler) ตามที่ปัจจัยที่มีอยู่จะอำนวยให้ เช่น เลือกรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตัวเองที่ทำให้สามารถเลือกจุดหมายปลายทางสถานที่ต่างๆ ที่ต้องการไปเยือนได้ เลือกที่พักในชนบทที่จะได้สัมผัสชีวิตของคนพื้นเมือง เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น รวมถึงการเลือกที่จะใช้เวลาในการเดินทางอยู่ในประเทศหรือพื้นที่นั้นๆ ให้ยาวนานกว่าคนทั่วไปที่มีข้อจำกัดคล้ายคลึงกัน

กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวครั้งละนานหลายวัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นนักเดินทางผู้ท่องเที่ยวอย่างเข้าถึงและลึกซึ้งในองแท้ ระยะเวลาในการเดินทางแต่ละครั้ง จึงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการแสดงอัตลักษณ์

“ปกติแล้วจะมีทริปใหญ่ปีละ 2 ครั้ง ทริปใหญ่ก็คือครั้งละ 2 สัปดาห์ขึ้นไป ไปวันสองวันไม่ถือว่าเป็น ทริป ถือว่าเปลี่ยนที่นอนนะ” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“พม่ารอบแรกไป 8 วัน พม่าตอนล่าง มะละแหม่ง ทวาย รอบ 2 ไป 15 วัน ขึ้นตั้งแต่ย่างกุ้ง ขึ้นไปมณฑลทะเลย์ อินเล สีป้อ เก็บตามรายทางหมดเลย” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

“ทุกทริปจะเที่ยว 10 วันขึ้นไปหมดค่ะ ทุกประเทศจะไปเกือบทั่วค่ะ คือเรียงจากเหนือจรดใต้ ยกเว้นรัสเซียที่ใหญ่เกิน ญี่ปุ่น 14 วันค่ะ ไปตั้งแต่ฮอกไกโดไล่ลงมาถึงคิวชู แต่จะเลือกเมืองตามความสนใจค่ะ เราอยากเห็นความแตกต่างระหว่างภูมิภาคอะค่ะ ว่าคนแต่ละภาคเค้าเป็นไง อยากไปเห็นวิถีชีวิต ความแตกต่างทั้งสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งไปกับทัวร์ให้เราไม่ได้ ไปกับทัวร์สิ่งที่เราจะเห็นคือสิ่งที่ไกด์บู้บอกไว้หมดแล้ว บางทีก็ไปที่เดียวกัน แต่จะได้เจออะไรต่างกันค่ะ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“ไม่ชอบเที่ยวแบบแป๊ปปๆ ชอบอยู่แบบให้เข้าใจวิถีชีวิต วัฒนธรรมของผู้คน ไม่ใช่แค่ไปที่เที่ยว ดังกๆแล้วกลับ ชอบแบบเมืองๆหนึ่งอยากไปให้ครบทุกที่ทั้งดั่งและไม่ดั่ง ไปแบบชิมลิก ไปแบบไม่ใช่ถ่ายรูปแล้วกลับ ชอบเดินทางไปเรื่อยๆ” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“เดี๋ยวนี้วางแผน 15 วันตลอด ไปทริปนี้ง ก็คือยาวๆ หลายๆ วันไปเลย” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างแสดงอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางตัวจริง ที่ต้องการลงไปเจาะลึกจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ครอบคลุมที่สุด ลึกซึ้งที่สุด แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพร้อมกับกรุ๊ปทัวร์ และมีโอกาสได้เยี่ยมชมเพียงสถานที่สำคัญที่ถูกกำหนดโดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเดินทางครั้งละนานหลายวัน ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ต้องเร่งร้อน เร่งรีบที่จะออกเดินทางต่อไปยังจุดหมายต่อไปให้ทันเวลา แต่สามารถใช้เวลาในการเที่ยวชม เยี่ยมเยือนสถานที่ต่างๆ ได้มากและนานเท่าที่ใจปรารถนา สามารถใช้เวลาไปกับการสังเกตวิถีชีวิตคนท้องถิ่น ได้ลองใช้ชีวิตอยู่ในเมืองแห่งนั้นๆ ได้ตั้งแต่เช้าจรดเย็น สามารถไปยังสถานที่ที่การเดินทางมาพร้อมบริษัทนำเที่ยวไม่สามารถทำได้ เช่น ตลาดสด โรงเรียน ศาสนสถาน สวนสาธารณะ สนามกีฬา เป็นต้น

การเดินทางเป็นระยะเวลาหลายวัน จึงสื่อสารให้เห็นความเป็นนักเดินทางที่จริงจังกับการสำรวจ ท่องเที่ยวและสัมผัสความเป็นท้องถิ่นอย่างแท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

นอกจากการสื่อสารภายในตัวเองที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการประเมินตัวเองแล้วว่า ต้องการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละเป็นเวลานานหลายวัน เนื่องจากอยากที่จะมีโอกาสได้ลงไปสัมผัสวิถีชีวิตอันจริงแท้ในการเดินทางไปเยือนยังสถานที่ต่างๆ และเตรียมความพร้อมทางจิตใจในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาหลายๆ ที่จะต้องห่างไกลจากกิจวัตรประจำวันและความสะดวกสบายอันคุ้นเคย ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้การสื่อสารมวลชนในการถ่ายทอดเรื่องราวการเดินทางในแต่ละวันเป็นประจำทุกวัน ตลอดช่วงระยะเวลาการเดินทาง เพื่อที่จะบอกเล่าสิ่งที่ได้ประสบพบเจอ เหตุการณ์ที่ประทับใจ น่าแปลกใจ และความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาการเดินทางตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด โดยส่วนมากจะทำการระบุงลงไปให้เห็นอย่างชัดเจนว่านี่เป็นการเดินทางในวันที่เท่าไรแล้ว โดยกลุ่มตัวอย่างบางคนอาจจะใช้วิธีการโพสต์เนื้อหาลงในสื่อออนไลน์เป็นช่วงๆ ในระหว่างเดินทางในแต่ละวัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนจะเก็บรวบรวมข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ เพื่อโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ของตัวเองเมื่อสิ้นสุดการเดินทางในแต่ละวัน

ตารางที่ 4.5 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	การสื่อสารอัตลักษณ์
เดินทางครั้งละหลายวัน (10-14 วัน)	เป็นนักเดินทาง (traveler) ที่ออกเดินทางเพื่อสำรวจและเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมเกี่ยวกับดินแดนที่ไปเยือนอย่างลึกซึ้งและจริงจัง ไม่ใช่เพียงแวะเวียนไปอย่างฉาบฉวย

4) การต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว

กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไม่ว่าจะมียุเท่าไร มีประสบการณ์ในการออกเดินทางท่องเที่ยวมาแล้วก็ประเทศ ทุกคนก็ยังมีรู้สึกว่า เป็นหน้าที่อันจะขาดเสียมิได้ ที่จะต้องทำการบอกกล่าวเพื่อขออนุญาตคนในครอบครัวเมื่อจะออกเดินทางท่องเที่ยว หากเป็นลูกสาว ก็จะต้องแจ้งแก่พ่อแม่ หากเป็นคนรักหรือภรรยาที่ต้องแจ้งแก่คู่รักหรือสามี และหากเป็นแม่ก็ต้องแจ้งแก่ลูก ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องคติเกี่ยวกับพื้นที่และเวลาระหว่างเพศหญิงและเพศชายในสังคมไทยที่นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2530) ได้เสนอเอาไว้ว่า หญิงและชายอาจอยู่ร่วมกันในพื้นที่แนบรนาบซึ่งหมายถึง พื้นที่ในระดับเดียวกันได้ แต่ไม่อาจอยู่ร่วมกันในพื้นที่แนวตั้ง ซึ่งวางระดับชั้นของพื้นที่ทั้งระดับต่ำ ระดับกลาง และระดับสูง การที่ผู้หญิงจะล่วงล้ำเข้าสู่พื้นที่อื่นนอกบ้าน ผู้หญิงจึงมีความรู้สึก

ว่าจะต้องขออนุญาต หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ชายในครอบครัว ก็จะมีสิทธิ์ว่าไม่ควรจะฝ่าฝืนหรือตั้ง
 ดันที่จะออกไป

แต่กลุ่มตัวอย่างบางคน ก็เลือกที่จะใช้วิธีขัดขึ้นด้วยการใช้อัตลักษณ์ของการเป็นหัวหน้า
 ครอบครัว ผู้หารายได้หลักของบ้าน (breadwinner) ซึ่งจะเป็นในลักษณะของการแจ้งเพื่อทราบ
 เท่านั้นว่าจะออกเดินทางท่องเที่ยว หรือนิยามตัวเองเข้ากับความเป็นผู้ชาย แสดงการขัดขึ้นด้วยการ
 ดึงดันที่จะไปโดยไม่สนใจ แสดงออกถึงความเด็ดเดี่ยว มุ่งมั่น ต้องการอย่างไม่ลดละ ครอบครัวก็ยอมที่
 จะปล่อยให้ไปเที่ยวไปเองเพราะรู้ว่าอย่างไรก็ห้ามไม่ได้ หรือต่อรอง (negotiate) โดยการแสดงให้เห็น
 เห็นว่าสามารถเอาตัวรอดจากปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง จนครอบครัวคลายความวิตกกังวลลง และ
 ยอมให้ออกเดินทางท่องเที่ยวได้ตามใจในที่สุด และสุดท้ายการต่อรองอัตลักษณ์ด้วยการรับปากที่จะ
 คอยติดต่อสื่อสารแจ้งข่าวคราวการเคลื่อนไหวให้ทราบตลอดการเดินทางว่ายังอยู่รอดปลอดภัย ไม่ได้
 เกิดปัญหาหรืออันตรายใดๆ ให้ต้องเป็นห่วง ครอบครัวจึงยอมที่จะให้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้

กลุ่มเป้าหมายอีกจำนวนไม่น้อยที่ใช้วิธีการแอบไปแล้วจึงกลับมาแจ้งกับครอบครัวให้ทราบใน
 ภายหลัง เพื่อหลีกเลี่ยงการทะเลาะโต้เถียงกับพ่อแม่ ซึ่งรู้แน่แกใจว่าย่อมไม่อนุญาตให้ไป จึงเลือกวิธี
 ที่จะไม่เผชิญหน้ากับผู้มีอำนาจในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องการต่อต้านของ Scott
 (1985) ที่พูดถึงวิธีการขัดขึ้นต่อต้านที่คนเราทำในชีวิตประจำวัน มักจะประกอบด้วยวิธีการหลีกเลี่ยงการ
 เผชิญหน้ากับผู้ที่มีอำนาจให้ได้มากที่สุด และทำสิ่งที่ต้องการในพื้นที่ที่กึ่งส่วนตัวที่ห่างไกลจากการ
 สอดส่องของผู้มีอำนาจ

ก. การใช้ความเป็นผู้นำครอบครัวและค่านิยมตัวเองเข้ากับความเป็นชายในการขัดขึ้น อำนาจ

“เราเป็นคนซัพพอร์ตทางบ้าน เราเป็นหัวหน้าครอบครัว พ่อแม่ก็จะไม่ว่ายังไง ไปก็ไป เค้ก็
 คิดว่าเราโตแล้ว ทำงาน รับผิดชอบตัวเองแล้ว อยากไปไหนก็ไปเถอะ ดูแลตัวเองละกัน”
 (สัมภาษณ์, พต, 26 พฤศจิกายน 2558)

“บ้านพี่พี่เป็นใหญ่คะ เราเป็นพี่คนโต เป็นหัวหน้าครอบครัว ไม่มีใครว่าไรหรอก เพราะพี่หา
 เลี้ยง อย่างมากแม่ก็ว่า ระวังตัวด้วยนะลูก จบ” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“พ่อแม่ไม่ว่าอะไร ไม่ซีเรียส เพราะเค้าจะรู้อยู่แล้วว่าเราเป็นคนกล้า อย่างเที่ยวในประเทศ
 เราก็คือคนเดียว ตัดสินใจเอง ซื้อแพ็คเกจเอง หรือบางทีแพลนทริปเที่ยวให้ที่บ้าน เราก็คือ
 จัดการเอง ตัดสินใจเอง พ่อแม่ก็เลยมีสิทธิ์ว่า ไปเหอะ ไปแล้วโทรมาบอกละกัน ไม่มีใครกังวล

รีเคยอยู่ออสเตรเลียมาแล้ว เราเอาตัวรอดได้ สามีกี่ถาม จะไปเหรอ อันตรายรีเปล่า เราก็บอกเขาไปว่า ยังไงก็จะไป คิดดูสิ ตัวเครื่องบินฟรีไม่ได้ได้กันมาง่าย ๆ ฉันทันเป็นผู้โชคดี ถ้าไม่ได้ไปฉันทันจะเสียใจมัยยะ ค่าก็เจียบ จบ ไม่ได้แปลว่ายอมเหรอ แต่รู้ว่าเถียงไม่ได้ เพราะเค้ารู้อยู่แล้วว่าเราเป็นคนที่ดีตลนใจอะไรด้วยตัวเอง เพื่อน หรือรุ่นน้องที่แต่งงานแล้ว ก็จะอยู่กับบ้านจะทำอะไรก็ต้องขอแพนก่อน แต่เราไม่เป็น เราแค่แจ้งให้ทราบนะ กับที่บ้านเรายังไม่ขอเลยแค่เรียนเพื่อทราบ ไม่มีใครเคยห้าม เพราะเค้ารู้ว่าห้ามเราไม่ได้ ถ้าเราอยากทำ เราจะทำของเรา” (สัมภาษณ์, เซอรี, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนนั้นตุรก็ก็มีเหตุการณ์ความไม่สงบ แม่ก็ถามว่าจะไปจริงเหรอ แต่มันมีเว็บที่จะช่วยตรวจสอบพื้นที่ความปลอดภัย ว่าตรงไหนไปได้ ตรงไหนอย่าไป ก็พบว่าถ้าไม่ใช่ชายแดนซีเรียก็ไม่มีปัญหาอะไร ก็ไป 10 วัน พอบอกว่าจะไปพ่อแม่ก็ไม่ว่าอะไร ชินแล้ว แพนก็ไม่ว่าอะไร เพราะเค้าไม่ใช่คนไทย ผู้ชายไทยจะไม่ให้ไป แคไปหาเพื่อน ยังไม่ค่อยให้ไปเลย” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

ข. การขัดขืนอำนาจด้วยการแอบไปเที่ยวแล้วจึงแจ้งให้ทราบในภายหลัง

“ตอนนั้นที่บอกว่า จะไปลาวคนเดียว ไม่ได้บอกใครเลย พออยู่ที่โน่นแล้วค่อยโทรบอก ต้องบอกแม่ กลัวแม่ตกใจว่าหายไปไหน แต่ตอนนั้นพี่เช่าคอนโดอยู่เองแล้ว แม่ก็ไม่ได้ว่าอะไร ปกติในเมืองไทยก็ไปไหนมาไหนเองตลอด คิดว่าเค้าเลยไม่แปลกใจเท่าไร กับสามีมเหมือนเราบอกเค้าชัดเจนว่าเรารักความอิสระมาก แล้วเค้าเข้าใจดีคะ จะไปไหนก็ไปได้เลย” (สัมภาษณ์, แองจี, 20 เมษายน 2559)

“ตอนไปไม่ได้บอกพ่อแม่ เพราะคิดว่าถ้าบอกเค้าคงไม่ให้ไปแน่นอน เวลาไปเที่ยวคนเดียว จะบอกตอนกลับมาถึงเมืองไทยเรียบร้อยแล้ว พอกลับจากนิวซีแลนด์ก็ไปเที่ยวบาหลิ ไม่ได้มีเหตุผลอะไรเลยตอนนั้น คือเพิ่งรู้จัก airasia เพิ่งรู้จักว่ามันมีโปรตั๋วเครื่องบินราคาถูก ก็ซื้อเลย ที่บ้านก็บอกว่ามันไม่ได้ปลอดภัยนะ เราก็บอกเค้าว่าไม่เป็นไรเหรอ ดูแลตัวเองได้” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“พ่อแม่ก็หวง ทริไปคนเดียวครั้งแรกคือเวียดนาม 7 ปีที่แล้ว อาศัยค่อยโทรบอกที่บ้านตอนขึ้นเครื่อง เค้าก็ห้ามเราไม่ทัน เค้าก็เป็นห่วงคะ กลัวอันตรายนู่นนั่นนี่ ผู้หญิงไปคนเดียวได้ไง

ไปหลายคนพ่อแม่เค้าก็ห่วงอยู่ดี แต่แบบเราก็รอดมาตั้งหลายที เค้าก็เบาใจขึ้น แพนห้ามไม่ได้ละ พ่อแม้อย่างห้ามไม่ได้เลย เพราะเค้ารู้ว่าห้ามเราไม่ได้ เค้าเลยเปลี่ยนเป็นช่วยหาข้อมูลให้เราไปแทน” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

“ทีไปพ่อแม่ไม่รู้ ไม่ได้บอก เพราะเรามาอยู่กรุงเทพคนเดียวมาเกือบ 20 ปีแล้ว พ่อแม่แยกทางกัน พ่ออยู่ฉะเชิงเทรา แม่อยู่จันทบุรี พ่อเป็นข้าราชการในกระทรวง เชื่อว่าคนเราต้องทำงานมันคง แต่เราจะไปเที่ยวเลยลาออก เลยไม่บอกติกว่า เที่ยวพ่อเป็นห่วง” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

“เวลาไปเที่ยวจะไม่เคยบอกพ่อแม่ พ่อแม่จะเห็นเองเวลาโพสตีใน facebook เค้าเห็นเค้าก็จะมาบอกว่า ดูแลตัวเองนะ เริ่มชิน รู้ว่าเราดูแลตัวเองได้ ก็จะไม่ได้เป็นห่วงอะไรเรามาก ป้าถามว่าไปกับใคร เราก็โกหกว่าไปกับเพื่อน เพราะรู้ว่าถ้าบอกตรงๆ เค้าก็ไม่ให้ไป เที่ยวในไทยคนเดียวยังไม่ให้ไปเลย มาบอกพี่สาวตอนที่พี่ไปรับที่สนามบินขากลับนี้เอง ว่าไปคนเดียว เค้าก็ตกใจว่าทำไมกล้าไป อีกหน่อยก็คงเริ่มบอกพ่อแม่แล้วว่า จะไปเที่ยวคนเดียว ก็ค่อยๆ เผยไปที่ละอย่าง อย่างรอยสักนี้เค้าก็เพิ่งรู้ เค้าก็ทำอะไรไม่ได้เพราะสักไปแล้ว เราก็อธิบายไปกับเค้าว่า เราชอบ เป็นความชอบ ไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไรเลย แต่ผู้ใหญ่ก็จะมองว่ามันเป็นของไม่ดี เราไม่อยากให้เค้าห่วงด้วยแหละ เลยไม่บอก” (ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“เวลาไปเที่ยวคนเดียวจะไม่บอกที่บ้าน ไม่บอกใคร เพราะถ้าบอกเค้าก็ไม่ให้ไป ทุกวันนี้เค้าก็ยังไม่รู้ว่าไปเที่ยวคนเดียว เพราะเราไม่อยากให้เค้าเป็นห่วง ยังไงเค้าก็มองเราเป็นเด็ก สู้ไม่บอกติกว่า”(สัมภาษณ์, พีโอ, 2 ธันวาคม 2558)

ค. การต่อรองอำนาจด้วยการเจรจาด้วยเหตุผลและแสดงให้เห็นว่าสามารถเอาตัวรอดได้

“คุณพ่อนี้ ไม่ว่าจะไรเลยละ ถ้าแม่แค่เรื่องเตรียมตัว ส่วนแม่ ขานั่นกังวลนิดนึงละ แต่ก็บอกให้เตรียมตัวดีๆ โดยเฉพาะเรื่องการติดต่อ ถึงไหน ให้ส่งข่าว แต่ก็ไม่ห้าม แม่คิดว่าเอาตัวได้ละ ไม่มีอะไรน่าห่วง” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“สามีทำงานอยู่ต่างจังหวัด เราก็เข้ามาอยู่กรุงเทพกับลูก เราก็เลยเป็นคนที่ดีตัดสินใจทำอะไรเองมาตลอด ก็บอกลูกว่า เที่ยวแม่จะไปพ่มานะ เขาก็ไม่ว่ายังไง เพราะเขาคิดว่าเราดูแลตัวเองได้” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

“แม่ยอมให้ไป คิดว่าแม่คงอยากให้เราเก่ง เพราะแม่จะปล่อยให้เรตัดสินใจเองตั้งแต่เด็ก ให้เราคิดเอง และคอยแนะนำ ให้ความเห็น เราก็จะต่อรอง คุยกับแม่ พบกันครึ่งทาง” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

“ก็มีเป็นห่วงบ้าง เพราะเราชอบไปประเทศที่คนอื่นไม่ค่อยไปกัน แต่หลังๆ มากก็เริ่มไว้ใจให้ไปได้แบบไม่กังวลค่ะ เราก็พยายามพิสูจน์ให้เห็นว่าเราเดินทางเองคนเดียวได้ พอเค้าเห็นว่าไปแล้วรอดกลับมาไม่ได้ว่าอะไรค่ะ” (สัมภาษณ์, พีฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

ง. การต่อรองอำนาจด้วยการคอยติดต่อสื่อสารให้รู้ความคืบหน้าในการเดินทางโดยตลอด

“ก่อนหน้านั้นเคยไปโปแลนด์ ไปหาแฟน ตอนแรกพ่อแม่ก็ไม่ให้ไป เพราะคิดว่าเป็นประเทศที่ไม่ค่อยเจริญ คนไทยไม่ค่อยเที่ยว ก็บอกสัญญาว่าจะอัปเดตความเคลื่อนไหวให้ทุกวัน ออกจากสนามบินแล้วนะ กำลังนั่งรถไปนะ สโก๊ปคุยว่าเราอยู่ที่นั่นแล้วนะ” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“ระหว่างเที่ยวก็ติดต่อ โพสต์รูปตลอด ให้เค้ารู้ว่าเราโอเค เพราะถ้าเค้าห้ามยังไงก็ห้ามไม่ได้ อยู่แล้ว ที่บ้านจะให้ติดต่อกันทุกครั้งที่มีเน็ต เพราะเวลาเที่ยวจะไม่ซื้อซิมของประเทศนั้นเลย จะทำอะไรก็ให้ระมัดระวังตัว” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“ไปถึงปุ๊บก็หาซิมการ์ดก่อน เพราะถ้าเกิดอะไรขึ้นแล้วไม่มีโทรศัพท์ เราจะติดต่อคนอื่นยังไง ก็ซื้อ เปิดใช้ โทรบอกที่บ้านว่าถึงแล้วนะ ไม่ต้องเป็นห่วง กำลังจะนั่งรถไปที่พักแบบมีพัฒนาการ ตอนแรกไม่บอก ตอนหลังบอกและไปด้วย” (สัมภาษณ์, เซอรี, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีสถานะและอำนาจในการต่อรองในครอบครัวแตกต่างกัน ซึ่งทำให้การต้องมีการสื่อสารเพื่อตกลงและต่อรองกับครอบครัวในการขออนุญาตเพื่อออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะเป็นผู้นำครอบครัวหรือหัวหน้าครอบครัว เนื่องจากเป็นครอบครัวที่ปราศจากบิดาหรือพี่น้องผู้ชายนั้น กลุ่มตัวอย่างนี้จะแสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในครอบครัว จึงไม่จำเป็นต้องมีการขอความเห็นชอบจากสมาชิกในครอบครัวเมื่อต้องการท่องเที่ยวตามลำพัง แต่เป็นการบอกกล่าวหรือแจ้งให้รับรู้ไว้เพียงเท่านั้น

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการเลี้ยงดูในครอบครัวที่พ่อแม่ให้การดูแลผู้เป็นลูกสาวค่อนข้างใกล้ชิดและมักไม่ค่อยอนุญาตให้เดินทางไปไหนมาไหนคนเดียวนั้น กลุ่มตัวอย่างจะต้องใช้การต่อรองในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแอบเดินทางไปก่อน แล้วจึงค่อยแจ้งให้ทราบในภายหลัง แสดงถึงความเป็นคนตื้อตึง มุ่งมั่นจะทำในสิ่งที่ต้องการ ถึงไม่อนุญาตให้ไปก็ยังคงจะแอบไปให้ได้ยู่ดีนั่นเอง กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้มักเป็นผู้หญิงที่เรียนจบและทำงาน มีรายได้เป็นของตัวเองแล้ว

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะทางอำนาจในครอบครัวต่ำ เช่น ลูกสาวที่อายุยังน้อยหรือยังอยู่ในวัยเรียน หรือถูกเลี้ยงดูมาในครอบครัวที่เข้มงวดเรื่องความปลอดภัยสำหรับลูกสาว ในกรณีนี้ กลุ่มตัวอย่างจะต้องใช้เหตุผลหรือทักษะอื่นในการต่อรองเพื่อให้ได้ไปท่องเที่ยวตามลำพัง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงทักษะการเอาตัวรอด สามารถดูแลตัวเองได้ หรือมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถรายงานความเคลื่อนไหวในการเดินทางให้ครอบครัวทราบได้โดยตลอด กลุ่มตัวอย่างนี้จะมีอัตลักษณ์ของความเป็นลูกสาวที่อยู่ในโอวาท ไม่ใช่วิธีตื้อตึงทำตามใจ แต่จะพยายามหาเหตุผลสนับสนุนเพื่อให้ครอบครัวอนุญาตแทน

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารภายในตัวเองเพื่อคิดทบทวนถึงสถานะของตัวเองในครอบครัวว่ามีอำนาจการต่อรองอยู่ในระดับใด และจะต้องใช้วิธีใดในการเจรจาเพื่อให้ได้รับอนุญาตในการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง อันนำมาซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่การสื่อสารระหว่างกลุ่มตัวอย่างและครอบครัว ในการเจรจาทกลงกันถึงเงื่อนไขที่จะทำให้อนุญาตให้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ของแต่ละครอบครัว บ้างก็เป็นการแสดงเหตุผลให้เห็นถึงทักษะในการเอาตัวรอดจากสถานการณ์ต่างๆ หรือการตกลงยินยอมที่จะคอยรายงานความคืบหน้าในการเดินทางให้ทราบเป็นระยะ ไม่ขาดการติดต่อไปจนทำให้ครอบครัวเกิดความเป็นห่วง

ตารางที่ 4.6 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดการต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว

การต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว	การสื่อสารอัตลักษณ์
การใช้ความเป็นผู้นำครอบครัวและการนิยามตัวเองเข้ากับความเป็นชายในการขัดขืนอำนาจ	เป็นผู้นำครอบครัว สามารถตัดสินใจทำสิ่งต่างๆ ที่ตัวเองต้องการได้ โดยไม่ต้องขอความเห็นชอบจากใคร
การขัดขืนอำนาจด้วยการแอบไปเที่ยวแล้วจึงแจ้งให้ทราบในภายหลัง	เป็นผู้มีความมุ่งมั่นตั้งใจในสิ่งที่ต้องการทำ แต่ไม่ชอบการเจรจาต่อรองหรือโต้เถียง จึงใช้วิธีแอบไปก่อนแล้วจึงค่อยบอกทีหลัง เพื่อ

	หลีกเลี่ยงการปะทะกับผู้ปกครองหรือผู้มีอำนาจของครอบครัว เป็นรูปแบบการต่อรองอย่างหนึ่ง
การต่อรองอำนาจด้วยการเจรจาด้วยเหตุผล และแสดงให้เห็นว่าสามารถเอาตัวรอดได้	ต่อรองด้วยการหยิบยกอัตลักษณ์อื่นขึ้นมาช่วยลดความวิตกกังวลของผู้ปกครอง ความรู้ทันคน ความไม่ประมาทเล็กน้อย ความฉลาด ความสามารถด้านภาษา
การต่อรองอำนาจด้วยการคอยติดต่อสื่อสารให้รู้ความคืบหน้าในการเดินทางโดยตลอด	ใช้การติดต่อสื่อสารมาเป็นเครื่องต่อรอง โดยรายงานให้ครอบครัวรับรู้ถึงสวัสดิภาพความปลอดภัยในการเดินทาง เพื่อให้ครอบครัวคลายความเป็นห่วงกังวล ยินดีที่จะทำตามความต้องการของครอบครัว เพื่อให้ทุกคนสบายใจ

2.2 พฤติกรรม การสื่อสารอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารในช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

1) เน้นความปลอดภัย

นักเดินทางที่เป็นผู้หญิงมีความรู้สึกรับรู้ถึงเพศสรีระของตัวเองว่ามีความอ่อนแอกว่า ถูกคุกคามได้ง่ายกว่า และเป็นเป้าของการทำร้ายหรือเอาเปรียบได้ง่ายกว่านักเดินทางที่เป็นผู้ชาย เรื่องเหล่านี้เป็นความรู้สามัญสำนึก (Commonsense Knowledge) ตามแนวคิดของ Alfred Schutz ซึ่งทำให้ผู้หญิงมีความระแวงระวังถึงอันตรายและวิธีที่จะหลีกเลี่ยงสิ่งต่างๆ เหล่านั้น ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังล้วนรู้ว่าควรจะมีควมระมัดระวังตัวมากกว่าปกติ และมีการสร้างกฎความปลอดภัยของตัวเองขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีความเข้าใจเพศภาวะหรือเพศทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยเงื่อนไขทางสังคมหรือวัฒนธรรมที่ตัวเองเข้าไปเยือนด้วยว่า ผู้หญิงในสังคมนั้นมีบทบาทกรอบการปฏิบัติตัวอย่างไร สามารถที่จะทำอะไรได้ หรือไม่ได้ และพยายามทำตัวเองให้กลมกลืนไปกับเพศภาวะของผู้หญิงในสังคมนั้น ประเด็นความปลอดภัยที่กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จะให้ความสำคัญได้แก่

ก.ที่พัก ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเน้นความปลอดภัยของที่พักเป็นพิเศษ โดยจะเลือกที่พักจากการค้นหาข้อมูลออนไลน์ อ่านรีวิวที่พักที่ผู้เข้าพักคนก่อนเขียนติชมเกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของโรงแรมหรือหอพักเหล่านั้น ค้นหาข้อมูลการเดินทางไปยังที่พัก ตำแหน่งที่ตั้งของที่พักตั้งอยู่

กลางเมืองหรือนอกเขตเมือง ความสะดวกในการเดินทางมีมาน้อยเพียงไร ความพลุกพล่านจอแจ แม้จะไม่ต้องการที่พักรู้ที่อยู่ในย่านซึ่งค่อนข้างเปลี่ยวและห่างไกลผู้คน แต่เสียงดังจากความพลุกพล่านจอแจก็ทำให้ที่พักแห่งนั้นไม่พึงประสงค์ด้วยเช่นกัน โดยรวมแล้วจะพิจารณา 3 ปัจจัยสำคัญคือ มีราคาสมเหตุสมผล ความสะอาด และความปลอดภัย

รูปแบบของที่พักก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณา เนื่องด้วยการเข้าพักโรงแรมหรือรีสอร์ทขนาดใหญ่ที่มีห้องพักได้มาตรฐานและบริการเต็มรูปแบบนั้นมีราคาสูง และเป็นภาระสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากหากต้องเข้าพักเป็นเวลาหลายคืน ซึ่งรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังนั้น เน้นการท่องเที่ยวครั้งละนานหลายวัน การสรรหาที่พักที่มีราคาประหยัดจะช่วยให้งบประมาณการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไป ผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังส่วนมากเลือกเข้าพักในโฮสเทล หอพัก Bed & Breakfast หรือโรงแรมขนาดเล็กที่เน้นให้บริการนักท่องเที่ยวแบบแบกเป้ โดยเฉพาะห้องพักที่มีราคาถูกที่สุดคือหอพักรวมซึ่งมีขนาดแตกต่างกันไปตั้งแต่ 4 – 12 เตียงหรืออาจมากกว่านั้น ค่าบริการหอพักประเภทนี้มีราคาถูกมากเพียงหลักร้อยบาท และมีให้บริการทั้งรูปแบบหอพักชาย หอพักหญิง และหอพักรวม (mixed dorm) ซึ่งหอพักประเภทหลังที่เปิดให้บริการสำหรับทั้งนักเดินทางผู้หญิงและผู้ชายมาพักอาศัยร่วมกันได้ เป็นรูปแบบห้องพักสุดท้ายที่กลุ่มนักเดินทางผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังจะเลือก ด้วยเป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่ผู้หญิงไทยไม่คุ้นเคย นอกจากรู้สึกขัดใจแล้ว ยังรู้สึกไม่ปลอดภัยที่ผู้ชายแปลกหน้าจะสามารถเข้าถึงตัวได้โดยง่ายอีกด้วย อย่างไรก็ตาม หากไม่มีที่พักรูปแบบอื่นเหลือให้เลือกใช้บริการ ก็สามารถเข้าพักในหอพักรวมนี้ได้เช่นกัน แต่ต้องเพิ่มความระมัดระวังในสวัสดิภาพและทรัพย์สินมากขึ้นเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างยังได้พูดถึงข้อดีของการเข้าพักในห้องพักประเภทหอพักแบบหลายเตียงนอน เช่นนี้ว่า เป็นการเปิดโอกาสตัวเองให้ได้รู้จักพูดคุยกับเพื่อนนักเดินทางจากชาติอื่นๆ ซึ่งทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลการเดินทาง ได้รับคำแนะนำ และเรียนรู้ความคิดเห็นของนักเดินทางผู้หญิงจากประเทศอื่นๆ รวมถึงยังเป็นโอกาสที่จะได้ฝึกทักษะทางภาษา ซึ่งทำให้การเข้าพักในที่พักประเภทหอพักเช่นนี้ กลายเป็นความนิยมของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางตามลำพัง

ส่วนที่พักอีกประเภทที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันอย่าง air bnb และ couch surfing ซึ่งเป็นที่พักในลักษณะที่เจ้าของบ้านนำห้องพักในบ้านมาเปิดให้บริการพักรวมนั้น กลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสเคยได้ลองใช้บริการกล่าวว่า ในแง่ของความปลอดภัยและการให้บริการอย่างเป็นระบบแล้ว ยังไม่น่าไว้วางใจกับโรงแรมหรือหอพักที่จัดทำให้รูปแบบธุรกิจเต็มตัว แต่ข้อดีที่น่าสนใจคือมีราคาถูก และเป็นโอกาสที่จะได้สัมผัสวิถีชีวิตและรูปแบบความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นในประเทศนั้นได้อย่างแท้จริง เพราะเป็นเหมือนการเข้าไปพักอาศัยในบ้านของคนในท้องถิ่นนั้นๆ นั่นเอง

“เลือกโลเคชั่นก่อน เอาที่ไม่ไกล ปลอดภัย ส่วนใหญ่เป็น bnb hostel อย่างปารีส ย่านมง มาร์ตใกล้รถไฟ ถูก แต่อันตราย โบกีย่อมจ่ายแพงหน่อย คือไม่ได้เน้นถูกตลอด ยิ่งงี้ก็ต้อง ปลอดภัยก่อน” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ที่พักจะตรวจสอบดูจากเว็บ tripadvisor ว่าเป็นยังไง คือราคาถูกได้ แต่ต้องปลอดภัย คือ ต้องคู่กันทั้งราคาและความปลอดภัย แต่ที่ไอซ์แลนด์ นี่ที่พักแพงมากกกก คีนึง 4-5,000 บาท ก็เลยตัดสินใจนอนเต็นท์ แต่ที่นั่นจะปลอดภัยมันเป็น camp site จ่ายตั้งค์เข้าไป มีคน ดูแล ไม่ใช่อยู่ๆ ไปปักตรงไหนก็ได้ แต่ประเทศเค้าก็ปลอดภัยด้วยแหละ” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“ที่พักเราจะมีทั้งแบบห้องแยกและห้องรวม การเที่ยวคนเดียวสำหรับฝรั่งเป็นเรื่องปกติ เรา จะเจอตลอด ก็ได้คุยกัน ก็แลกเปลี่ยนข้อมูล มีประโยชน์มาก เค้าก็เล่าเค้าเพิ่งมาจากฮาลอง เบย์ เราก็กำลังจะไปฮาลองเบย์ ก็ได้ข้อมูลจากเค้า” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

“การพบปะทำความรู้จักกับผู้อื่นหรือไม่ เป็นคนท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวด้วยกัน สิ่งนี้เป็น ส่วนหนึ่งของการเดินทางเลยคะ เพราะเวลาไปเที่ยวจะเลือกพักที่โฮสเทล ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้ เจอนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องการเดินทางหรือเรื่องอื่นๆ บางคน ก็ยังติดต่อกันจนทุกวันนี้ รู้สึกว่าเราได้เรียนรู้วัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกับคนต่างชาติไปในตัว ชอบพูดคุยกับทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเลยคะ เพราะได้ความรู้อะไรใหม่ๆ เสมอ” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“ถ้านอนห้องเดี่ยวมันจะราคาสูง ถ้า Mixed Dorm จะต้องมีเพื่อนไปด้วย แต่ไปคนเดียว จะต้องเป็นหอหญิงเท่านั้น เพราะถ้าไปนอนหอรวมแล้วมีเราเป็นผู้หญิงคนเดียวมันไม่โอเค ฝรั่งอาจจะไม่คิดกัน แต่เรายังรู้สึกว่ามันไม่โอเคอยู่” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

นอกจากเรื่องความปลอดภัยและราคาที่เหมาะสมคุ้มค่าแล้ว กลุ่มเป้าหมายบางคนก็ใช้การ เลือกที่พักเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของควมมีรสนิยม (taste) โดยที่ที่พักนั้นจะต้องเป็นตัวแทนความ เป็นท้องถิ่นของเมืองที่เดินทางไปท่องเที่ยว โดยอาจจะเป็นสถาปัตยกรรม การตกแต่ง หรือสถานที่ตั้ง ก็ได้

“สมัยก่อนค่ากินจะเยอะกว่าค่าที่พักค่ะ เพราะที่พักเราหาเกสเฮาส์ไม่แพง สมัยก่อนนะคะ สมัยนี้ที่พักแพงกว่าค่ากินค่ะ เพราะอายุมากขึ้น เริ่มเลือกที่นอนมากขึ้น เลือกที่แพงขึ้น ที่พักที่เราเลือกหนึ่งต้องไม่แพงมาก เอากกลางๆ ต้องมีคาเรคเตอร์ อันนี้ให้ความสำคัญมากเกือบเท่าราคา ต้องอยู่แล้ว รู้สึกฮิป เก่ เข้ากับท้องถิ่น แต่ไม่เก๋า แพงหน่อยแต่ยอมจ่าย นอกจากนี้ก็ไม่ดูอะไรแล้ว ไกลออกมาหน่อยฉันก็จะดันดันไป” (สัมภาษณ์, ชาเตีย, 20 พฤศจิกายน 2558)



ภาพที่ 4.1 ภาพที่พักในประเทศโบลิเวียและโมร็อกโค อันสะท้อนให้เห็นสีสันและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ข. ไม่นำตัวเองไปอยู่ในสภาวะเสี่ยงภัย

การดูแลสวัสดิภาพความปลอดภัยในการเดินทางตามลำพัง กลุ่มตัวอย่างทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า การป้องกันเอาไว้ก่อนเป็นวิธีที่ดีที่สุด เพราะง่ายกว่าการแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาขึ้นจริงๆ หากไม่ป้องกันและพาตัวเองไปตกอยู่ในสถานการณ์ที่เสี่ยงภัย ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจไม่ใช่เพียงแค่กับทรัพย์สิน แต่เป็นการโดนทำร้ายร่างกายและอาจถึงแก่ชีวิตด้วย นักเดินทางผู้หญิงส่วนใหญ่จะมีกฎความปลอดภัยในการท่องเที่ยวตามลำพังไม่แตกต่างกันมากนัก ข้อสังเกตหนึ่งที่ผู้วิจัยค้นพบคือนักเดินทางที่เป็นผู้หญิงไทยหรือผู้หญิงเอเชีย จะให้ความสำคัญระมัดระวังในเรื่องของการกายแต่งให้รัดกุมและหลีกเลี่ยงการเปิดเผยเนื้อตัว เพื่อที่จะได้ไม่ต้องถูกจ้องมอง (gazing) จากคนท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยวด้วยกัน ด้วยเพศภาวะของผู้หญิงเอเชียที่ได้รับการบ่มเพาะถึงความไม่เหมาะสมในการเปิดเผยเนื้อตัวเมื่อออกสู่พื้นที่นอกบ้าน ซึ่งเป็นพื้นที่อันตราย ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงจากโลก

ตะวันตกเลือกที่จะแต่งกายตามสภาพอากาศ หากเป็นประเทศที่มีอากาศร้อน ก็จะสวมใส่เสื้อผ้าที่บาง และเผยเนื้อตัวเพื่อให้เย็นสบาย

การท่องเที่ยวตามลำพังจะต้องมีสติสัมปชัญญะและคอยระมัดระวังตัวเสมอ ไม่ว่าจะเดินอยู่ในย่านที่มีคนพลุกพล่านหรือมีนักท่องเที่ยวมากแค่ไหน เพราะมีอาชญากรรมสามารถเข้าถึงตัวเพื่อฉกชิงทรัพย์สินเมื่อนักเดินทางประมาทเลินเล่อได้ตลอดเวลา ซึ่งในจุดนี้กลุ่มเป้าหมายให้คำแนะนำว่า ควรทำตัวให้กลมกลืนกับคนท้องถิ่นให้มากที่สุด อย่าพยายามแสดงออกว่าตัวเองเป็นนักท่องเที่ยวหรือคนต่างถิ่น และไม่เปิดเผยให้เห็นเงินหรือของมีค่าที่พกติดตัวมา เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน เครื่องประดับเงินปิกใหญ่ กล้องถ่ายรูปราคาแพง เป็นต้น

อีกทั้งการใช้พาหนะในการเดินทางที่ต้องใช้การเหมารถหรือเดินทางไปกับคนขับรถรับจ้างเพียงลำพัง ก็เป็นสิ่งที่นักเดินทางผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังหลีกเลี่ยง เพราะเป็นการนำตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานที่ปิดกับผู้ชายแปลกหน้าเพียงลำพัง และไม่มีใครช่วยเหลืออะไรได้หากเกิดเหตุร้ายขึ้น

การหลีกเลี่ยงที่จะได้รับบาดเจ็บทางร่างกายจากการทำกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นความปลอดภัยที่ต้องให้ความสำคัญ กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการทำกิจกรรมหลายอย่าง แม้ว่าจะเสียโอกาสที่จะได้สัมผัสประสบการณ์มากเพียงไร แต่หากเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้ได้รับบาดเจ็บ ล้มป่วยจนส่งผลให้มีปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว ก็เลือกที่จะไม่ทำดีกว่า

และสิ่งสำคัญที่สุดคือการรู้จักพื้นที่และเวลาที่ควรอยู่นอกที่พัก นักท่องเที่ยวผู้หญิงจะต้องใช้ทั้งข้อมูลที่ค้นหาและสัญชาตญาณในการที่จะต้องรู้ว่า ในเมืองที่เดินทางไปท่องเที่ยวนี้ พื้นที่ใดและในช่วงเวลาใด ที่ไม่ควรจะเอาตัวเองเข้าไปอยู่ที่นั่นเพราะจะทำให้ตกอยู่ในความเสี่ยงที่จะเกิดอันตราย บางเมืองในประเทศตะวันตกที่มีความปลอดภัยสูง นักท่องเที่ยวอาจเดินเล่นชมเมืองได้จนถึงดึกดื่น แต่ในบางเมืองก็ควรกลับเข้าที่พักก่อนฟ้ามืด ย่านบางย่านในแต่ละเมืองก็มีความปลอดภัยไม่เท่ากัน นักท่องเที่ยวผู้หญิงจะต้องเตรียมค้นหาข้อมูล สอบถามจากพนักงานในที่พักหรือคนท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวด้วยกัน ประกอบกับการใช้สัญชาตญาณของตัวเองในตัดสินใจ

“รู้จะรู้ว่าจะทำยังไงให้คนไม่รู้ที่เราเป็นนักท่องเที่ยว จะทำตัวให้ดูไม่ใช่นักท่องเที่ยว เพราะมันทำให้เราปลอดภัยมากกว่า บางคนทำตัวโดดเด่นมากเกินไปว่าเป็นนักท่องเที่ยว ก็จะมีโดนล้วงกระเป๋า แต่อย่างนี้ไม่มีอะไรเลย เดินกลับหอพักคนเดียวตอนกลางคืนก็ไม่มีคนมายุ่ง ไม่มีใครมาอะไรกับเรา เวลาดูแผนที่ก็จะไม่มาทางดูใหญ่โต จะพับเล็กๆ ที่เหลือก็จะอาศัยดูในโทรศัพท์ เดินอย่างมั่นใจ เหมือนรู้ว่าเรากำลังไปไหน อย่าทำล่อแลก แงะแงะ ถ้าจะถ่ายรูปก็ถ่ายเฉพาะจุดที่เขาถ่ายกัน” (สัมภาษณ์, เซอร์รี่, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“อย่าเอาตัวเองไปอยู่ในสถานการณ์เสี่ยง อยู่ในที่สว่าง คนพลุกพล่าน เซฟตัวเอง ถ้าเจออะไรหรือใครไม่ชอบมาพากลก็ต้องรีบเอาตัวเองออกมา ไม่ใช่มีว่แต่ก้มหน้าก้มตาเล่นโทรศัพท์ของมีค่า กล้อง สมาร์ทโฟนต้องเก็บให้พ้นสายตา แต่งตัวธรรมดาไม่ให้สะดุดตา ทำตัวไม่ให้เป็นที่สนใจ” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

“ให้เชื่อเซนส์ของตัวเองเป็นอันดับแรกเลยคะ ต้องมีสติตลอดเวลา ห้ามออกไปไหนตอนกลางคืนคนเดียว คือหกโมงเย็นแล้วเราจะกลับห้องเลย ห้ามดื่มแอลกอฮอล์จนเมาเด็ดขาด” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“สิ่งที่กลัวที่สุดตอนเที่ยวคนเดียวคือเงินหาย กลัว คิดแต่ว่าต้องไม่หาย ฮ่าๆ อันดับที่สองคือ คนทำร้ายข่มขืน เราจะไม่เดินทางข้ามเมืองกลางคืน กลับที่พักหัวค่ำ ไม่ไปผับที่โอเคจร อันนี้สำคัญมากคะ ไม่แต่งตัวล่อแหลมคะ ผู้ชายพวกนี้เค้าคิดว่านักท่องเที่ยวผู้หญิงคนเดียวนี้มาหาผู้ชาย เราต้องไม่ให้เค้าคิดคะ สุดท้ายคือ กลัวป่วย บาดเจ็บ ก็จะไม่ทำกิจกรรมเสี่ยงคะ เช่น สก๊ิตทะเลทรายในเปรู อยากเล่นก็ไม่เล่นคะ กลัวพลาด แล้วก็ไม่ได้เปิดโอกาสพาหนะที่ใช้ก็สามล้อ กระโดดลงได้ เรียกให้คนช่วยได้ ไม่ไปแท็กซี่มีประตูล็อก เหมาะเป็นชั่วโมงไป อยากไปไหนก็บอก” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“ถ้าเป็นที่ที่ต้องเหมารถไป หรือต้องไปคนเดียว ไกลๆ จะไม่ไป ตอนไปเวียดนาม ที่ซาปามีน้ำตก ห่างออกไป 10 กิโลเมตร ต้องเหมารถ เราก็ไม่ไป เพราะคิดว่ามันเสี่ยงเกินไป ที่พม่าอาหารการกินจะหาลำบาก เพราะชาวบ้านจะทำอาหารทานเอง อาหารนอกบ้านหาทานลำบาก เราก็จะทานซาร้อนกับขนม หรือไม่ก็กล้วย แต่ถ้าอาหารไม่มีอะไรปิด คลุม ดูแล้วไม่สะอาด เราก็จะไม่ทาน กลัวท้องเสีย ยิ่งงี้ก็ต้องปลอดภัยไว้ก่อน เรื่องเจ็บป่วยกลางทาง เราระวังตัวอยู่แล้ว บางคนถามว่ากลัวหกล้มมัย ก็กลัว เราก็ต้องระวัง อันจะไปปีนป่าย หรือเสี่ยงบาดเจ็บ เราก็จะเลี่ยง ไม่ทำ สภาพเราไม่ตั้งใจให้เจ็บป่วย ไม่มีสมบัติอะไร เหมือนคนแก่เดินเที่ยว ไม่แต่งตัวสะดุดตา เงินก็จะพกไปเฉพาะที่จะนำไปใช้สำหรับแต่ละวัน เวลาหยิบออกมามันก็ไม่ล่อตา” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“เวลาไปเที่ยวคนเดียว เราก็รู้ตัวนะว่าเราเป็นผู้หญิง ความปลอดภัยมันก็จะต่างจากผู้ชายแน่ๆ อยู่แล้ว เราก็จะค่อนข้างระวังตัว ปกติเราเป็นคนตี๋ แต่ถ้าไปเที่ยวคนเดียวก็จะไม่

ออกไปไหนตอนกลางคืน จะไปไหนก็ต้องสำรวจเส้นทางก่อนว่ามันเปลี่ยวหรือเปล่า ค่อนข้างเซฟตัวเอง ตอนไปเที่ยวฟิลิปปินส์ ก็มีการตีกันในที่พัก พนักงานก็มาชวนดื่ม พอดื่มไปดื่มมาเค้าก็มาถามว่าไปนอนที่ห้องเธอได้มั๊ย แต่ตอนนั้นเราก็เป็นมิตรกับพนักงานทุกอย่างเท่าเทียมกัน เพราะคิดว่า อย่างน้อยผูกมิตรไว้ ถ้ามีอะไรเกิดขึ้น เค้าน่าจะช่วยเราได้ เราก็ต้องดูทางหนีทีไล่เอาไว้ เราไม่ได้มองโลกในแง่ร้าย แต่เราก็เตรียมพร้อมที่จะรับมือกับทุกอย่างมากกว่า” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“ค่อนข้างจะกล้านะ ไม่ค่อยมีลิมิตเท่าไร เพราะสิ่งร้ายแรงที่เกิดขึ้นจะมีได้สักกี่อย่าง หนึ่งโดนปล้น เราก็ไม่ได้พกทรัพย์สินอะไรติดตัวมากอยู่แล้ว อย่างมากก็ไอโฟน เพราะเราก็ไม่มีอย่างอื่นเลย เรื่องโดนล้วงละเมิดทางเพศ สิ่งสำคัญในการไปเที่ยวก็คือต้องพกถุงยาง เราก็มีวิธีป้องกันของเราถ้ามันจะเกิดขึ้น สุดท้ายคือโดนฆ่า ซึ่งมันจะเกิดจากไอ้สองอย่างแรกนี้แหละถ้าเราชัดเจน มันก็อยู่ที่เราจะเจรจากับเค้ายังไง คนเราจะมีเซนส์อยู่ในระดับหนึ่งอยู่แล้วในการระวังตัว เราจะรู้อยู่แล้วว่าคนนี่มันคิดยังไงกับเรา มันไม่ได้ดูยากขนาดนั้น เพราะฉะนั้นเราก็ต้องเตรียมตัวรับมือในระดับหนึ่ง ทุกอย่างเสียงหมดในโลกใบนี้ อยู่ที่เราแล้วว่าจะทำยังไง อย่าพาตัวเองไปในที่ที่อันตราย อย่าพาตัวเองไปในที่ที่เสี่ยง คุยกับคนที่ให้เกียรติเรา” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

ค.การเปิดรับมิตรภาพจากคนแปลกหน้า

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเป็นโอกาสสำคัญที่พบปะผู้คนใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ทักษะคิดจากผู้คนที่อยู่ห่างไกลจากแวตวงเดิมๆ ในชีวิตประจำวัน เป็นโอกาสที่ผู้หญิงจะได้ทำการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่ตัวเองมีอยู่ กิจกรรมการพบปะพูดคุยกับคนแปลกหน้าที่พบเจอในระหว่างการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

บ่อยครั้งที่ผู้หญิงซึ่งเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังตกเป็นเป้าความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงเอเชียซึ่งนับว่าเป็นนักเดินทางตามลำพังที่ยังหาได้ยากหากเทียบกับผู้หญิงตะวันตก การเข้ามาทักทายพูดคุยทั้งในลักษณะแสดงมิตรภาพ หรืออาจต้องการเข้ามาแสวงหาประโยชน์ในฐานะผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว หรือแสดงความสนใจในลักษณะอื่นๆ ทำให้ผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังต้องรู้วิธีการสื่อสาร ทั้งทางวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่พอเหมาะสมพอดี รู้จักที่จะเปิดรับมิตรภาพในขอบเขตที่เหมาะสม เพื่อที่จะไม่นำไปสู่การเข้าใจผิดและนำไปสู่อันตรายทางเพศได้

การเข้าใจในวิถีปฏิบัติของแต่ละวัฒนธรรม นักเดินทางผู้หญิงต้องมีความรู้ความเข้าใจว่าการโอบกอด ถูกเนื้อต้องตัวเป็นเรื่องปกติที่ปฏิบัติกันในวัฒนธรรมของประเทศนั้นหรือไม่ วิธีที่อีกฝ่ายเข้ามาหาและเปิดประเด็นสนทนาเป็นอย่างไร หัวข้อที่สนทนาเป็นเรื่องที่เหมาะสมหรือมีนัยยะที่ล่อแหลมหรือไม่ และที่สำคัญที่สุดคือสถานที่ที่เกิดการสนทนาขึ้น อยู่ในที่ปลอดภัย มีทางหนีที่ไล่หรือไม่ หากเป็นคนแปลกหน้าที่บังเอิญได้พบเจอระหว่างนั่งรถไฟ ในร้านอาหาร หรือตามแหล่งท่องเที่ยว ที่การสนทนาเกิดขึ้นและจบลงเมื่อต้องแยกย้ายกันไปท่องเที่ยวต่อมักจะไม่ใช่ปัญหา แต่หากเป็นลักษณะของการพยายามเข้าหาเพราะรู้ว่าเป็นผู้หญิงที่เดินทางตามลำพัง มีการชวนกินขนมดื่ม หรือเสนอที่จะให้เดินทางท่องเที่ยวไปด้วยกัน ก็ต้องเพิ่มความระมัดระวังและพยายามถอยห่างเพื่อความปลอดภัย

“การเป็นผู้หญิงเดินทางคนเดียว มันขึ้นอยู่กับการวางตัวของเรานะ ถ้าเราไว้ตัว ผู้ชายส่วนใหญ่ก็จะรู้อยู่แล้วว่าไม่ควรจะมาปฏิบัติกับเราไม่ดี เราเฟรนด์ลีนะ เราโอบกอด ให้ความสนิทสนมมันเป็นวัฒนธรรมปกติ แต่เค้าก็จะรู้ว่านี่คือการปฏิบัติอย่างเพื่อน” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“ถ้าคนที่เข้ามาเป็นผู้หญิง บางคนต้องลองสำรวจดู ถึงจะรู้ว่ามิตรภาพได้มารีปาว ไม่ระแวงเกินไป แต่ก็ไม่ได้วางใจอะ แต่ถ้าเป็นผู้ชาย จะคิดซับซ้อนกว่านี้คะ ถ้าเป็นการสนทนาดูเฉยๆ ก็โอเค ไม่มีไร แต่ถ้าจะเป็นต้องอยู่ด้วย ไปไหนด้วยแบบสองต่อสองนี่ เริ่มหาทางหนีที่ไล่ไว้แล้ว” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า การมีปฏิสัมพันธ์หรือสนทนากับคนแปลกหน้าที่พบในระหว่างการเดินทาง ไม่ว่าจะพบนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยกันหรือคนท้องถิ่นสำหรับผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังแล้ว ก็มีสิ่งทีพึงให้ความระมัดระวังอยู่หลายประการที่แตกต่างจากนักเดินทางที่เป็นผู้ชายได้แก่

การคัดกรองผู้ที่สนทนาด้วย ก่อนที่จะเริ่มต้นการปฏิสัมพันธ์หรือสนทนาแลกเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างจะต้องทำการคัดกรองบุคคลที่กำลังจะเปิดบทสนทนาด้วย โดยจะต้องพิจารณาดูทั้งกริยาท่าทาง วิธีการหรือถ้อยคำที่ใช้สนทนา ว่ามีท่าทีที่ไม่สุภาพหรือสื่อเจตนาไปในทางที่ไม่ดีหรือไม่ วิธีการเข้าหาทำอย่างถือวิสาสะหรือถึงเนื้อถึงตัวจนเกินพอดีหรือไม่ โดยเฉพาะหากอีกฝ่ายเป็นผู้ชาย โดยการ

คัดกรองคนแปลกหน้าที่พบเจอในระหว่างการเดินทางนี้ทำโดยการอาศัยสัญชาตญาณของตัวเองเป็นสำคัญ

แต่หากเป็นนักเดินทางผู้หญิง กลุ่มตัวอย่างจะลดความระมัดระวังตัวลง และสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ชักชวนกันเดินเที่ยว รับประทานอาหาร ไปทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยกัน จนกลายเป็นความสนิทสนมและอาจกลายเป็นเพื่อนร่วมเดินทางกันในที่สุด

“เราสกรีนคนด้วยสัญชาตญาณ ลองคุยไปซักพัก แล้วรู้สึกยังไง ควรไปกับเค้ามั้ย ต้องลองคุย คุยะถึงจะรู้ เชื่อความรู้สึกของเรา ไปเที่ยวกับพู่ชา ก็ไปเจอกรุ๊ปคนไทย ก็ไปกับพวกเค้า ตอนแรกก็คิดอยู่ เพราะเค้าเป็นผู้ชาย 3 คน ผู้หญิง 1 คน ก็คุยไปซักพัก ถามเค้าทำงานอะไร เองทำงานโอเค ดูแล้วโอเค ดูจากหลายๆ อย่างแล้วไม่น่าใช่คนไม่ดี ก็เลยไปเที่ยวกับกรุ๊ปเค้า” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“ถ้ามีคนเข้ามาคุยด้วย แล้วเป็นผู้ชาย ก็จะระวังตัวมากเป็นพิเศษ แต่ถ้าเป็นผู้หญิงก็จะคุยกันจนเป็นเพื่อนกันมาจนถึงตอนนี้ก็มี” (สัมภาษณ์, วิ, 9 ธันวาคม 2558)

การสนทนาต้องอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย การสนทนากับคนแปลกหน้าในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวควรทำในพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ที่มีผู้อื่นอยู่ด้วย และเป็นพื้นที่ที่สามารถแสวงหาความช่วยเหลือจากผู้อื่นได้หากเกิดเหตุการณ์ไม่ชอบมาพากลขึ้น การสนทนากับคนแปลกหน้าไม่ควรเกิดขึ้นในสถานที่ลับหรือมืดซิด เช่น ห้องพัก ตู้นอนบนรถไฟที่มีคนเดินทางบางตา ซอกซอยที่ปราศจากผู้คน ในสวนสาธารณะที่ไม่ค่อยมีคนเดินผ่านไปผ่านมา หรือสถานที่ที่ไม่มีทางหนีทีไล่

กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า โดยมากการสนทนากับคนแปลกหน้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเหมือนกันเกิดขึ้นในโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีผู้คนพลุกพล่านและผู้คนส่วนใหญ่รับรู้ดีว่าใครคือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการง่ายที่จะเฝ้าปากทักทายและเริ่มต้นบทสนทนา หรือจากระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ร่วมกัน เช่น การปั่นเขา การเทรกกิ้ง การดำน้ำ การโดยสารรถทัวร์ชมเมือง เป็นต้น

หากเป็นคู่สนทนาที่เป็นคนท้องถิ่น โดยมากการสนทนาเกิดขึ้นจากการขอความช่วยเหลือหรือการเสนอความช่วยเหลือ จนเกิดเป็นมิตรภาพและความประทับใจแก่กลุ่มตัวอย่างและถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้นลงในสื่อออนไลน์

“การพบปะทำความรู้จักกับผู้อื่นหรือไม่ เป็นคนท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวด้วยกัน สิ่งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางเลยคะ เพราะเวลาไปเที่ยวจะเลือกพักที่โฮสเทล ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้

เจอนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องการเดินทางหรือเรื่องอื่นๆ บางคนก็ยังติดต่อกันจนทุกวันนี้ รู้สึกว่าเราได้เรียนรู้วัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกับคนต่างชาติไปในตัว ชอบพูดคุยกับทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเลยคะ เพราะได้ความรู้อะไรใหม่ๆ เสมอ” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“นักท่องเที่ยวด้วยกันก็จะเข้ามาทำความรู้จักพูดคุยกัน อย่างตอนไปเวียงจันทน์เค้าก็เดินเข้ามาคุยกับเรา แล้วก็ชวนเที่ยวด้วยกัน ก็เท่ากับเรามีเพื่อนเที่ยว เราก็ไปเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ไปเที่ยวด้วยกัน ตอนแรกเราก็ไม่กล้าคุยหรอกนะเพราะเค้าเป็นผู้ชาย แต่พอคุยๆ กันแล้วเค้าก็เรียกคนโน้นเรียกคนนี่เข้ามานั่งคุยกันเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ก็โอเค มีทั้งผู้หญิงผู้ชาย ไปกันที่เป็นกลุ่ม ก็รู้สึกว่าน่าจะปลอดภัย จนทุกวันนี้ก็ยังเป็นเพื่อนกันอยู่ ติดต่อกันใน facebook กันอยู่” (สัมภาษณ์, พี่ไอ้, 2 ธันวาคม 2558)

“เวลาเราไปไหน เราก็จะมองหาคนที่ไปเที่ยวคนเดียว เราก็จะเข้าไปทัก ชวนเค้าไปนอนม๊วยไปนี้ด้วยกันม๊วย ไปหาเพื่อนใหม่ ได้เพื่อนใหม่ด้วย” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวคนเดียวก็ได้เพื่อนใหม่นะ ไปเที่ยวญี่ปุ่น ก็ไปเจอผู้ชายฝรั่งคนนึงมาเที่ยวคนเดียวเหมือนกัน พอเช็คอินเสร็จ เค้าก็มาถามว่าคุณจะไปเที่ยวไหน ก็ชวนไปนั่งรถเที่ยวด้วยกัน รู้จักกันยังไม่ถึงชั่วโมงเลย ไปเดินเที่ยวป่า เดินตากฝน วิ่งตามรถบัสกัน แต่วันไหนที่เรามีแพลนของเรา เราก็บอกไม่ไป เราจะไปที่โน่นที่นี้” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

“ส่วนใหญ่พี่เข้าไปคุยกับเค้าเองเลยคะ อย่างเวลานั่งรถนั่งเรือนานๆ มีเพื่อนคุยก็ดี เพราะไปคนเดียวไม่ได้คุยกับใครอยู่แล้ว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเหมือนกันคะ ก็ถามมาจากไหน ไปไหนมาบ้าง ตรงนี้มีร้านอร่อยแนะนำนะไปมายัง ได้เพื่อนดีๆ จากการเดินทางเยอะเหมือนกัน บางทีนั่งรอเครื่องบิน แล้วไปเจอกับคนในร้านกาแฟ คุยกันเยอะมาก พอจะจากกันนี่เหมือนเพื่อนลากันเลยก็มี เราสกรีนคนด้วยความรู้สึกล้วนๆ ค่ะ แต่ส่วนใหญ่เรามีเส้นที่ขีดไว้สำหรับคนแปลกหน้าระดับหนึ่งอยู่แล้ว เหมือนจะเป็นคนเปิด แต่ก็ปิดอยู่ เคยมีเข้ามาจะจีบเราก็มีคะ เราก็บล็อกได้” (สัมภาษณ์, แองจี้, 20 เมษายน 2559)

ง.การป้องกันทรัพย์สิน

ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังทุกคนล้วนมีเทคนิควิธีเฉพาะตัวที่จะปกป้องทรัพย์สินไม่ให้ถูกโจรกรรมหรือสูญหาย เพราะเป็นการยากที่ติดตามคืนมาได้และยังอาจทำให้การเดินทาง

ท่องเที่ยวต้องจบลงก่อนเวลาอันควร โดยเงิน กล้องถ่ายรูป อุปกรณ์สื่อสารและพาสปอร์ต นับเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะต้องระมัดระวังไม่ให้สูญหาย

เงิน ใช้วิธีแยกเก็บหลายๆ ที่ ไม่เก็บเงินทั้งหมดจำนวนมากรวมไว้ทีเดียว พกเงินติดตัวสำหรับพอใช้จ่ายในแต่ละวันเท่านั้น ไม่นำเงินจำนวนมากออกมาให้ผู้อื่นเห็น เก็บเงินติดตัวในจุดที่มีจฉาชีพ ล้วงขโมยไปได้ยาก

กล้องถ่ายรูป คล้องคอ หรือพันสายคล้องกล้องไว้กับมือ หรือผูกติดไว้กับกางเกง กระเป๋าเป้ ป้องกันการถูกรักรชาก บางคนใช้วิธีนำเทปกาวมาติดตามจุดต่างๆ ของกล้องให้ดูเหมือนของที่เสียหายใกล้พัง ดูแล้วไม่ล่อตามิจฉาชีพ หากต้องการให้คนอื่นช่วยถ่ายภาพให้ ก็จจะเลือกคนที่ดูไว้ใจได้ เช่นนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือผู้สูงอายุสักหน่อย

อุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์สมาร์โฟนเป็นของมีค่าอีกชิ้นที่ล่อตามิจฉาชีพ จจะต้องระมัดระวังเวลาหยิบขึ้นมาใช้ ควรอยู่ในสถานที่ที่ไม่เปลี่ยวหรือพลอดคน ไม่ก้มหน้าก้มตาใช้โทรศัพท์จนไม่มองรอบข้าง

พาสปอร์ต เป็นเอกสารการเดินทางที่สำคัญที่สุด กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะทำสำเนาพาสปอร์ตและพกติดตัวแทนและเก็บพาสปอร์ตเล่มจริงเอาไว้ในที่พัก รวมถึงค้นหาหมายเลขติดต่อของสถานทูตเก็บไว้ในกรณีฉุกเฉินที่จต้องแจ้งเอกสารหาย

“ไม่พกเป่าตังค์ แต่จะคิดว่าวันนี้จะใช้จ่ายเงินเท่าไร แล้วเสียบในช่องกระเป๋ากางเกง ส่วนพาสปอร์ตกะบัตรเครดิตจะใส่เป่าคล้องคอในเสื้ออีกที เวลาต้องถามทาง ขอข้อมูล เลือกกถาม ไม่ถามมั่วซั่ว ดูกะโหลกกะลาจก็ไม่เอา” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ก่อนไปเราจะหาข้อมูล ว่าย่านไหนที่มันไม่ปลอดภัย เราก็จะไม่ไปย่านนั้น เป็นผู้ชายก็ต้องการระวังเหมือนกันแหละ ไม่ใช่แต่เฉพาะผู้หญิง เขาก็ต้องกลัวโดนจี้ ปล้น ฉกชิงวิ่งราวเหมือนเรา วิธีระวังก็คือข้าวของจต้องผูกหรือพันติดอยู่กับตัวอย่างใดอย่างหนึ่ง ถ้าเค้าจะกระชากไป ก็ไม่สามารถเอาไปได้ง่ายๆ เพราะติดอยู่กับตัวเรา” (สัมภาษณ์, พัด, 26 พฤศจิกายน 2558)

การแสดงอัตลักษณ์

ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับต้นๆ แต่เป็นการคิดถึงวิธีการป้องกันและรับมือปัญหาเพื่อให้เกิดการเตรียมพร้อมและไม่ประมาท มากกว่าจะเป็นการคิดถึงสิ่งเลวร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นจนกลายเป็นความหวาดกลัว กลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลด้วยการอ่านคู่มือ ข้อคิด และคำแนะนำสำหรับผู้หญิงที่เดินทางตามลำพัง ตรวจสอบสถานที่ที่เข้าพักว่ามีความปลอดภัยมากน้อยแค่ไหน ข้อควรระมัดระวังเป็นพิเศษในแต่ละพื้นที่หรือสถานที่ที่เดินทางไปเยือน บุคคลแบบใดที่พึงระมัดระวัง กล่าวโดยรวมได้ว่าการเป็นนักเดินทางที่มุ่งเน้นความปลอดภัยให้กับตัวเองของกลุ่มตัวอย่างนี้ เป็นการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้มีความเตรียมพร้อม เฉลียวฉลาดและรู้จักวางแผนป้องกันรับมือปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับตัวเองในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่าจะเป็นการแสดงถึงความหวาดระแวงหรือความกลัว

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การมุ่งเน้นที่จะสร้างความปลอดภัยให้ตัวเองของกลุ่มตัวอย่าง นำมาซึ่งการสื่อสารภายในบุคคลเป็นสำคัญ ด้วยจะต้องมีการคิด ทบทวน วิเคราะห์ วางแผน ในทุกๆ การกระทำ ว่ามีโอกาสจะนำมาซึ่งการเกิดอันตรายขึ้นกับตัวเองหรือไม่ ตั้งแต่การนอน กิน เดินเล่นเที่ยวชมสิ่งต่างๆ การเลือกโดยสารพาหนะ การพูดคุยกับคนท้องถิ่นหรือแม้แต่กับนักท่องเที่ยวด้วยกัน โดยต้องพยายามทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการเป็นผู้ระมัดระวังอันตราย ที่ต้องไม่มากจนกลายเป็นความหวาดระแวงและกลัวไปกับทุกอย่างจนกลายเป็นการปิดกั้นตัวเองให้ไม่กล้าทำอะไร กับความเป็นนักเดินทางผู้กระตือรือร้นในการออกสำรวจสิ่งต่างๆ และเปิดกว้างในมิตรภาพ ซึ่งก็ต้องไม่มากจนกลายเป็นความประมาทและนำมาซึ่งอันตรายต่อสวัสดิภาพของตัวเอง

การสื่อสารระหว่างบุคคล เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างทำการพูดคุยสนทนากับบรรดาผู้คนที่พบเจอในระหว่างการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมิตรภาพ แลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยว และช่วยคลายเหงา เป็นเสมือนการเข้าสังคมรูปแบบหนึ่ง

การสื่อสารมวลชน เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระมัดระวังต่างๆ คำแนะนำพิเศษ เคล็ดลับหรือสิ่งที่ควรคำนึงถึงเมื่อต้องเป็นผู้หญิงที่เดินทางลำพัง ซึ่งมีนำเสนออยู่มากมายในสื่อต่างๆ ทั้งเว็บไซต์และหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และกฎหมายที่พึงรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปเยือน เพื่อให้ทราบว่าจะควรหลีกเลี่ยงหรือเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งใดบ้าง

ตารางที่ 4.7 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเน้นความปลอดภัย

การเน้นความปลอดภัย	การสื่อสารอัตลักษณ์
การเลือกที่พัก	เป็นผู้มีความระมัดระวังอันตราย การเลือกที่พัก

	<p>ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยพอๆ กับราคา ยิ่งงี้ก็ต้องคิดถึงสวัสดิภาพของตัวเองเป็นสำคัญ</p> <p>การนอนห้องพักรวมที่แยกชายหญิงมีข้อดีคือได้พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลกับนักเดินทางจากชาติอื่นๆ แต่การนอนห้องพักรวมที่มีผู้ชายนอนร่วมด้วย สำหรับนักเดินทางผู้หญิงไทยนั้น ยังเป็นเรื่องที่ไม่ยอมรับนัก เพราะความขัดเงินและกลัวว่าจะไม่ปลอดภัย</p>
ไม่นำตัวเองไปอยู่ในสภาวะเสี่ยงภัย	<p>ผู้หญิงเป็นเพศที่ควรระวังป้องกันไม่ให้เกิดเหตุร้ายหรืออันตรายขึ้นกับตัวเองมากกว่าจะใช้วิธีแก้ไข</p> <p>เพราะความเสียหายที่เกิดกับร่างกายนั้นมีมากกว่าผู้ชาย โดยเฉพาะการโดนล่วงละเมิดทางเพศ</p>
การเปิดรับมิตรภาพจากคนแปลกหน้า	<p>การพูดคุยสนทนากับคนแปลกหน้าในระหว่างการเดินทางเป็นเรื่องที่มีประโยชน์และข้อดีมากมายในการได้แลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลความคิดเห็น นักเดินทางไม่ว่าจะชายหรือหญิงทุกคนก็มีเท่าเทียมกัน เราไม่จำเป็นต้องให้เกียรติหรือเกรงใจคนที่ไม่ให้เกียรติเรา</p>
การป้องกันทรัพย์สิน	<p>ผู้หญิงที่เป็นนักเดินทางเป็นผู้รู้จักคิดวิธีป้องกันไม่ให้ทรัพย์สินถูกโจรกรรมหรือขโมยชิง เป็นการแสดงถึงความสามารถทางสติปัญญาและไหวพริบในการเอาตัวรอด</p>

2) การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จากข้อมูลส่วนตัวที่นำเสนอไปข้างต้นจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นผู้หญิงชนชั้นกลางจนถึงชนชั้นกลางระดับสูง ทุกคนจบการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี หลายคนเคยผ่านการศึกษาในต่างประเทศ ในขณะที่อีกหลายคนมีอาชีพการงานที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร หรือทำงานที่ต้องติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับคนต่างชาติ รวมถึงเคยมีโอกาสเดินทางไปต่างประเทศ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลด้านการทำงานหรือไปพร้อมกับครอบครัว อาจกล่าวได้ว่า

การต้องปฏิสัมพันธ์กับคนต่างชาติต่างภาษา และการเดินทางออกนอกประเทศไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ที่ไม่เคยทำ การศึกษา ทักษะในการสื่อสารและความคุ้นเคยในการเดินทางเหล่านี้คือทุนทางวัฒนธรรมที่มีส่วนช่วยลดความกลัวและความกังวลใจในการตัดสินใจที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้เป็นอย่างมาก

ทักษะทางด้านภาษา และความคุ้นเคยกับการเดินทาง รู้วิธีจัดการกระเป๋า แยกเอกสารที่จะพกติดตัว รู้ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง เข้าใจขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติขณะโดยสารเครื่องบิน รถไฟ เหล่านี้เป็นทุนวัฒนธรรม ที่ Pierre Bourdieu (1982) นำเสนอไว้ในแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรมว่า หมายถึง ความรอบรู้ ความสามารถในด้านต่างๆ ทักษะที่มีติดตัว การสั่งสมทุนวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยพบจากการเก็บข้อมูลได้แก่

ก. ทุนวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นจากการได้ใช้ชีวิตในต่างประเทศ การไปศึกษาต่อในต่างประเทศ และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานาน จะช่วยสั่งสมทุนวัฒนธรรมทั้งทางด้านภาษา ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต การรับประทานอาหาร การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับประเทศนั้นๆ และทำให้การออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นเรื่องน่ากลัว

“ไปเรียนต่อที่รัสเซีย ทรี่ปนั้นเป็นทรี่ปนั่งรถไฟทรานไซบีเรียไปทะเลสาบไบคาล ไม่ได้เตรียมตัวอะไรเลยคะ เพราะเราอยู่รัสเซียมานานเลยคิดว่าไปหาเอาดาบหน้าได้ ประกอบกับช่วงนั้นยังไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของทะเลสาบไบคาล ก็มีอ่านๆ จากพันทิปหรือ tripadvisor ไปบ้าง แต่ไปลุยเองส่วนใหญ่คะ” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“เราก็จะซื้อทัวร์แลนด์ หรือไม่ก็ joint tour จากเอเจนซีอังกฤษบ้าง จีแอดเวนเจอร์ของแคนาดาบ้าง เราก็จองออนไลน์ไป แล้วเราบินไปเอง แล้วก็บินไปเร็วกว่ากำหนดซักวันสองวันเพื่อเที่ยวเองก่อน แล้วก็บินกลับหลังจากทรี่ปจบแล้วอีกซักสองสามวัน เพื่อที่จะเที่ยวต่อเองอีกนิต เราอยู่ต่างประเทศมานาน การเดินทางแค่นี้ไม่ใช่เรื่องยาก เป็นสิ่งที่เราทำเป็นปกติอยู่แล้วเราก็จะซื้อทัวร์แลนด์ หรือไม่ก็ joint tour จากเอเจนซีอังกฤษบ้าง จีแอดเวนเจอร์ของแคนาดาบ้าง เราก็จองออนไลน์ไป แล้วเราบินไปเอง แล้วก็บินไปเร็วกว่ากำหนดซักวันสองวันเพื่อเที่ยวเองก่อน แล้วก็บินกลับหลังจากทรี่ปจบแล้วอีกซักสองสามวัน เพื่อที่จะเที่ยวต่อเองอีกนิต เราอยู่ต่างประเทศมานาน การเดินทางแค่นี้ไม่ใช่เรื่องยาก เป็นสิ่งที่เราทำเป็นปกติอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“ไม่กังวลอะไร เพราะเป็นประเทศที่เคยไปมาก่อนสมัยเด็กๆ ก็มีความคุ้นเคย” (สัมภาษณ์, พี่ท้อ, 22 พฤศจิกายน 2558)

“เพราะเคยผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศที่ต้องดูแลและทำอะไรด้วยตัวเองอยู่แล้ว การไปเที่ยวคนเดียวก็เลยไม่ใช่เรื่องแปลกหรือน่ากลัวอะไร” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“ภาษาอังกฤษอยู่ระดับดีมากตลอด ตั้งแต่สมัยเรียนมัธยม ตอนที่ตัดสินใจไปเที่ยวคนเดียวครั้งแรก หลังจบ work and travel เพราะว่าเพื่อนคนไทยที่ทำงานที่เดียวกับเราไม่สนใจในสิ่งเดียวกับเรา” (สัมภาษณ์, โป เบอร์เกอร์สัน, 14 ธันวาคม 2558)

ข. ทุณวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นจากการอ่าน สืบค้น ค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อที่จะมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆ ในการเดินทาง ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีปฏิบัติตัวเมื่อไปถึงสถานที่ต่างๆ โดยอ่านจากหนังสือ ทีวีประสบการณ์ท่องเที่ยว บันทึกการเดินทางต่างๆ และสอบถามจากเว็บบอร์ดในชุมชนออนไลน์

“ก็หาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและวางแผนการเดินทางค่ะว่าจะไปเที่ยวที่ไหนบ้าง เดินทางยังไง เปิดเน็ตหาเอาเลย ชื่อหนังสือมาเล่มนึงด้วยค่ะกับตามรีวิวทางอินเทอร์เน็ต เอามาผสมกัน” (สัมภาษณ์, ปุก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนไปเที่ยวเวียดนามเคยเสิร์ชดูแล้วว่าที่เที่ยวนั้นสวย ก็เลยไปฮานอย ก็จองตั๋ว จองโรงแรม แล้วก็ไปเลย 3 คืน แต่เราเตรียมไปแล้วว่าเราจะไปเที่ยวที่ไหนอะไรยังไง เสิร์ชดูจากในอินเทอร์เน็ตที่มีคนมาเขียนรีวิวแชร์ประสบการณ์ ว่าไปไหนอะไรยังไง ก็เลยโอเค” (สัมภาษณ์, พี่โอ้, 2 ธันวาคม 2558)

“ระหว่างที่เที่ยวเมืองไทยคนเดียว ก็ไปเจอหนังสือเล่มนึงที่ห้องสมุดสำนักงานเขตสะพานสูง มันจะมีเชลฟ์นึงเลยที่เป็นหนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ก็เจอเล่มนึงชื่อสะพายเป้เที่ยว เราก็ เออ น่าสนใจ ถ้าเราไปเที่ยวต่างประเทศคนเดียวมันจะเป็นไปได้มั๊ย ก็ลองอ่าน

ดู ก็คิดว่าไม่น่ายุ่งยาก น่าจะลองดู พอเดือนกุมภาพันธ์ ก็เลยลองไปพม่า ตอนนั้นเขาก็เพิ่งเปิดประเทศได้ไม่นาน เลือกลงพม่าเพราะว่าตัวเองสนใจ อ่านหนังสือเกี่ยวกับพม่าเยอะ ก็เลยอยากไปเห็น เมืองแรกที่ไปของพม่าคือมะละแหม่ง เหตุผลคือเพราะมะเมี้ยะ อยากรู้ว่ามันเป็นเรื่องจริงมั๊ย” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

ค. ทุณวัณธรรมที่เกิดจากการทำงาน หน้าที่การงานที่ต้องใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสาร ต้องมีผู้ร่วมงานเป็นชาวต่างชาติ หรือต้องให้บริการลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติอยู่อย่างเสมอๆ เป็นสิ่งที่ช่วยขยายมิติของทุณวัณธรรมให้กว้างออกไปถึงความรู้ความเข้าใจในอุปนิสัยใจคอ และลักษณะเฉพาะตัวของคนแต่ละชาติได้ นอกเหนือจากทุณวัณธรรมที่มีอยู่แล้วจากการศึกษาด้วย

“เราไม่ค่อยกลัวค่ะ เพราะทำงานที่โรงแรมก็เจอคนหลายเชื้อชาติ ค่อนข้างจะรู้นิสัยคนแต่ละชาติ เลยคิดว่าดีได้ค่ะ เพราะเราเจอคนมาก ต้องเค้หาเค้ก่อนเพราะเราต้องคอยบริการเค้ ทำให้เป็นคนเข้ากับคนง่าย เวลาติดด่านตรวจคนเข้าเมืองในอเมริกาได้ ด่านแบบนี้พูดอังกฤษได้แม้จะไม่ชัด แต่อย่าลืมน่าซาเตียเจอคนต่างชาติจากทั่วโลกป็นิ่งเป็นพันๆ คน จับได้ทุกสำเนียงค่ะ ด่าไฟแลบก็จับทันค่ะ 555 ไม่เคยกลัวเลย เพราะเจอมาหลายด่าน ที่สั่นสุดก็ชายแดนจีนปากี เจ้าหน้าที่จีนดุดมาก” (สัมภาษณ์, ซาเตีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

การแสดงอัตลักษณ์

การเป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างกล้าตัดสินใจที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ด้วยเป็นผู้มีทักษะทางภาษา มีความสามารถในการค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์การมาศึกษาเล่าเรียนในต่างประเทศทำให้มีความคุ้นเคยกับการเดินทางไปยังที่ต่างๆ ด้วยตัวเอง รู้จักแนวทางการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ต่างๆ เช่น การเดินทางด้วยเครื่องบิน การซื้อบริการนำเที่ยวจากทัวร์ท้องถิ่น วัฒนธรรมและมารยาทอันพึงปฏิบัติในประเทศต่างๆ เหล่านี้ล้วนช่วยลดความกังวลเมื่อจะต้องออกเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง เพราะเป็นสิ่งที่มีความรู้และประสบการณ์อยู่บ้างแล้ว

การเป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรม สื่อสารอัตลักษณ์ให้เห็นว่า ผู้หญิงนักเดินทางเป็นผู้ที่สนใจใฝ่หาความรู้ เป็นนักอ่านและนักค้นคว้าที่ดี ด้วยการเลือกอ่านหนังสือและเปิดรับสื่อที่ให้ข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ทักษะต่างๆ ที่เกิดจากการทำงาน เช่น ความสามารถในการติดต่อสื่อสารพูดคุยเพื่อประสานให้งานสำเร็จลุล่วง การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแก้ไข

ปัญหาต่างๆ ได้นั้น สื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของความเป็นคนคล่องแคล่ว รู้จักการวางแผน บริหารจัดการ ไม่รีรอที่จะลงมือทำในสิ่งต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

กลุ่มตัวอย่างการสื่อสารภายในบุคคลในการที่จะบอกกับตัวเองว่า ตนเองเป็นผู้มีความรู้ มีข้อมูลมากมายที่สั่งสมมาจากทั้งประสบการณ์ชีวิต ประสบการณ์การทำงาน และการศึกษา ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่มากมายพอที่จะสามารถเอาตัวรอดได้หากต้องเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง ไม่ว่าจะเป็นอย่างน้อยฉันสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี ฉันต้องทำงานที่พบปะพูดคุยกับผู้คนต่างชาติต่างภาษามากมาย ฉันสามารถค้นคว้าหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางออกมาอย่างละเอียดรอบคอบ มิใช่การเดาสุ่มไปอย่างมีเดบอด ฉันผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศมาแล้วและสามารถเอาตัวรอดกลับมาได้ ตัวฉันเองในเวลานี้มีทักษะและประสบการณ์มากกว่าแต่ก่อนตั้งมากมาย ย่อมจะต้องรับมือกับอุปสรรคและปัญหาที่จะพบเจอได้ดีกว่าในอดีตอย่างแน่นอน เป็นต้น

ส่วนทุนวัฒนธรรมที่เกิดจากการอ่าน การค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เป็นการสื่อสารในระดับสื่อสารมวลชน โดยเป็นการแสวงหาความรู้จากสื่อต่างๆ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไปเยือน นอกจากนี้ยังมีทุนความรู้ที่เกิดจากสื่ออื่นๆ อีก เช่น สื่อภาพยนตร์ แต่เป็นสื่อที่ไม่ได้ใช้เพื่อเจตนาในการค้นคว้าหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยตรงเช่นเดียวกับสื่อหนังสือและสื่อออนไลน์ต่างๆ

ตารางที่ 4.8 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	การสื่อสารอัตลักษณ์
ทุนวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นจากการได้ใช้ชีวิตในต่างประเทศ	ผู้หญิงนักเดินทางที่ได้รับการศึกษาที่ดี มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ สามารถรับผิดชอบดูแลตัวเองได้จากประสบการณ์การใช้ชีวิตเพียงลำพังในต่างบ้านต่างเมืองเพื่อศึกษาหาความรู้
ทุนวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นจากการอ่าน	เป็นนักอ่านและนักค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือและสื่อต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการออกท่องโลกกว้าง แม้จะเป็นเรื่องที่ไม่มีความรู้ ก็สามารถ

	สืบค้นและเรียนรู้ได้
ทฤษฎีวัฒนธรรมที่เกิดจากการทำงาน	ผู้หญิงทำงานที่มีทักษะและความสามารถรอบด้าน สามารถติดต่อสื่อสารพูดคุยเพื่อประสานให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ ในขณะที่เดียวกันก็มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยเช่นกัน

3) การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ

กิจกรรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยววันนี้มีมากมายหลากหลาย ตามแต่ความสนใจและรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ นับตั้งแต่การเดินทางชมสภาพความเป็นอยู่ของบ้านเมือง สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ถ่ายภาพทิวทัศน์อันงดงาม ชื่นชมธรรมชาติ หาความรู้ในพิพิธภัณฑ์สำคัญ กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์อันเป็นที่เคารพ ไปจนถึงการช้อปปิ้งสินค้าต่าง นอกจากกิจกรรมพื้นฐานในการท่องเที่ยวเหล่านี้แล้ว กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสนใจการลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ใหม่ๆ (experiential mode) เช่น เข้าร่วมพิธีแต่งงาน เต้นระบำพื้นเมือง เล่นกีฬาท้องถิ่น กิจกรรมที่การทดลองค้นหา (experimental mode) เช่น ขึ้นบอลลูน ชี้อูฐ หรือกิจกรรมที่ทำหายสมรรถภาพร่างกาย เช่น ปีนเขา ไต่หน้าผา กระโดดน้ำตก หรือกิจกรรมแปลกๆ ที่ไม่เคยลองทำมาก่อนในชีวิต เช่น เป่าลูกอ๊อบอาบยาสลบ ให้อาหารเหยี่ยว ก่อไฟจากเศษไม้ รัตนมแพะ ฯลฯ กิจกรรมการใช้ชีวิตกินอยู่ (existential mode) การลองใช้ชีวิตในบริบทที่ไม่คุ้นเคย เช่น รับประทานอาหารประจำถิ่น พักอยู่ในกระท่อม

การเปิดใจลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนเหล่านี้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “fusion of horizons” ที่ Hans-Georg Gadamer (1998) ได้อธิบายเอาไว้ ถึงการนำเอาตัวของเราเองเข้าไปสัมผัสทดลองทดลองกับสิ่งต่างๆ แล้วซึมซับทุกอย่างผ่านประสาทสัมผัส ความรู้สึกนึกคิดของเรา และตีความประสบการณ์เหล่านั้นออกมา ซึ่งการตีความประสบการณ์ของแต่ละคนนี้ย่อมมีความแตกต่างกัน ด้วยคนเรามาจากพื้นเพที่แตกต่างและเราไม่มีทางที่จะสลัดที่มอันหล่อหลอมความเป็นตัวเราทิ้งออกไปได้ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่เติบโตมา เพศ ภาษา การศึกษา ระบบทัศนคติ ความเชื่อ วิธีคิด คนเราจึงมักจะมีใจ และความเรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ โดยยึดโยงจากประสบการณ์ในอดีตและตัวตนเดิมของเรา การได้ลองทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ จึงเป็นการนำเส้นขอบฟ้าของตัวเองที่บ่ม

เพาะมาจากในอดีต มาผสมรวมเข้ากับเส้นขอบฟ้าใหม่ที่ประสบการณ์เหล่านี้มอบให้ ซึ่งจะช่วยขยายเส้นขอบฟ้าแห่งประสบการณ์ของเราออกไปให้กว้างไกลยิ่งกว่าเดิม

“ตอนไปเอธิโอเปีย เด็กๆ ก็จะชวนกินโน่นกินนี่ มีเบียร์ที่เค้าทำเอง เค้าดื่ม แล้วเค้าก็ส่งให้เราชิม ด้วยความเป็นนักวิทยาศาสตร์เรารู้ว่า คนที่อยู่ต่างที่กันจะมีภูมิคุ้มกันเชื้อโรคที่ไม่เหมือนกัน แต่การที่เราปฏิเสธมันก็เป็นการทำให้เสียน้ำใจ เราก็รับมากิน หรือไปหมู่บ้านเผ่ามูร์ซี เป็นเผ่าลึกลับ ปกติไม่ต้อนรับใคร ไปเจอตอนเค้ากำลังทำอาหารกันอยู่ เค้าก็ส่งมาให้ลองชิมดูสิ เราก็กิน” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“โผล่มาฮานอย คือชื่อคมาก เสียงแตรรถสนั่นมาก ใช้เวลา 3 ชั่วโมงในการปรับตัว พอปรับตัวได้ก็สนุก ใช้ชีวิตในฮานอยอย่างโลดโผน แล้วก็หาข้อมูลซาปา อยากไปซาปามาก เค้าบอกว่าสวย เช็กสภาพอากาศ แดดออกแล้ว ไปๆ พอไปถึงหมอกกลง ทำอะไรไม่ได้เลย พอสุดท้ายเหลืออย่างเดียวที่ทำได้คือไปป็นเขาฟานสิปาน ยอดเขาที่สูงที่สุดในอินโดจีนน่า เราก็อ่านรีวิวแล้ว มันมีคนไทยไปป็นนะ แต่ควรจะต้องฟิตซ้อมร่างกายมาก่อน เราไม่ได้ซ้อม พอป็นไปได้ซักกิโลเดียวก็นเหนื่อยมาก นั่ง ไม่เอาแล้ว แต่ก็คิดโพสต์ไปแล้วว่าเดี๋ยวจะป็นเขาคักตี้คริมันค้าคออ พอร่างกายเริ่มหายเหนื่อย ก็เออวะ ตอนไปเมืองงอย เรายังกล้าไปเลย ตอนไปบาหลี่ ยังไปป็นภูเขาไฟได้เลย ทำไมครั้งนี้จะทำไม่ได้ ก็ฮึดสู้ ก็เดินๆๆๆ จนตามพวกเค้าทัน แต่กว่าจะไปถึงก็เลท ลงจากเขาไม่ได้ เพราะรัฐบาลเวียดนามกำลังระเบิดภูเขา ทำให้เราติดอยู่บนยอดนั้นจนฟ้ามืด ถ้ามองแบบคนซี้กั๊ว ก็คงคิดว่า โอ๊ย ทำยังไงดี อันตรายขนาดนี้ แต่ตอนนั้นวันกลับรู้สึกว่ามันไม่ง่ายนะ ที่เราจะมาอยู่บนยอดเขาที่สูงที่สุด แล้วได้ดูพระอาทิตย์กำลังลับฟ้า มันเป็นที่ที่ดูพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดที่หนึ่งในชีวิต พอมันมืด เราหงนหน้ามองฟ้า เราไม่เคยอยู่ในจุดที่อยู่ใกล้ดวงดาวมากขนาดนี้มาก่อนเลย แล้วตอนลง วันไม่กลับเลยเหมือนเราก้าวข้ามความกลัวไปแล้ว ทริปนี้มันทำให้เรารู้ว่า ถ้าเราอยากเรียนรู้ชีวิต ต้องมาป็นเขา การป็นเขาภายใน 2 วัน 1 คืน มันทำให้เรารู้ว่า ตอนป็นขึ้นต้องอดทนมากๆ แต่พอเราทำสำเร็จแล้ว ความยากที่เคยรู้สึกมันหายไป มันไม่มีอะไรเลย” (สัมภาษณ์, วัน, 3 ธันวาคม 2558)

“กิจกรรมที่ชอบทำคือใส่ชุดประจำชาติของประเทศนั้นๆ อย่างอยากไปอิหร่านเพราะอยากลองคลุมผม มีความรู้สึกที่เราไปประเทศเค้าแล้ว เราจะไม่ลองใส่ชุดประจำชาติของเค้าหน่อยเหรอ” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

“ที่อัมสเตอร์ดัม นอนมิชส์ ดอร์ม เตียงล่างเป็นผู้ชายตัวใหญ่มาจากเคนมาร์ค เค้านั่งอยู่คนเดียว เราก็เลยเข้าไปชวนคุย ชวนไปย่านเรดไลท์ที่จะไปได้ลอง weed เพราะเค้าตัวใหญ่ ก็บอกเค้าว่าเข้าไปกับไอละกัน ถ้าเป็นอะไรเค้าน่าจะช่วยเราได้ ก็ไปด้วยกัน เป็นเพื่อนกัน” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

“ในบาทลิคีนสุดท้ายก็ไปพักที่ย่านที่เหมือนพัทยา ที่พักถูกมากคีนละ ทำหมื่นรูเปี้ยะ ร้อยสามสิบกกว่าบาท ช้างในก็จะเป็นเหมือนพวกเร็กก็อยู่กัน มีรถไปส่งสนามบินเป็นมอเตอร์ไซด์ เราก็โอเค ไปก็ได้ ที่นอนของพนักงานก็คือตามพื้น ผูกเปลข้าง อันนี้คือความสนุกของเรา ได้ไปเห็นอะไรแบบนี้ พอนึกย้อนกลับไปก็กังวลเหมือนกันนะ แต่ตอนนั้นคือมันถูก แล้วคนอื่นเค้าก็พักกันได้นี้ เราเองก็ได้ดูรวย ไม่ได้มีของมีค่า เวลาไปเที่ยวจะโทรมมาก ดูไม่มีเงิน ไม่มีใครคิดจะปล้นเราหรอก” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“เที่ยวแบบคุ้มที่สุด เดินปารีสถึงตี 2 ตอนนั้นไม่ได้รู้สึกเหนื่อยเลย ขึ้นไปบนประตูชัย โอ๊ย ฉันทได้มาแล้ว ปารีส แล้วก็ยืนมองถนน เค้าบอกให้ขึ้นไปฉีนบหนอไอเฟล เราก็ไป ทำหมดทุกอย่างที่เค้าบอกว่าต้องทำ ถ้าไปเจอร้านไหน อะไรที่เค้าบอกว่าต้องลองนะ ต้องชิมนะอาหารท้องถิ่นนี้ๆ นะ เป็น traditional food เราก็จ่ายนะ บอกว่าไปเช็ก รีพับลิกต้องลองเปียร์กับเนื้ออย่างนะ เราก็ซื้อไปนั่งกินที่จตุรัส หรือใครบอกว่า พิพิธภัณฑน์นี้ต้องไปดูนะ เราก็เอาจ่าย อะไรที่ประหยัดได้ เราก็ประหยัด อันไหนไม่ควรพลาดเราก็จ่าย ลองทุกอย่างให้รู้ แต่ก็เท่าที่จำเป็น เท่าที่เงินจะอำนวย” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

“ที่ตุรกีสั่งอาหาร คุยไม่รู้เรื่องใจ คือมีรูปแต่พี่ไม่อยากจะกินเนื้อแพะ แกะ อะไรแบบนี้ไม่ได้ถือนะแต่ไม่ชอบ พยายามถาม ชิกกัน ง่ายๆ เค้าไม่รู้ พี่เลยลุกมาเดินเป็นไก่ บอกอันนี้ไก่ไซปะ คนมองเต็ม ไปร้านอาหารพื้นเมือง อยากกินอะไรที่ตุรกีจริงๆ แต่ไม่รู้จะสั่งอะไร มองไปโต๊ะข้างๆ เดินไปถามค่านี้อะไร บอกบริการเอาแบบนี้แหละ เดินในตลาดเห็นเค้าหยุดซื้ออะไรเป็นแก้วๆ คนซื้อกันจ้งอ่อยมัยนะ เดินไปถามบอกโยเกิร์ตดริงค์ เลยลองชิม อ้วกแทบพุ่ง เค็มมาก คาวด้วย แต่คนขายถามอ่อยๆ มัยๆ ต้องกล้ำกลืน ฝืนกิน แล้วแอบเอาไปทิ้งคิดดู” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

การทดลองทำสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำ ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดและมุมมองที่เราเคยมีต่อสิ่งต่างๆ ให้เปลี่ยนไปจากเดิมอีกด้วย Hans-Georg Gadamer (1998) กล่าวถึงการมีประสบการณ์แบบตีความ (hermeneutic experience) ว่า ประสบการณ์แบบตีความนี้จะช่วยขยายขอบฟ้าของเรา และทำให้เราสามารถมองเห็นสิ่งต่างๆ แตกต่างจากที่เราเคยเห็นมาในอดีต ประสบการณ์แบบนี้ความนี้จะฟังหลายข้อจำกัดและความเป็นแบบแผนในการมองดูสิ่งต่างๆ ของเรา มันไม่เพียงแต่จะทำให้เรารู้ว่าสิ่งที่เราเห็นเมื่อครั้งแรกนั้น เป็นสิ่งที่ไม่จริง เป็นความเทียม แต่ยังทำให้เรารู้ด้วยว่า ตอนนี้เรารู้ดีกว่าเดิม ทำให้เราประกอบสร้างมุมมองใหม่ที่กว้างไกลกว่าในการมองดูสิ่งต่างๆ และผู้คนอื่นๆ รอบตัว

เราใช้คำว่า ประสบการณ์ (experience) ในสองลักษณะ แบบแรกคือประสบการณ์ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับสิ่งที่เราคาดคิดเอาไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยืนยันความคิดและความคาดหวังของเรา กับประสบการณ์ที่เป็นของใหม่ เป็นความใหม่ที่ปรากฏแก่เรา ประสบการณ์โดยทั่วไปจะเกิดขึ้นใน comfort zone มีหน้าที่ยืนยันความสอดคล้องกับสิ่งที่เราคาดหวัง แต่ประสบการณ์แบบตีความนั้น เป็นประสบการณ์ที่จะเขย่าการเรียนรู้ของเรา และขยาย comfort zone ของเราออกไปให้กว้างไกลยิ่งกว่าเดิม

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็ได้ยืนยันว่า การได้ลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อนเหล่านี้ เปลี่ยนมุมมองและความคิดที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของตนเองไปอย่างมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

“ตอนแรกคือคิดว่าน่ากลัวอะ เพราะดูหน้าว่าคนดำน่ากลัว ในรถไฟคือน่ากลัว แต่อย่างทีบอก ถ้าเราไม่เอาตัวเองไปอยู่ย่านที่นั่น มันก็ไม่น่ากลัว นิวยอร์กดูน่ากลัว แต่จริงๆ แล้วไม่เลย สนุก ได้รู้ว่าคนดำไม่น่ากลัวอย่างในหนัง คนดำน่ารักๆ เยอะมาก พอได้ลองเที่ยวคนเดียวแล้ว ก็คิดว่าต้องมีทริปต่อไปแน่ๆ” (โบ เบอร์กอร์สัน, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2558)

“การได้เจอคนจากหลายๆ ประเทศ ได้รู้จักหลายๆ วัฒนธรรม มันทำให้เราไม่เอาความคิดความเชื่อเดิมของเราเป็นหลัก เราฟังคนอื่นมากขึ้น ใจกว้างมากขึ้น พร้อมทั้งจะทำความเข้าใจกับเรื่องต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิตมากขึ้น เราตัดสินใจคนอื่นน้อยลง ที่ Iceland เค้จะกินนกกัฟฟิน กินปลาواه เราก็คิดว่า เฮ้ย ถ้ามันเป็นวัฒนธรรมของเค้า เราก็ไม่ควรจะไปยุ่ง เค้จะกินมันก็เรื่องของเค้า เราไม่กิน เราไม่เห็นด้วย แต่เราก็ไม่ต้องไปตัดสินเค้าว่าใจร้ายหรือไม่ดี” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“ไปพม่าตอนแรกหงุดหงิดค่ะ หงุดหงิดที่ทำไมบ้านเมืองเค้าอยู่กันได้ วุ่นวายในใจอยู่คนเดียว พอหลังๆ ทริป ประมวลเหตุการณ์ละม่อมความเป็นไป ถึงได้ อ้อ ถึงสังขรณ์ เขาก็เป็นของ เขาแบบ เราต่างหากเป็นคนอื่น มารุกกล้าเขา แตกต่างจากญี่ปุ่นเหมือนผ่านกระจกทวิภาพ แต่ก็ชอบพม่ามากนะ ถ้ามีโอกาสจะไปอีก ประทับใจคนค่ะ ถ้าจะเปรียบคนญี่ปุ่นกับคนพม่า คนพม่าเป็นสาวบ้านนอกคอกนา เนื้อตัวสกปรกแต่จริงใจ ไม่ต่างจากลูกคุณหนูไฮโซ จาก แคนนาดา ที่เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เราด้วยความสุภาพอ่อนโยน ทำนองนั้นเลยคะ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“หลังจากไปเที่ยวแล้วเรารู้สึกว่า เฮ้ย โลกมันกว้างใหญ่ขนาดนี้เลยนะ มันเปิดโลกทัศน์เราทุกอย่างเลย เมื่อก่อนเราก็แค่ทำทุกอย่างไปตามสเต็ปของมัน ตั้งหน้าตั้งตาเรียนหนังสือ ทำงาน ไม่ได้คิดอะไรมาก ยังไม่ได้ค้นพบว่าสิ่งที่เราชอบคืออะไร พอออกไปเที่ยว เราได้เห็นวิถีชีวิต เค้า ความเป็นระเบียบของเค้า ผู้คนแต่ละประเทศเป็นยังไง เค้าบอกว่าอังกฤษเป็นเมืองผู้ดี อ้อ มันผู้ดีอย่างเงี้ย ขอทานยังสุภาพเลย โปรเฟสเซอร์จะด่านักศึกษายังสุภาพมาก ในขณะที่ อิตาลี โรมมีแต่ขยะ พอไปเที่ยวยุโรป เรารู้สึกว่าฝรั่งเป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม ทำอะไรเพื่อส่วนรวมก่อน ตอนเราเป็นเด็กบางทีเราก็มองเข้าไปข้างตัวเอง ไม่เป็นกลาง แต่พอเรามาดูเห็น โลก ประกอบกับโตขึ้น เราก็มองผ่าน ไม่ค่อยยุ่งวุ่นวายอะไรมากแล้ว จากที่มองโลกในแง่ดี อยู่แล้ว มองโลกในแง่ดีกว่าเดิมอีก” (สัมภาษณ์, พิณ, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำและการไปยังที่ที่ไม่เคยไปของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ยังสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยแนวคิดเรื่องสัญญาณ (sign) ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ผูกโยงอยู่กับสัญญาณอย่างแนบแน่น ตามที่ A. Holden (2005) ได้เสนอเอาไว้ ด้วยการท่องเที่ยวในโลกสมัยใหม่นั้นล้วนถูกกำหนดและเป็นไปเพื่อการบริโภคสัญญาณเกือบทั้งสิ้น การเลือกทำกิจกรรมต่างๆ การเลือกเส้นทาง หรือเมืองที่จะไปเยือน หรือวัฒนธรรมที่เลือกจะลงไปสัมผัส ล้วนเป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์จากสัญญาณที่กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นได้รับการประกอบสร้างขึ้นโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การได้ไปเยือนสิ่งมหัศจรรย์ของโลก พีรามิด หอเอนเมืองปิซ่า ทักษาฮาล เป็นการแสดงอัตลักษณ์ของการเป็นนักเดินทางผู้มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของโลก การปีนยอดเขาโคตาคินาบาลู รินจานี คิริมานจาโร หรือการเดินทางเทรกกิ้งไปยังเบสแคมป์ในเนปาล เป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้พิชิต ผู้เอาชนะตัวเองจนไปถึงจุดหมายได้ การซื้อธูรอนแรมในทะเลทราย เข้าพักในกระโจมแบบชาวพื้นเมือง ร่วมพิธีกรรมต่างๆ เป็นการสร้างอัตลักษณ์ของ

นักเดินทางตัวจริง เป็นต้น ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงการสร้างอัตลักษณ์ในฐานะนักเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่มีความกล้าหาญ อดทนและรักการผจญภัยด้วย

การสื่อสารอัตลักษณ์

การเป็นผู้เปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนของกลุ่มตัวอย่าง แสดงถึงการเป็นนักเดินทางผู้พร้อมจะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีความกล้าหาญ กล้าเสี่ยง ไม่กลัว และเชื่อว่าการได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ เป็นประสบการณ์สำคัญที่พึงได้รับและเป็นสิ่งที่จะช่วยเปลี่ยนแปลงมุมมองที่ตัวเองมีต่อสิ่งต่างๆ ช่วยขยายความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งรอบตัวให้กว้างไกลออกไป ช่วยให้ไม่เป็นคนโลกแคบหรือยึดเอาความคิดความเชื่อเดิมๆ ของตัวเองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอไป ยิ่งได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ มากขึ้นเท่าไร ก็จะเป็นคนที่ยิ่งเติบโตมากขึ้นเท่านั้น

การเป็นผู้ลองทำสิ่งใหม่ๆ แล้วนำมาถ่ายทอดหรือเล่าต่อให้กับผู้อื่นฟัง ยังเป็นการสื่อให้เห็นถึงการเป็นผู้มีอำนาจในการเป็นผู้ส่งสาร เป็นผู้นำทางความคิดที่จะบอกเล่าแก่ผู้อื่นว่า กิจกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้สัมผัสมานั้น ส่งผลอะไรต่อความรู้สึกนึกคิดบ้าง และผู้อื่นควรหรือไม่ควรที่จะหาโอกาสได้มาลองสัมผัสกิจกรรมเหล่านั้นเหมือนกับตนเองหรือไม่

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารภายในตัวเองเกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ โดยแรกเริ่มนั้นเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกเปิดใจ สร้างความกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ๆ เป็นการเอาชนะความกลัวของตัวเองให้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการลองกินสิ่งที่ไม่เคยกิน หรือการลองทำกิจกรรมผจญภัยที่ต้องอาศัยทักษะต่างๆ หรือแม้เพียงการเป็นผู้สังเกตการณ์หรือเฝ้าชมสิ่งที่ไม่เคยพบเจอมาก่อนก็นับเป็นการได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ แล้ว

และเมื่อการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ สิ้นสุดลง การสื่อสารภายในตัวเองของกลุ่มตัวอย่างก็จะเริ่มผนวกรวมความคิดความรู้สึกใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นนี้เข้ากับตัวตนเดิม ซึ่งในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวนี้ กระบวนการขั้นตอนของการรวมเอาตัวตนเดิมและประสบการณ์ใหม่เข้าด้วยกันจะยังไม่มี การผสมรวมให้เห็นอย่างชัดเจนเป็นเนื้อเดียว แต่จะโดดเด่นในแง่ของความรู้สึกนึกคิดว่า ดีใจ ภูมิใจ ในตัวเองที่เอาชนะความกลัว เอาชนะสิ่งที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้สำเร็จ เกิดเป็นความรู้สึกอยากบอก อยากเล่าให้ผู้อื่นฟังของความรู้สึกเมื่อได้รับประสบการณ์ใหม่

การผสมรวมของตัวตนเดิมและตัวตนใหม่จะชัดเจนและเป็นหนึ่งเดียวเมื่อผ่านพ้นช่วงเวลาของการท่องเที่ยวและกลับสู่โลกของความเป็นจริง ซึ่งจะอธิบายต่อไปในส่วนของ การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสารมวลชนในประเภทสื่อออนไลน์ต่างๆ ในการถ่ายทอดภาพประสบการณ์ การทำกิจกรรมใหม่ของตัวเอง พร้อมคำบรรยายที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับที่มาที่ไปของกิจกรรมดังกล่าว ขั้นตอนการทำกิจกรรม ความรู้สึกที่ได้รับเมื่อทำกิจกรรม สนุก น่ากลัว ตื่นเต้น สะใจ แปลกใจ ประทับใจ เป็นต้น

ตารางที่ 4.9 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ

การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ	การสื่อสารอัตลักษณ์
การลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำในระหว่างการท่องเที่ยว	ผู้หญิงนักเดินทางที่มีมุมมองอันเปิดกว้างเกี่ยวกับโลกภายนอก กล้าหาญ ไม่กลัว รักการผจญภัย ต้องการลองเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และมองโลกด้วยมุมมองที่เปิดกว้าง และต้องการเป็นผู้มีประสบการณ์ตรงในเรื่องต่างๆ ด้วยตัวเอง เพื่อที่จะได้เป็นฝ่ายนำมาถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้รับ

4) การใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์

ถึงแม้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เป็นกิจกรรมที่ผู้หญิงต้องนำตัวเองออกมานอกพื้นที่ และเวลาที่สังคมกำหนดให้อยู่ ทั้งการที่ไม่ยอม ‘อยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน’ และยังเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อตัวเอง แทนที่จะเป็นการทำงานบ้านหรือปรนนิบัติดูแลคนในครอบครัว กิจกรรมที่ท้าทายนิยามทางเพศที่สังคมตีกรอบให้นี้ทำให้ผู้หญิงต้องหาวิธีการชัดเจนและต่อรองอำนาจ รวมถึงการพยายามที่จะสถาปนาอัตลักษณ์ใหม่ๆ ของผู้หญิงขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีคุณสมบัติและศักยภาพมากพอที่จะออกไปอยู่ในพื้นที่นอกบ้านและก้าวอย่างออกไปยังดินแดนอื่นที่ยังไม่เคยไปได้ด้วยเช่นกัน ผู้หญิงใช้อัตลักษณ์ความเป็นคนกล้าหาญ มุ่งมั่น เด็ดเดี่ยว ต้องการที่จะออกเดินทางไม่สนใจคำทัดทานจากคนรอบข้าง ใช้การเป็นผู้แสวงหาความรู้ ผู้รักการอ่าน การค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อที่จะวางแผนการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการ เป็นผู้รู้จักการระมัดระวังภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้น มีเทคนิควิธีการที่จะป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของตัวเองจากมิจฉาชีพ อัตลักษณ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวถึงมาก่อนนี้ ล้วนเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงถึงการพึ่งพาตัวเองได้ ไม่ใช่เพศที่อ่อนแอ สามารถอยู่รอดได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องร้องขอความช่วยเหลือจากใคร

อย่างไรก็ตาม ใ่วาตลอดเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผู้หญิงจะใช้ความแข็งแกร่ง ฉลาดรอบรู้ และกล้าหาญเป็นเครื่องมือในการออกเดินทางท่องเที่ยวเสมอไป หลายครั้งที่ภาพ ความเป็นผู้หญิงซึ่งถือเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าในเกือบทุกสังคมโลก ทำให้ผู้หญิงได้รับความช่วยเหลือ และเอื้อเฟื้อในเรื่องต่างๆ และยังเป็นผู้หญิงที่เดินทางตามลำพัง ความเห็นอกเห็นใจของผู้คนรอบข้าง ดูจะยังมีมากเป็นพิเศษ กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจึงรู้จักการสลับสับเปลี่ยนและ เรียนรู้ว่า เมื่อใดที่ควรจะใช้ความแข็งแกร่งและเมื่อใดที่ควรจะใช้ความอ่อนหวาน จึงจะได้รับ ประโยชน์จากสถานการณ์ๆ ได้มากกว่ากัน

หากเป็นในสถานการณ์ที่กำลังถูกคุกคาม การแสดงให้เห็ว่ามีควมรู้เท่าทัน พร้อมจะตอบ โต้ และไม่ยอมตกเป็นเหยื่อง่ายๆ ก็จะทำให้ฝ่ายผู้คุกคามรู้สึกถึงความยุ่งยากและยอมล่าถอยไป แต่ หากเมื่อแสดงความอ่อนแอ ความไม่รู้ แล้วจะทำให้ได้รับการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่างๆ ให้จบลงได้ โดยง่าย ผู้หญิงก็เลือกที่จะสลับนำอตัลักษณ์ความเป็นผู้หญิงอ่อนแอกออกมาใช้ได้ด้วยเช่นกัน การสลับ ปรับเปลี่ยนอตัลักษณ์นี้เกิดขึ้นอย่างลึนไหลและเป็นไปอย่างป็นธรรมชาติ

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่า การเป็นผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยว ตามลำพังนั้น แม้ว่าจะต้องมีความระมัดระวังตัวทางด้านความปลอดภัยเป็นพิเศษ และมีข้อจำกัดใน หลายๆ อย่างที่ไม่อาจทำได้เทียบเท่าหนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ชาย แต่ความเป็นผู้หญิงก็สามารถนำมาใช้ ประโยชน์ในการร้องขอความช่วยเหลือ และได้รับการแสดงน้ำใจ เห็นใจและเอ็นดูจากทั้งคนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวด้วยกัน ขึ้นอยู่กับความฉลาดในการเลือกว่าจะแสดงความเข้มแข็งหรืออ่อนแอ ออกมาในสถานการณ์นั้นๆ รู้ว่าเมื่อใดควรจะ ‘จัด’ ความเป็นผู้หญิงออกมาใช้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“ถ้าเราเป็นผู้ชายการท่องเที่ยวของเราคงแตกต่างไปจากนี้แน่นอนค่ะ ถ้าเป็นผู้ชายน่าจะไม่ต้องระวังตัวเท่าผู้หญิงในเรื่องทางเพศ เดินทางกลางคืน แบบนี้ เป็นผู้ชายไม่ต้องพกอะไร เยอะ ของเรายังไงก็ต้องทาแป้ง แต่งหน้า เอาไว้ถ่ายรูป ผู้ชายไม่พกต้องเมนส์ แต่การที่เรา เป็นผู้หญิงไม่ได้มีแต่ข้อเสียเปรียบนะคะ ข้อได้เปรียบคือเราเป็นผู้หญิง มีคนเข้ามาให้ความ ช่วยเหลือเยอะคะ อ่อนได้ ต่อดูราคาจ่ายกว่า ต้องมีจริตบ้างในบางโอกาส ตรงไหนต้องแข็งก็ ต้องแข็ง ตรงไหนต้องอ่อนก็อ่อนได้ เรามาเที่ยวบ้านเค้า ต้องปรับให้เค้าบ้าง เพื่อความอยู่ รอด ที่อินเดีย ปากีสถาน อียิปต์นี่ lady first ค่ะ ถ้าคุณไปธนาคาร ต่อดูซื้อตั๋ว แถวจะยาว แคไหน คุณไปข้างหน้าเลยคะ มีสิทธิ์ก่อน ขึ้นไปบนรถมีที่นั่งด้านหน้าว่างสำหรับผู้หญิงคะ เราจะได้ประโยชน์จากสถานะทางเพศ ที่ถือว่าเป็นเพศอ่อนแอกว่าในประเทศที่มีวัฒนธรรม แบบนี้” (สัมภาษณ์, ซาเตีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“เวลาเราจะไปเที่ยวประเทศไหน เราจะหัดภาษาของเค้าไว้บ้าง ประโยคง่ายๆ คำทักทาย สวัสดี สบายดีมัย ขอบคุณ มันเป็นเรื่องที่เราควรจะทำนะ เพราะเค้าจะรู้สึกเราตั้งใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศเค้า มันคือการแสดงความเป็นมิตร จะผ่านตม.เราส่งยิ้มไปก่อนเลย ทักทายด้วยภาษาเค้า เค้าก็จะเอ็นดูเรา ไปแทนซาเนีย 3 สัปดาห์ เราพูดสวาฮีลีได้เยอะมาก ไปอียิปต์นี่พูดอารบิกได้ชนิดถามทางได้ แจ่มความได้ เราจะชอบหัดเอาไว้ ตอนไปลาวคนเดียวเราก็จะนั่งคุยกับคนแปลกหน้า คนรอบข้าง” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“ได้รับการช่วยเหลือเยอะมาก มีคนช่วยหิ้วกระเป๋าตลอด เนื่องจากว่ากระเป๋าใบใหญ่เท่าตู้เย็น ตัวเราเท่ากระเป๋าเลย เค้าเลยสงสารมั้งคะ ร้านอาหารคิวเยอะๆ มาคนเดียวก็สะดวก ก็ไปกินร่วมโต๊ะกับคนอื่นได้ เร็วขึ้น สงสัยอะไรถามเค้าๆ ก็ช่วยแบบเต็มที่ เห็นมาคนเดียว ได้ขนมฟรีเยอะๆ ของเล่น ไร่จี้” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

“ไปเดินซื้อของฝาก เจอหนุ่มตุรกีชวนคุยคุ้ยไปๆ มาบอกจะเลี้ยงข้าว อยากกินอะไรที่นั่นเที่ยวไม่กินมัย ตามเค้าไปเฉยๆ สรุปเกือบตกเครื่องเพราะคิดว่าสามชั่วโมงคงจะพอ ไม่พอจำไม่รู้วาร์รถจะติดโคตๆ พอๆ กับ กทม ไปถึงสนามบินอีก 1 ชม เครื่องจะออกแล้ว วิ่งไปแข่งคิวที่หน้าเช็คอินแต่พุดตี่ๆ นะคะ ว่านี่ตัวฉัน เครื่องจะออกแล้วเช็คให้ก่อนได้ไหม ฉันไม่รู้วาร์รถติด เค้าก็ติงนะทำให้ วิ่งไปเช็คพาสปอร์ตคิวสองกิโล วิ่งลัดไปเลยคะ บอกเครื่องจะออกแล้วค่าขอเถอะน้ำ ข้อดีของการเป็นผู้หญิงในตุรกี หีหี” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“ด้วยท่าทางเรา เค้าจะคิดว่าเรายังเด็กอยู่ เหมือนคนอายุ 25-26 เค้าก็จะบอกว่า ถ้ามีอะไรให้บอกเค้าช่วย กลายเป็นว่าการเป็นผู้หญิงเที่ยวคนเดียว ทำให้เราได้รับความช่วยเหลือมากกว่าปกติด้วยซ้ำ อย่างเจ้าของห้องที่เขาก็บอกว่า มีอะไรไลน์มาถามได้เลยนะ เวลาเปลี่ยนเมืองก็จะพิมพ์บอกเค้า เค้าก็จะบอกว่า take care นะ บางวันมากดอดห้องทำอาหารมาให้กิน แต่เราหลับเพราะเหนื่อยมาก” (สัมภาษณ์, เซอรี, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

Stuart Hall กล่าวว่า (1996) อัตลักษณ์ เป็นเหมือนรอยตะเข็บ (suture) ที่เกิดจากการเย็บรวมความแตกต่างหลากหลายให้รวมเป็นแผ่นผืนเดียวและกลายเป็นอัตลักษณ์หนึ่ง ผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังก็ใช้การเย็บรวมอัตลักษณ์ โดยด้านหนึ่งเป็นด้านที่เกิดขึ้นจากการขัดขืนต่อต้านอำนาจาจารธรรมที่สังคมตีกรอบให้ กับอีกด้านหนึ่งคือสิ่งที่วาทกรรมสังคมกำหนดมาว่าผู้หญิงควรจะเป็นอย่างไร เป็นเพศอ่อนแอ เป็นเพศที่ต้องปกป้อง ช่วยเหลือ จนกลายมาเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิง

นักเดินทาง ที่พร้อมจะพลิกกลับสลับโยกย้าย(dislocation) อັตลักษณ์ที่ควรจะนำออกมาใช้ในแต่ละสถานการณ์ อย่างไม่หยุดนิ่งตายตัว

การสื่อสารอັตลักษณ์

การสลับปรับเปลี่ยนอັตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างในระหว่างการเดินทาง เป็นการสื่อสารอັตลักษณ์ให้เห็นว่า ความเป็นผู้หญิงนั้นมีหลายระดับและความเป็นผู้หญิงนั้นสามารถปรับลดหรือขยับเพิ่มขึ้นได้ ผันเปลี่ยนไปตามเวลาและพื้นที่ ตามแต่บริบทของเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมิได้มีเพียงความเป็นผู้หญิงในแบบที่เก่งกาจ กล้าหาญ เข้มแข็ง เท่านั้น แต่ก็มีความเป็นผู้หญิงที่อ่อนหวาน สุภาพ อ่อนโยนและอ่อนแออยู่ในตัวด้วย การจะออกท่องเที่ยวตามลำพังได้ ไม่จำเป็นต้องสละทิ้งความเป็นผู้หญิงที่อ่อนหวานและอ่อนแอ หากอยู่ที่การเลือกว่าจะนำความเป็นผู้หญิงแบบไหนออกมาแสดงให้เห็นในสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากกว่า

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารในตัวเองเมื่อต้องทำการประเมินสถานการณ์ว่า ในสถานการณ์เช่นนี้ ควรจะแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิงในระดับใดหรือในลักษณะใด จึงจะทำให้ได้รับการตอบสนอง ช่วยเหลือ ให้แนะนำ หรือแก้ไขปัญหามาตามที่ตัวเองต้องการ โดยต้องคำนึงถึงข้อดีและข้อเสียที่จะตามมาเป็นสำคัญ เช่น การบอกว่าเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงลำพังคนเดียว อาจจะทำให้ได้ส่วนลดค่าที่พัก หรือการช่วยเหลือเป็นพิเศษจากโรงแรมที่พัก หรือพนักงานบริการต่างๆ แต่ก็อาจนำมาซึ่งอันตรายได้หากผู้อื่นรู้ว่าอยู่เพียงลำพังคนเดียว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การปรับเปลี่ยนการแสดงออกซึ่งความเป็นผู้หญิงนี้เป็นไปโดยธรรมชาติ และโดยมากเกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว เนื่องจากเป็นอุปนิสัยพื้นฐานของความเป็นผู้หญิงอยู่แล้ว เช่น การใช้รอยยิ้มเพื่อผูกมิตร การพูดจาสุภาพอ่อนหวานกับผู้อื่น การใช้รูปแบบของการขอร้องมากกว่าจะออกคำสั่งหรือเรียกร้องในสิ่งที่ต้องการ

การสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารกับผู้อื่นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความต้องการ การช่วยเหลือ คำแนะนำ อยากให้ช่วยแก้ปัญหา โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เป็นองค์ประกอบ เช่น บริบทวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทักษะการสื่อสารที่ตัวเองมี เป็นต้น การสื่อสารระหว่างบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนอาจจะทำได้ราบรื่นแตกต่างกันไปตามทักษะทางภาษาที่แต่ละคนมี สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่พูดภาษาอังกฤษไม่ได้มากนัก ก็จะมีการใช้อวัจนภาษาเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า หลายครั้งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เป็นฝ่ายเริ่มร้องขอความช่วยเหลือใดๆ แต่กลับได้รับความช่วยเหลือตั้งแต่แรกในทันที โดยเฉพาะในประเทศที่มีวัฒนธรรมในการแสดง

ความเป็นสุขภาพบุรุษแก่ผู้หญิง เช่น เมื่อมีคนเห็นว่ากระเป๋าดูใหญ่ ก็เดินมาช่วยยกขึ้นบันได สถานีรถไฟให้ทันทีโดยไม่ได้ขอให้ช่วย นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างได้รับการแบ่งปันอาหาร ขนมให้ จากคนที่นั่งอยู่ใกล้กันบนรถ ด้วยเกิดจากความเอ็นดูว่าเป็นผู้หญิงและนั่งอยู่เพียงลำพังคนเดียวโดยไม่มีเพื่อน

ตารางที่ 4.10 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์

การใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์	การสื่อสารอัตลักษณ์
การใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์	ผู้หญิงนักเดินทางไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นคนเก่งกล้าสามารถ และสามารถทำทุกอย่างได้ด้วยตัวเองเสมอไป เมื่อเกิดปัญหาหรือความผิดพลาด ก็สามารถร้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นได้ รู้จักการปรับเปลี่ยนตัวเองให้เป็นสุขภาพสตรี ในวัฒนธรรมที่ยกย่องการแสดงน้ำใจและความเป็นสุขภาพบุรุษกับผู้หญิง

5) ความเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker

การเดินทางท่องเที่ยวแบบแบกเป้ (backpacking) นับเป็นรูปแบบการออกเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมของหนุ่มสาวตะวันตกในช่วงยุค 60 เพื่อออกเดินทางเสาะหาประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในโลกกว้าง เพื่อค้นหาตัวเอง เพื่อที่จะได้ลองสัมผัสและใช้ชีวิตในอีกรูปแบบวัฒนธรรมอย่างจริงจัง นักเดินทางแบกเป้ในยุคก่อนเป็นผู้ใช้รูปแบบการเดินทางแบบประหยัดงบประมาณ นำข้าวของติดตัวไปน้อยชิ้น เสื้อผ้าเพียงไม่กี่ชุด เลือกพักอาศัยในที่พักราคาถูก รับประทานอาหารท้องถิ่น หรือแม้แต่โบกรถเพื่อขอโดยสารในถิ่นท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ยากและปราศจากการคมนาคมด้วยขนส่งมวลชนสาธารณะ และออกเดินทางครั้งหนึ่งเป็นระยะเวลายาวนานหลายเดือนหรือเป็นปี เพื่อที่จะได้ลองใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากโลกเดิมของตนเองอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ดี ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังทั้ง 26 คนแล้วพบว่า รูปแบบความเป็นนักเดินทางของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว น่าจะมีความสอดคล้องหรือกำลังระหว่างนักเดินทางแบบ Backpacker กับรูปแบบนักเดินทางที่เรียกว่า Flashpacker มากกว่า เมื่อพิจารณาจากค่านิยมที่ผู้วิจัยสืบค้นเกี่ยวกับ Flashpacker ดังนี้

“Flashpacker” คือคำที่ใช้สำหรับนิยามกลุ่มนักท่องเที่ยว สมัยใหม่ที่พกพาอุปกรณ์ทันสมัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smartphone, Tablet, Netbook เพื่อใช้ค้นหาข้อมูล และการ

สื่อสาร แทนการส่งจดหมายที่มีความล่าช้า เลือกพักในที่ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ไร้สาย รวมไปถึงระยะเวลาการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม Backpacker จะเดินทางเป็นระยะเวลา 6 เดือน ถึง 2 ปี แต่ในปัจจุบันลดเหลือประมาณ 30 วัน สำหรับระยะเวลาการท่องเที่ยวของกลุ่ม Flashpacker (ธัชวิทย์ สิบบุญเรือง, 2557)

“Flashpacker” หรือนักผจญภัยที่ปรารถนาการท่องเที่ยวแบบมีสไตล์และความสะดวกสบาย Flashpacker เป็นนักท่องเที่ยวที่มีสไตล์การท่องเที่ยวที่เป็นของตัวเอง เช่น พักห้องพักที่มีสไตล์สมัยใหม่ เน้นความสะดวกสบาย กระเป๋าเดินทางที่ใช้เป็นกระเป๋าถือลาก พกพาอุปกรณ์เทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นแล็ปท็อป สมาร์ทโฟนหรือไอแพด เป็นกลุ่มที่มีความยืดหยุ่นสูงในเรื่องการใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง ขณะที่ Backpacker เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบการแบกเป้และหาที่พักพวกเกสต์เฮาส์โดยไม่ได้เน้นห้องพักที่หรูหราอย่างมีสไตล์ (อะตอม, 10 มกราคม 2558

)

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ออกเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยครั้งละ 10-12 วัน เนื่องจากข้อจำกัดในการลาพักร้อนเนื่องด้วยเป็นพนักงานประจำ หากเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลานานเป็นเดือนๆ แล้ว กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใช้วิธีการลาออกจากงานเพื่อออกเดินทางท่องเที่ยว โดยวางแผนเก็บสะสมเงินเอาไว้เป็นค่าใช้จ่าย และสำรองเอาไว้สำหรับการกลับมาทำงานทำใหม่ จากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่าบริษัทเอกชนและหน่วยงานราชการในประเทศไทยส่วนมากแล้ว พนักงานจะมีวันลาพักร้อนเพียงปีละ 10-15 วัน และอาจจะมากกว่านั้นหากเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลายาวนานเกิน 10 ปี กลุ่มตัวอย่างจะต้องวางแผนการใช้วันลาเพื่อท่องเที่ยวอย่างรอบคอบ และใช้การลาหยุดเพิ่มเติมเข้าไปในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่างๆ เพื่อที่จะได้มีเวลาในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ด้วยข้อจำกัดนี้ การออกเดินทางท่องเที่ยวครั้งละนานนับเดือนหรือนับปีอย่างนักท่องเที่ยวประเภท Backpacker จึงแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย

ปัจจัยต่อมาคือค่าเงินของประเทศไทย ที่มีค่าน้อยกว่าค่าเงินของประเทศตะวันตกที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และแข็งแกร่งกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกสามารถทำงานเพียงไม่กี่เดือนเพื่อสะสมเงินในการออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานานนับปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายในประเทศแถบเอเชียที่มีค่าน้อยกว่าหลายเท่าตัว ทำให้ปัจจัยด้านทุนเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวตะวันตกมีปัญหาน้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว กลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยต้องใช้เวลาสะสมเงินนาน 1-2 ปี หากจะต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในแถบยุโรปซึ่งมีค่าครองชีพสูงกว่าประเทศไทยมากเพียง 1-2 สัปดาห์ ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานานๆ จึงถูกจำกัดให้สั้นลงด้วยเงื่อนไขด้านงบประมาณด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 4.2 นักเดินทางแบบ Flashpacker

ปัจจัยต่อมาที่ส่งผลให้กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเลือกรูปแบบนักเดินทางแบบ Flashpacker ก็คือเงื่อนไขด้านร่างกาย ด้วยสรีระและความแข็งแรงของร่างกายที่มีน้อยกว่าผู้ชาย การใช้กระเป๋าถือลากจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกสบายกว่าการแบกกระเป๋าที่มีน้ำหนักมากถึง 15-20 กิโลกรัมเอาไว้บนหลัง กลุ่มเป้าหมายหลายคนที่เคยทดลองใช้ทั้งแบบกระเป๋าเป้แบกหลังและกระเป๋าถือลากพบว่า กระเป๋าถือลากทำให้การเดินทางสะดวกสบายขึ้น ไม่ต้องทนแบกน้ำหนักมากๆ เป็นเวลานานกว่าจะถึงที่พัก หรือหากต้องการหยุดพักเพื่อดูแผนที่หรือสอบถามเส้นทาง ก็ไม่ต้องเสียเวลาปลดกระเป๋าออกจากหลัง และการเดินทางในหลายประเทศก็มีถนน ทางลาด และลิฟต์ ซึ่งนอกจากจะไม่เป็นอุปสรรคในการใช้กระเป๋าถือลากแล้ว ยังอำนวยความสะดวกมากขึ้นไปอีกด้วย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย กลุ่มนักเดินทางผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังพบว่า การมีอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์แท็บเล็ต นั้นช่วยให้การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ศึกษาเส้นทาง หรือตรวจสอบราคาค่าใช้จ่ายต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยวทำได้อย่างสะดวก และไม่ต้องอาศัยการสอบถามจากคนอื่นซึ่งอาจมีความไม่แน่ใจและเสี่ยงที่จะถูกหลอกหลวงได้ หรือบางครั้งการเดินทางไปในประเทศที่ไม่ได้พูดภาษาอังกฤษเป็นหลัก การค้นหาข้อมูลจากอุปกรณ์สื่อสารเหล่านี้มีส่วนช่วยในการเดินทางและแก้ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ สำหรับนักเดินทางที่เป็นผู้หญิงเดินทางตามลำพัง การติดต่อสื่อสาร แจ้งความเคลื่อนไหว และบอกกล่าวถึงสวัสดิภาพความปลอดภัยให้แก่ครอบครัวและเพื่อนฝูงในระหว่างการเดินทาง เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่ได้รับอนุญาตจากครอบครัวให้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องแจ้งความเคลื่อนไหวให้ทางครอบครัวเป็นระยะ เพื่อความสบายใจว่าไม่ได้รับอันตรายหรือเกิดปัญหาส่วนตัวแต่อย่างใด

ปัจจัยความเป็นผู้หญิงที่ยังคงมีความรักสวยรักงามและให้ความสำคัญกับการดูแลหน้าตา ผิวพรรณ สัมภาระของนักเดินทางผู้หญิงจึงไม่ได้มีแต่เสื้อผ้าและของใช้พื้นฐานในชีวิตประจำวัน แต่

ยังเพิ่มเติมด้วยข้าวของเครื่องใช้ในการดูแลผิวพรรณ การแต่งหน้าทำผม และเสื้อผ้ารองเท้าที่คัดเลือกมาเพื่อแต่งกายให้ออกมาสวยงาม อย่างไรก็ตามก็ติดกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญในจุดนี้ ขอเพียงสวมใส่เสื้อผ้าและรองเท้าที่สบาย ไม่ต้องแต่งหน้าทำผมเพราะไม่ค่อยถ่ายภาพตัวเองในระหว่างการท่องเที่ยวสักเท่าไรอยู่แล้ว

“นี่คือเวลาไปทริป คิดริมแล้วว่าจะแต่งชุดอะไร เลือกชุดให้เข้ากับสถานที่ อย่างเดินเยอะ ต้องไม่ใส่คู้้นั้น กิอะไรก็ได้ แต่เรื่องแต่งตัวถ่ายรูปนี่ไม่ได้ เป็นแบ็คแพ็กเกอร์ที่พกรองเท้า 3 หมวก 2 กระเป๋า 3 (หัวเราะ)” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

การเป็นนักท่องเที่ยวแบบ flashpacker แสดงถึงความพยายามที่จะเป็น ‘นักเดินทาง’ ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องด้วยปัจจัยที่ไม่อำนวยหลายอย่างทั้งเวลา งบประมาณ สรีระ ฯลฯ ที่ทำให้การเป็นนักท่องเที่ยวแบบนี้เป็นเรื่องยากสำหรับผู้หญิงไทยที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางตัวจริงให้ปรากฏออกมาให้เห็นมากที่สุด จึงทำการปรับเปลี่ยนเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของนักเดินทางแบบ flashpacker ที่แม้จะไม่สมบูรณ์แบบเท่า แต่ก็ยังเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เลือกที่พักและกิจกรรมในการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

อัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่งที่สื่อสารออกมาพร้อมความเป็นนักท่องเที่ยวแบบ flashpacker ก็คือ อัตลักษณ์ของความเป็นผู้รู้เท่าทันเทคโนโลยี รู้จักการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูลการเดินทาง ใช้ในการคัดเลือกที่พักและร้านอาหารที่ต้องการ รวมไปถึงยังมีอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงาม ด้วยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการแต่งกาย แต่งหน้า เพื่อให้ออกมาดูสวยงามเข้ากับบรรยากาศการท่องเที่ยวและถ่ายรูปออกมาแล้วดูสวยงาม น่าสนใจ

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

นอกจากการสื่อสารภายในตัวเอง ที่กลุ่มตัวอย่างพยายามจะคิดหาวิธีที่จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง เป็นการออกไปสัมผัสความเป็นของจริง (authenticity) ได้ไปเห็นบ้านเมืองจริงๆ ที่ไม่ใช่หมู่บ้านหรือเมืองจำลองที่สร้างเอาไว้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ต้องการได้ลองรับประทานอาหารพื้นเมืองในบรรยากาศที่เป็นปกติธรรมดาอย่างที่ชาวเมืองทำกันเป็นกิจวัตร ไม่ใช่ในห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปริมาณมากๆ และเป็นอาหารที่รู้จักคุ้นเคยอยู่ทุก

เมื่อเช้าวาน ได้ไปเห็นการเดินทาง การแต่งกาย การใช้ชีวิตอย่างแท้จริงของคนในเมือง ไม่ใช่เห็นเพียงคนในชุดประจำชาติที่สวมใส่แต่งกายมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก ฯลฯ

การสื่อสารมวลชน กลุ่มตัวอย่างได้สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางแบบ flashpacker ของตัวเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอในการออกเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ภาพการจัดกระเป๋าเดินทางที่ประกอบไปด้วยเสื้อผ้า อุปกรณ์การแต่งกายต่างๆ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ภาพกลุ่มตัวอย่างกำลังลากกระเป๋าเดินทาง ภาพโรงแรมที่พักที่มีความสะอาดสบาย ทันสมัยมีเอกลักษณ์ รวมทั้งแสดงถึงการใช้อุปกรณ์สื่อสารอยู่ตลอดเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว เช่น การ check in สถานที่ต่างๆ การโพสต์รูปในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การเซลฟี่ (selfie) ภาพของตัวเอง

ตารางที่ 4.11 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker

การเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker	การสื่อสารอัตลักษณ์
ระยะเวลาการเดินทาง	บริหารจัดการวันลาและภารกิจต่างๆ จนสามารถทำให้เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งได้นานที่สุดเท่าที่จะนานได้ (10-15 วัน)
ที่พัก	เลือกที่พักที่เหมาะสมกับงบประมาณ โดยพิจารณาจากสถานที่ตั้ง ความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก และอำนวยความสะดวก และมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด
กระเป๋าใส่สัมภาระ	ปรับเปลี่ยนกระเป๋าใส่สัมภาระไปตามรูปแบบการเดินทางและจุดหมายปลายทาง
สิ่งที่นำติดตัวไปในการเดินทาง	ใช้อุปกรณ์สื่อสาร อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง เช่น ค้นหาข้อมูล สืบราคาตั๋วเครื่องบิน ตรวจสอบราคา และเพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัว
ปริมาณสัมภาระที่นำติดตัวไปด้วย	นำเสื้อผ้าข้าวของไปในปริมาณที่เหมาะสมกับความจำเป็น เลือกใส่เสื้อผ้าที่สบาย เหมาะสมกับสภาพอากาศ แต่ให้ความสำคัญกับความสวยงามของตัวเองด้วยการแต่งหน้า สวมเครื่องประดับ หมวก

6) ความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ เป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูง ยิ่งเป็นการเดินทางไปในประเทศในซีกโลกที่ห่างไกล ค่าใช้จ่ายก็ยิ่งมากขึ้นเป็นเงาตามตัว และหากเป็นการท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าครองชีพสูง เป็นระยะเวลาหลายๆ ด้วยแล้ว นับเป็นเงินจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียวที่จะต้องถูกจับจ่ายใช้ไปในกิจกรรมนี้

ไม่เพียงแต่ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ในระหว่างการท่องเที่ยวยังมีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจสนใจอยากสัมผัสประสบการณ์ เช่น การขึ้นเฮลิคอปเตอร์ชมทัศนียภาพ การขึ้นบอลลูน การออกเรือไปชมปลาวาฬ การซื้อแพ็คเกจชมไร่องุ่นชิมไวน์ การจ่ายค่าเข้าชมโรงงานผลิตชีส ซึ่งผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเหล่านี้ ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อที่จะได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ต่างๆ ให้ได้มากที่สุด เท่าที่จำนวนเงินในกระเป๋าจะเอื้ออำนวยโดยไม่รู้สึกละอายใจ คิดแต่เพียงว่ามีโอกาสได้มาถึงที่แห่งนั้นแล้ว และไม่รู้ว่าจะได้กลับไปอีกหรือเปล่า ควรจะทำทุกอย่างที่ต้องทำให้คุ้มค่าที่สุด หากเราใช้กรอบการมองว่าการท่องเที่ยวเป็นพิธีกรรมตามที่ A. van Gennep (1960) อธิบายเอาไว้ การใช้จ่ายเงินในระหว่างการท่องเที่ยวก็นับว่าอยู่ในขั้นของ 'liminality' ที่ซึ่งนักท่องเที่ยวกำลังอาศัยอยู่ในพื้นที่ใหม่ ที่องค์ประกอบทุกอย่างในชีวิตแตกต่างจากชีวิตปกติ ทั้งการแต่งกาย กิจกรรม อาหารการกิน การใช้ชีวิต (กาญจนา แก้วเทพ, 2557: 64)

ในช่วงของ 'liminality' นี้ Victor Turner นักวิชาการด้านมนุษยวิทยาอีกคนหนึ่งให้ความสนใจในมิติด้านอารมณ์และความรู้สึก และพบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นักท่องเที่ยวจะเกิดการตื่นตัวเชิงสังคม (social excitement) อย่างสูงมาก พร้อมทั้งจะลองทำอะไรใหม่ๆ ทำสิ่งที่ไม่เคยทำ เห็นอะไรก็ตื่นเต้นอยากรู้ อยากเห็น อยากได้ลองสัมผัส ได้มีประสบการณ์ไปเสียทุกอย่าง ด้วยความรู้สึกกระตือรือร้นเหล่านี้เป็นสิ่งที่หายากในชีวิตการทำงานและชีวิตประจำวัน กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางคนเดียวจึงมีความรู้สึกที่ว่า พร้อมและเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินในระหว่างการท่องเที่ยวอย่างไม่เสียดาย และรู้สึกว่าการประสบการณ์ที่ได้รับนั้นมีค่ามากกว่า ความทรงจำที่น่ากลับมาที่มีคุณค่าสูงกว่าการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อหาวัตถุหรือทรัพย์สินอื่นใด (กาญจนา แก้วเทพ, 2557: 64)

อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกศรัทธาในพิธีกรรมของการท่องเที่ยว และลุ่มหลงในความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจนั้น จนกลายเป็นความรู้สึกศักดิ์สิทธิ์และมีอำนาจจนไม่อาจพลาดหรือไม่อาจยอมที่จะไม่เข้าร่วมได้

และถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่เมื่อใช้จ่ายแล้วก็หมดไป ไม่ได้กลายเป็นทรัพย์สินที่จับต้องหรือออกเงยได้กลับคืนมาเหมือนการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ทองคำ หรือเครื่องประดับ แต่การ

ท่องเที่ยวก็ยังคงสามารถแสดงบทบาทในการเป็นเครื่องหมายแห่งความมั่งคั่งของชนชั้นกลางได้อย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของการมีเวลาว่าง (leisure) ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชนชั้นสูง แม้ว่าในช่วงเวลาปกติแล้วจะต้องทำงานแบบชนชั้นล่าง แต่นักเดินทางก็ยังมีเวลาว่างที่จะนำไปใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มีรายได้มากพอที่จะสามารถเดินทางออกไปยังดินแดนอื่น และกลับมาเล่าถึงสิ่งต่างๆ ที่ได้ไปประสบมาให้กับผู้อื่นฟัง รวมไปถึงทุนวัฒนธรรมที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้โดยไม่ต้องพึ่งพาบริการบริษัทนำเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นวิถีใช้เวลาว่างที่สะท้อนให้เห็นโครงสร้างของชนชั้นในสังคมได้อย่างชัดเจน คนแต่ละชนชั้นก็มีรูปแบบการท่องเที่ยวของตัวเอง การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จึงเป็นการอ้าวงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ความเป็นชนชั้นกลางอย่างเหนียวแน่น

“พี่ไม่ได้ใช้เงินกับอย่างอื่น พี่เลยใช้เงินกับเรื่องเที่ยวเยอะมาก บางทีก็กินแพงมาก บางทีก็อยากลองไปที่แปลกๆ หรือทำกิจกรรมต่างๆ อย่าง skydiving cage diving ก็จ่ายหมด บิลมาทีก็จะเป็นลม แต่คือเราอยู่ที่นั่นแล้วไง แล้วเราก็ไม่รู้จะได้อีกเมื่อไหร่ เราก็ลองเต็มที่ พี่มีความรู้สึกว่าการต้องมาตั้งบัตเจ้ท์กับการเที่ยวเป็นเรื่องจ้เง่า แต่ไม่ใช่ไม่ตั้งเลยนะ” (สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“เราเป็นคนไม่เสียดายกับการจ่ายเงินเพื่อไปเที่ยว บางคนเค้าบอกไปเที่ยวแล้วได้อะไร เราบอกว่าเราได้ประสบการณ์ชีวิต ถ้าเราไม่ออกเดินทาง เราก็จะไม่ได้เจอสิ่งเหล่านี้ เมื่อก่อนเราก็เหมือนผู้หญิงทั่วไป ชอบซื้อป๊ิง มิงานเซลส์ต้องไป แต่พอเดี๋ยวนี้มองของในบ้านแล้ว โห้ยไม่น่าซื้อเลย เอาไปเที่ยวได้ตั้งเยอะ เพิ่งมีอาการแบบนี้หนักในช่วงปีหลังๆ กระเป๋าที่ใช้ให้มันขาดไปก่อนค่อยซื้อใหม่ดีกว่า ไม่ได้กระแจะว่าจะต้องไปเที่ยวเมืองนอกนะ แต่เราอยากเห็นอะไรที่แตกต่าง” (สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

“ก่อนหน้านี้ตอนต้นปีเราก็ตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบิน บินไปออสเตรเลียโดยที่ไม่ได้ถามเค้า (สามี) เหมือนกัน แคบอกเค้าว่า ซื้อแล้วนะ แค่นั้น เค้าก็แอบไม่โอเคแหละ แต่เค้าทำอะไรไม่ได้ เพราะมันเป็นการตัดสินใจของเรา เป็นเงินของเราด้วย ี่เป็นแบบนี้ทุกครั้ง เวลาไปเที่ยวกับเค้า ไปเมืองจีน ไปหลีเป๊ะ ี่ก็จองของี่เองทุกอย่าง จนตอนนี้เค้าขอ commitment ว่า ต่อไปนี้ห้ามซื้อแพ็กเกจท่องเที่ยวที่เป็นคู่เอง ต้องมาคุย มาปรึกษากันก่อน เพราะเค้าเสียดายเงิน ี่ก็บอกว่า โอเค ไม่ซื้อก็ไม่ซื้อ เค้าไม่เที่ยวก็เรื่องของเค้านะ แต่ฉันอยากไป ฉันจะไป ี่จะบอกเค้าว่า ทุกปี ี่ต้องให้รางวัลตัวเองหนึ่งชิ้น นี้ก็คือรางวัลของี่ หลายๆ ครั้งเค้าไม่ได้ไปทำอะไร แล้วี่ได้ไปทำ เค้าก็จะมาบอกว่า เค้าน่าจะคิดแบบี่เนอะ เค้าเสียดาย เค้า

น่าจะให้รางวัลตัวเองบ้าง ระบุว่า มันควรจะให้อะไร ไม่รู้ว่าวันพรุ่งนี้จะเป็นยังไง ถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำ เรายังมีแรงที่จะเที่ยว เราควรเที่ยว ถ้าอยากจะสนองนี้ดี สอนองไปเลย” (สัมภาษณ์, เซอร์รี่, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“ประสบการณ์ ความทรงจำ สำคัญยิ่งกว่าสิ่งของ เราไปเที่ยว เรามีความสุข ตื่นตากับการเดินทาง เปิดรูปดูก็ยังรู้สึกถึงช่วงเวลาดีๆ พวกนั้นได้ แต่ข้าวของพอใช้ไปซักรักก็เบื่อแล้ว เรา รู้สึกแบบนั้น ไป Iceland หมดเป็นแสนนี้ไม่เสียดาย แต่จะซื้อกระเป๋าซักรักไปนี่คิดแล้วคิดอีก” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“รู้สึกคุ้มที่สุด ไม่เคยเสียตายนเรื่องเที่ยวเลย 2 อย่างที่ไม่เคยเสียตายนที่เสียไปคือการเที่ยว เปิดโลก และเข้าฟิตเนสออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ฟิตเนสได้ร่างกาย เที่ยวได้จิตใจ ครอบอะเราว่า เราสำหรับนะ” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

“โบเก็บเงินสำหรับเที่ยวทุกเดือน ห้ามเอามาใช้ ชีวิตประจำวันประหยัดมาก ตั้งงบ แล้วก็หารออกมาเลย ก็เดือน เดือนละก็บาท เพื่อนต้องนัดล่วงหน้า เก็บตายนตัวเลยว่าเดือนเท่าไร แล้วมาวางแผนทีหลัง อย่างปีที่แล้วใช้เยอะมาก ปีนี้ก็ไปใกล้ๆ หน้อยอย่างเนปาล ความสุขของโบคือการท่องเที่ยว ชีวิตประจำวันเห็นจนชินแล้ว ยอมลำบากเพื่อไปฟินที่เมืองนอกดีกว่า เผื่อตายก่อน ไม่ได้ใช้เงินอีก ตอนแรกพ่อแม่ไม่เข้าใจ กลัวโบแก่แล้วไม่มีเงิน แต่โบไม่สน แต่ก็แบ่งเงินเก็บไว้อีกส่วนด้วย บางคนมีความสุขในชีวิตประจำวัน แต่ไม่เห็นโลกกว้าง โบ เลือกลงเห็นโลกกว้างดีกว่า” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“อยากจะทำเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ตอนนี้มีข้อจำกัดเรื่องเงิน ก็จะเที่ยวที่ไม่แพงก่อน ถ้าพร้อมแล้วก็จะไปยุโรป อยากไปเห็นการใช้ชีวิตของคนในที่ต่างๆ อยากลาออกจากงาน แล้วออกเที่ยวไปเรื่อยๆ ด้วยซ้ำ แต่คงทำได้ยาก เพราะค่าเงินของบ้านเรามันไม่ได้ใหญ่มาก การไปเที่ยวคือการไปพักผ่อน ได้ไปเห็นสิ่งที่ไม่เคยเห็น เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ตัวเอง มีเพื่อนที่ไม่ไปเที่ยวไหนเลย เก็บเงินอย่างเดียว ค่าจะกลัวมาก กลัวไปหมดทุกอย่าง ไม่กล้าทำอะไรเลย ไม่กล้าเสี่ยง” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“มันก็แล้วแต่เจ๊ใจของแต่ละคน บางคนก็บอกว่า ไปเที่ยวทีละ 2-3 หนึ่ ถ้าเก็บเงินแบบนี้ซักรัก 10 ปีก็มีเงินไปซื้อบ้านวังน้ำเขียวได้แล้ว เอาไปซื้อกองทุนดีกว่า ก็ถามว่าแล้วจะเอาเงินไปทำอะไร เงินที่เก็บไว้จะใช้เมื่อไหร่ แต่เราก็ไม่แตะเค้านะ มันเป็นความคิดและการตัดสินใจ

ของแต่ละคน แต่เราคิดว่าจะมีเวลาอีกซักกี่ปีที่เราจะเดินทางท่องเที่ยวได้ เราก็เลยเลือกเที่ยว ใครจะบอกว่าเอาไปซื้อทองคำดีกว่า หรือทำอย่างอื่นดีกว่า ก็ไม่สนใจ อยู่ที่ความชอบของเรา” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

การสื่อสารอัตลักษณ์

ความพึงพอใจที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยไม่เสียดายนั้น สื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นชนชั้นกลางผู้มีทุนเศรษฐกิจสูงของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจน และเป็น การเน้นย้ำให้เห็นว่า งบประมาณเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิง หากปราศจากอำนาจทางการเงินแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อเปิดรับประสบการณ์ก็อาจทำได้อย่างจำกัด ตัดโอกาสการได้ลองทำสิ่งต่างๆ ที่ไม่เคยทำ และทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพียงการเดินทางจากที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเท่านั้น

การใช้จ่ายเงินอย่างไม่รู้สึกละอายกับการท่องเที่ยว ยังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในระดับที่สูงกว่ากิจกรรมอื่นๆ คิดว่าการท่องเที่ยวคือรางวัลชีวิต คือ การเรียนรู้และประสบการณ์ที่ประเมินค่าไม่ได้ การซื้อประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นเงินมากแค่ไหนก็คุ้มค่าและประสบการณ์นั้นจะอยู่ติดตัวเราไปตลอด ไม่เหมือนการซื้อข้าวของอื่นๆ ที่วันหนึ่งก็หมดราคา หมดความนิยมและต้องโยนทิ้งไป

การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวยังแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้รู้จักวางแผนทางการเงิน มีวินัยในการอดออมสะสมเงิน และวางแผนในระยะยาวอย่างมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สวนทางกับภาพของผู้หญิงที่สังคมมักมองว่าเป็นเพศที่ชื่นชอบการจับจ่ายใช้สอยโดยไม่คิดหน้าคิดหลัง

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารภายในตัวเองของกลุ่มตัวอย่างมีความชัดเจนอย่างยิ่งในการกำหนดความคิดความ ตั้งใจ ที่จะแสวงหาประสบการณ์ให้ออกมามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และ ตั้งใจที่จะใช้จ่ายเงินมากเท่าที่จะสามารถจ่ายไหว เพื่อให้ได้เปิดโลกกว้างที่สุด พบเจอสิ่งใหม่ๆ ให้มากที่สุด ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำให้มากที่สุด เพราะประสบการณ์คือสิ่งมีค่ายิ่งกว่าสิ่งใด และคนเราควรได้รับมันเป็นรางวัลให้กับชีวิต

การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยมากเกิดขึ้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างถูกตั้งคำถามถึงการใช้จ่ายเงินใน การท่องเที่ยว โดยเกิดจากคนรอบข้างเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งคำถามถึงการวางแผนอนาคต การวางแผนการเงิน ความพะวงสงสัยว่าทำไมจึงใช้จ่ายเงินกับการท่องเที่ยวบ่อยครั้งนัก โดยมาก

เป็นไปในเชิงไม่เห็นด้วย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนก็จะใช้วิธีอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจ แต่บางคนก็คิดว่า การปล่อยผ่านไปน่าจะดีกว่า เพราะเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ผู้อื่นเข้าใจในความคิดของตัวเอง

การสื่อสารมวลชน กลุ่มตัวอย่างถ่ายทอดกิจกรรมต่างๆ ที่ทำตลอดการเดินทางท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์ของตัวเองอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีความพิเศษ และต้องมีการจ่ายเงิน เพื่อให้ได้สัมผัสประสบการณ์ เช่น การขึ้นบอลลูน ชี่อูฐ การลองแต่งชุดประจำชาติ ดำน้ำ ล่องเรือ ขึ้นชมยอดดึกที่สูงที่สุด ฯลฯ ซึ่งภาพกิจกรรมเหล่านี้จะได้รับความสนใจจนมีผู้ติดตามเข้ามาแสดงความคิดเห็นอย่างมากมาย โดยมากเป็นการแสดงความรู้สึกตื่นเต้นไปด้วย หรือชื่นชม ไปจนถึงรู้สึกอิจฉาบ้างก็ถามถึงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำ ราคา สถานที่ การจอง เป็นต้น

ตารางที่ 4.12 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว	การสื่อสารอัตลักษณ์
ไม่เสียดายกับการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว	<p>เป็นชนชั้นกลางระดับสูงที่มีทุนทางเศรษฐกิจมากพอที่จะเลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ได้ตามความพอใจ</p> <p>เป็นผู้ให้ความสำคัญกับแสวงหาความรู้และประสบการณ์ชีวิตให้กับตัวเอง</p> <p>เป็นผู้มีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และเก็บออมเงินอย่างเป็นระบบ ไม่ได้เป็นไปอย่างสะเปะสะปะตามอารมณ์</p>

2.3 พฤติกรรม การแสดงอัตลักษณ์และระดับการสื่อสารภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว

1) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก

เมื่อเดินทางกลับจากการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลพบว่า ตัวเองมีมุมมองต่อโลกและสิ่งต่างๆ เปลี่ยนไป จากที่ไม่เคยรู้ ไม่เคยเข้าใจมาก่อน เมื่อได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมประเพณี อุปนิสัยใจคอของผู้คนในประเทศต่างๆ ที่เดินทางไปท่องเที่ยว และพบว่ามีความแตกต่างจากที่เคยได้รับผ่านสื่อหรือมาอาศัยความเชื่อเดิมที่เคยวาดภาพเอาไว้ ก็ได้ส่งผลให้ความคิดความเชื่อเดิมที่เคยมีมาก่อนเริ่มมีการขยับขยาย ปรับเปลี่ยน และเคลื่อนย้ายมาอยู่ตรงกลาง

ระหว่างความเชื่อเดิมและความจริงที่กำลังได้ประสบบรรู้อยู่ในระหว่างที่ท่องเที่ยว จนกระทั่ง ตกตะกอนและกลายเป็นมุมมองใหม่ที่มีต่อโลก อันส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงตัวตนหรืออัตลักษณ์ของ นักเดินทางผู้นั้นด้วย

ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังบ่อยครั้งเข้า จะค่อยๆ สลายความคิดที่มีลักษณะของ สารัตถะ (Essentialism) ซึ่งเชื่อว่าทุกอย่างคือความเที่ยงแท้ แน่นอน ตายตัว หรือมองเห็นสิ่งต่างๆ เป็นแบบแผน (stereotype) ตามที่เคยได้รับการบอกเล่าและหล่อหลอมให้เชื่อมาโดยตลอด อาทิ เมืองในยุโรปจะต้องเต็มไปด้วยความศิวิไลซ์สวยงาม คนผิวดำคือบุคคลอันตรายควรรระมัดระวังตัวเมื่อ เข้าใกล้ คนต่างชาติผู้มีอันจะกินล้วนแต่ใช้สินค้าแบรนด์เนมราคาแพง เอธิโอเปียคือประเทศแห้งแล้ง อดัดอาหารการกิน ผู้คนอดอยากหิวโหย แต่เมื่อได้ไปประสบด้วยตัวเองจึงรู้ว่า ความจริงที่เคยได้รับการบอกเล่ามาไม่ได้เป็นเช่นนั้น และเริ่มปรับเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อโลก เริ่มตั้งข้อสงสัย และต้องการไป พิสูจน์ให้เห็นด้วยตัวเอง การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ที่มีต่อการมองโลกเช่นนี้ อธิบายได้ด้วย แนวคิดอัตลักษณ์ในแนวคิดหลังสมัยใหม่ ซึ่งเน้นเรื่องการตั้งข้อสงสัยกับความจริงและสิ่งต่างๆ ที่รับรู้ โดยเชื่อว่าเราไม่ได้รับรู้โลกอย่างตรงไปตรงมา และสิ่งต่างๆ ในโลกก็ไม่ได้มีเพียงข้อเท็จจริง แต่ขึ้นอยู่กับตำแหน่งจุดยืนที่เรามองดูภาพนั้น ข้อเท็จจริงต่างๆ ล้วนมีความหมายที่ประกอบสร้างขึ้นจากสังคม และวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้ เป็นขั้นของพิธีกรรมการก้าวข้ามผ่านที่เรียกว่า ‘incorporation’ หรือขั้นที่บุคคลได้หวนกลับมาสู่สภาพสังคมเดิมของตัวเองแล้ว แต่กลับมาด้วยสถานภาพใหม่หรือ ความรู้สึก ความเข้าใจใหม่ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557) เป็นระยะที่นักมนุษยวิทยาเรียกว่า การ กลับมารวมกันอีกครั้ง (re-aggregation) หลังจากที่อยู่ในสภาพะกึ่งกลางระหว่างตัวตนเดิมกับสังคม ใหม่ที่ได้ไปประสบพบเจอมา ในขั้นสุดท้ายของการท่องเที่ยวนี้ นักเดินทางจะรวมเอาสถานะใหม่ของ ตัวเองเข้าไปผนวกรวมกับตัวตนเดิม แต่การที่เป็นเช่นนี้ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างผสมกลมกลืน (harmonious) ตรงกันข้าม นี่เป็นสภาวะวิกฤตหรือการแตกแยกระหว่างโลกเก่าและโลกใหม่ของนัก เดินทาง ซึ่งจะนำนักเดินทางไปสู่สถานะใหม่หรือตัวตนใหม่ ที่เกิดขึ้นแทนตัวตนเดิมหลังจากผ่านพ้น พิธีกรรมแห่งการก้าวข้ามนี้ไปแล้ว และด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้การท่องเที่ยวได้รับการกล่าวถึงในฐานะ พิธีกรรม (rites of passage) ประเภทหนึ่ง (Cohen, 1979)

“การไปเที่ยวคนเดียวคือความตื่นเต้น เป็นประสบการณ์ ทำให้เราได้รู้จักแก้ปัญหาเฉพาะ หน้า เที่ยวเมืองไทยเรายังมีพ่อแม่ มีคนที่โทรไปขอความช่วยเหลือได้ แต่เที่ยวต่างประเทศ คนเดียวนี้ เรามีแค่ตัวเรา มันทำให้เราโตขึ้นด้วย พอเราทำสำเร็จเราก็จะภูมิใจ และทำให้เรา เข้าใจชีวิตมากขึ้นด้วย อย่างตอนไปอินเดีย ชีวิตแค่นี้มีน้อยกว่าเราตั้งเยอะ แค้อยู่กันได้ พอกลับมาเราก็รู้สึกที่เราไม่ต้องมีมากก็ได้ ไม่ค่อยอยากได้อะไรอีก นิยายนี้ก็เลยติดตามตั้งแต่

ตอนอยู่อังกฤษแล้ว เพราะค่าครองชีพสูง เราต้องประหยัด ยิ่งไปเที่ยวเยอะ เราก็ยิ่งรู้สึกว่าเราไม่ต้องการอะไร กระเป๋า ของแบรนด์เนมนี้คือไม่สนใจเลย”(สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวคนเดียวทำให้เราได้เห็นสิ่งที่ไม่เคยเห็น ได้เข้าใจ ได้เห็นสิ่งที่แตกต่างไป อย่างเมืองจีน ไปแล้วเราก็เข้าใจว่าทำไมเค้าต้องแย่งกันทุกอย่าง คนเค้าเยอะ ไม่แย่งก็ไม่ได้ ทรัพยากรมันไม่ได้มีพอสำหรับทุกคน อย่างไม่ออสเตรเลีย ด้วยความที่ค่าเงินของเค้าสูงกว่าเรา การที่คนของเค้าใช้ของแบรนด์เนม ของราคาแพง เป็นเรื่องปกติ สองหมื่นของเรากับสองหมื่นของเค้ามันต่างกันมาก เราซื้อกระเป๋าแบรนด์ชัคไบเก็บเงินเกือบตาย แต่ของเค้าทำงาน 2 สัปดาห์ก็ได้แล้ว คนของเค้าจึงไม่ได้โดนแบ่งชั้นด้วยข้าวของวัตถุพวกนี้ เพราะมันเป็นของธรรมดาที่เขาจะซื้อหามาใช้ เลยรู้สึกว่าชอบที่เค้าสามารถจะทำอะไรก็ได้ แล้วก็มองทุกคนว่าเท่าเทียมกัน คนจะทำอาชีพอะไรก็ได้รับเกียรติเท่ากัน มีรายได้ไม่หนีกัน ผิดกับบ้านเรา ที่จะกินกาแฟแพงๆ ชัคแก้วยังต้องคิดแล้วคิดอีก แต่ก็ไม่ได้ทำให้เรารู้สึกแยะเวลาเรากลับมาเมืองไทยนะ กลับทำให้เรารู้สึกว่าอยากจะให้ อยากจะช่วย รีบบริจาคเงินตลอด รู้สึกว่าเรามี เราก็แบ่งเค้ากิน เงินแค่ 20 บาท ทำไมเราจะแบ่งให้เค้าไม่ได้” (สัมภาษณ์, เซอร์รี, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“เป็นคนเดิมที่มองโลกกว้างขึ้นค่ะ แต่ก่อนตอนยังไม่ไปเจอใคร เราก็จะเชิดชู ยกย่องคนยุโรปว่าเลิศเลอมาก แต่พอไปเจอมา คนยุโรปแยๆ มีเยอะมาก ต่างจากที่เรามองพม่า เขียยดๆ พอไปเจอด้วยตัวเอง ปรากฏว่า ทุกอย่างเป็นเหตุเป็นผลกัน เข้าใจคนมากขึ้น รู้ว่าบ้านเมืองเค้าเป็นยังไง เค้าถึงได้ถึบตัวมาอยู่และหวังว่าจะดีกว่า ก็กลายเป็นคนที่มองทุกคนเท่าเทียมค่ะ ไม่รู้สึกเกรงกลัวอะไร ที่มันเป็นเปลือกนอก ทักษะที่เราเปลี่ยน อย่างของแบรนด์เนม ของใช้หรูหรา ฐานะ อะไรพวกนี้ เวลาเห็นใครมีก็จะรู้สึกเฉยๆ คิดแค่ว่ามันคงจำเป็นสำหรับพวกเขา เราไม่จำเป็น เราไม่มี ก็ถูกแล้ว มันทำให้เราเป็นคนที่มีภูมิด้านทาน ค่ะ การไปเที่ยวของเราคือการไปปรับยา มาเป็นภูมิด้านทาน ให้เราใช้ชีวิตแบบมีภูมิด้านทาน ด้านทานเรื่องราวไม่ดีที่จะมากระทบ เช่น กระแสสังคม แฟชั่น ความเป็นอยู่ คิดว่าถ้าไม่ได้ไปเที่ยวคนเดียว ก็คงจะเป็นผู้หญิงคนนึง ที่ต้องกระเสือกกระสนหากระเป๋า หลุยส์มาสะพายสักใบ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“มันเจอผู้คนที่ทั้งด้อยกว่าและดีกว่าเราในหลายๆ รูปแบบ เห็นว่าปัญหาของเราตอนนั้นที่ว่า แยะพอไปเจอแบบนั้นเรากลายเป็นแค่ส่วนหนึ่งเล็กๆบนโลกใบนี้ไปเลย ได้เจอเพื่อนต่างชาติ

แล้วแต่ละคนมีเรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจมาก เลยกลับมาคิดว่า ตอนพวกเค้าอายุเท่าเราเค้าเจอ
 เค้าผ่านอะไรมาเยอะกว่าเรามาก ทำไมเด็ก 18-19 เค้ากล้าเดินทางคนเดียวข้ามโลกมาได้
 ขนาดนี้ แล้วเราทำอะไรอยู่ ยังแบมือขอเงินพ่อแม่ ยังไม่รู้แม้กระทั่งความฝันของตัวเองคือ
 อะไร ทำไมชาวเขาบนภูเขาสูงเขาอยู่แบบไม่มีไฟฟ้า โทรศัพท์อินเทอร์เน็ต แล้วเขาอยู่ได้ เขา
 ใช้ชีวิตกับธรรมชาติยังไง ทำไมเค้ามีความสุขกับชีวิตตัวเองจัง...” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7
 กุมภาพันธ์ 2559)

“เปลี่ยนความคิดหลายอย่างทัศนคติ มองโลกให้กว้างขึ้นอย่างเข้าใจเขามากขึ้น เหมือนที่พี่
 เล่าเรื่องคนจีน คนไม่รู้ได้แต่เกลียด แต่คนที่เคยไปเห็นก็รู้ว่าเพราะอะไรเขาถึงเป็นแบบนี้ หรือ
 ตุรกีก็คิดว่ามุสลิมน่ากลัว ไม่มีเปียร์กิน เค้าจ้องจะข่มขืน ไปสื่อก็จะเห็นว่าจริงๆ มันคืออะไร
 ยุโรปก็เช่นกัน เห็นว่าเค้าเป็นโลกที่หนึ่งเจริญๆ แต่หลายๆ อย่างในความเจริญ ก็มีความจริง
 ว่ามันไม่ใช่จะดีไปหมดซะทุกอย่าง แล้วกลับมาเปรียบเทียบกับบ้านเรา เราจะเห็นว่ามัน
 ต่างกันตรงไหนบ้าง มันได้เข้าใจอะไรมากขึ้น ไม่เอาบรรทัดฐานตัวเองไปตัดสินคนอื่น จริงๆ
 คำนี้ก็ใช้ได้นะ ออกจากกะลาไปแตะขอบฟ้าเนี่ย” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“เคยผ่าน immigration ที่ดูสเชลดอล์ฟ แล้วโดนเจ้าหน้าที่จิบ ซึ่งคนเยอรมันจะขึงขัง จะไม่
 รุ่มร่าม แต่พอเห็นพาสปอร์ตก็ร้องว่ามาจาก Thailand เหรอ คือบ้านเรานั้นก็ขึ้นชื่อเรื่องนี้
 ประมาณหนึ่ง มันเป็นความจริง เราต้องยอมรับ ชาติตะวันตกที่รวยๆ หน่อย อเมริกา อังกฤษ
 ยุโรปตะวันตก ถ้าเป็นคนไม่มีความรู้ ไม่มีความคิด ก็จะมองผู้หญิงเอเชียเป็น sexual object
 แต่เราเคยคุยกับผู้ชายที่มาจากโรมาเนีย เค้าบอกว่า เฮ้ย ยูไม่เห็นจะต้องเครียดอะไรเรื่องนี้
 เลย ประเทศไอก็ไม่ต่างกัน คนรู้จัก Thailand ว่าเป็น Land of Smile และ Sex Tour
 ไข่ปะ แล้วรู้มัยว่าคนรู้จักโรมาเนียในฐานะอะไร เรา export อยู่สองอย่างคือ IT guy กับ
 โสเภณี แล้วรู้มัยที่อัมสเตอร์ดัม ย่านเรดไลท์ เวลาเค้าไปเที่ยวโสเภณีกันเค้าจะไม่บอกว่า
 Let's get hooker นะ เค้าจะบอกว่า Let's get Romanian เพราะสวย genetic ดี และไม่
 แพง เราฟังแล้ว โห จริงๆ แล้วที่เราคิดว่าเราโดนกันอยู่ประเทศเดียว ความจริงคือไม่ใช่ ตอน
 แรกมันก็ทำให้เราหงุดหงิดเหมือนกันนะ แต่พอเราได้คุยกับคนที่มีความคิดอีกแบบหนึ่ง เราก็
 เลยได้รู้ว่ามันไม่ใช่เรื่องที่เราต้องซีเรียสหรอก และคนที่มาพูดจาหรือทำเรื่องที่ไม่ respect ใส่
 เรา ก็ไม่ใช่คนที่มีความค่าที่เราจะต้องไปแคร์ ดีซะอีก เราจะได้กลับกรองได้ว่าเราไม่ควรจะไปคบ
 หาคคนที่คิดว่าตัวเองเป็น Superior White แบบนี้” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเริ่มมีการมองโลกด้วยสายตาที่เปิดกว้างและเป็นกลางมากขึ้น ความเชื่อเดิมที่เคยยึดถือถูกรื้อถอน ไม่ก็เกิดการสั่นคลอนจากความเป็นจริงที่ได้สัมผัสจากการเดินทางท่องเที่ยว เริ่มมีการปล่อยวางสิ่งที่เคยยึดติด ไม่ว่าจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ไปจนถึงความเชื่อ และเปิดใจกว้างพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยลดกำแพงที่เคยตั้งไว้ในใจลง เลิกกลัวในสิ่งที่เคยกลัว เลิกเกลียดในสิ่งที่เคยเกลียด และเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อโลกไปจากเดิมอย่างมาก การสื่อสารอัตลักษณ์ในช่วงหลังการท่องเที่ยวนี้ จึงสะท้อนออกมาในแง่ของความเป็นคนที่มีจิตใจเย็นลง เปิดกว้างมากขึ้น ยึดติดกับสิ่งต่างๆ น้อยลง และยอมรับความแตกต่างได้มากขึ้น

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารภายในตัวเองของกลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยเป็นในตอนก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เสมือนได้เป็นผู้ก้าวข้ามผ่านโลกเดิมของตัวเองออกไปสู่โลกใหม่ ได้เรียนรู้ พบเจอสิ่งใหม่ๆ ที่ช่วยขยายมุมมองออกไปให้กว้างไกลกว่าเดิม กลุ่มตัวอย่างเริ่มคลายความคิดเดิมๆ ที่เคยยึดถือ เริ่มเปิดใจยอมรับในสิ่งที่แตกต่าง เริ่มมองเห็นเหตุและผลที่อยู่เบื้องหลังการกระทำของผู้อื่น และสิ่งสำคัญคือการยอมรับในความรู้้น้อยของตัวเอง เริ่มเกิดความรู้สึกถ่อมตัว แต่ในขณะเดียวกันก็กลับมีความมั่นใจในตัวเองเพิ่มขึ้นจากความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

การสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มตัวอย่างสื่อสารให้คนรอบข้างรู้ได้อย่างชัดเจน ถึงการกลายเป็นผู้ที่มองโลกด้วยแง่มุมใหม่ เปิดกว้างและไม่ยึดติด ซึ่งสะท้อนอยู่ในการสนทนาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การไม่สนใจของแบรนด์เนม การเลิกเอาตัวเองเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินสิ่งต่างๆ แต่จะมองดูทุกสิ่งด้วยความรู้สึกที่เป็นกลางมากขึ้น การแสดงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่นมากขึ้น

การสื่อสารมวลชน กลุ่มตัวอย่างได้ทำการบรรยายความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับมุมมองต่อโลกที่เปลี่ยนไปของตัวเองลงในสื่อออนไลน์ในทุกทริปปารเดินทาง มากหรือน้อยแตกต่างกันไป แต่ผู้วิจัยพบว่า หากยังเป็นการเดินทางไปยังประเทศที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดิมมากขึ้นเท่าไร กลุ่มตัวอย่างก็จะยังแสดงความรู้สึกที่เปลี่ยนไปของตัวเองมากขึ้นและบ่อยขึ้นเท่านั้น เช่น การเดินทางไปเยือนหมู่บ้านชาวฮิปโปโปเตมัสน้ำ ทำให้รู้สึกได้ถึงความพุ่มเพี้ยงและอยากได้อยากมีจนเกินความจำเป็นของตัวเอง ทั้งที่ความเป็นจริงชีวิตต้องการปัจจัยเพียงไม่กี่อย่างในการดำรงอยู่เท่านั้น หรือการไปเที่ยวอัมสเตอร์ดัม ทำให้พบเห็นว่าประเทศที่ยังมีความเจริญมากเพียงไร ก็ยังใส่ใจให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเพื่อให้มีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับธรรมชาติมากขึ้นเท่านั้น ผู้คนไปไหนมาไหนด้วยจักรยานกันเป็นเรื่องปกติ การมีรถยนต์ราคาแพงเพื่อเป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคมไม่ใช่สิ่งจำเป็นแต่อย่างใด เป็นต้น

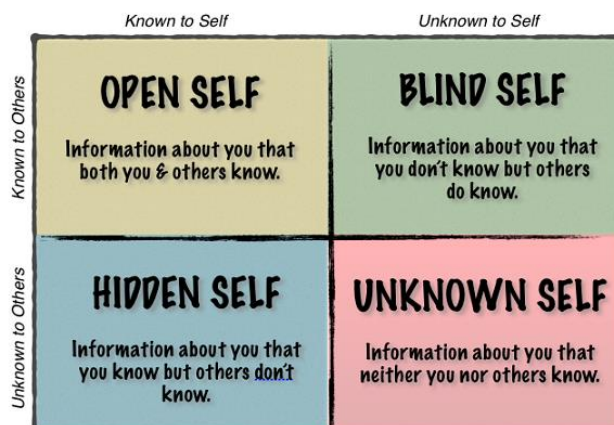
ตารางที่ 4.13 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก

การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก	การสื่อสารอัตลักษณ์
รู้สึกว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก	<p>ผู้หญิงที่ได้สลายความคิดสารัตถะ (essence) ที่เคยมีมาแต่เดิม ทั้งต่อตัวเองและสังคม และได้เรียนรู้ว่าสิ่งต่างๆ ไม่ได้ไปเป็นตามคตินิยมอย่างที่เคยยึดถือเสมอไป</p> <p>โลกกว้างใหญ่และมีสิ่งให้เรียนรู้อีกมาก การออกไปท่องเที่ยวคือการออกจากมุมอันคับแคบ ไปพบเจอความเป็นจริงมากมายที่ไม่เคย</p>

2) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง

MacCannell (1999) ตั้งข้อสังเกตถึงการท่องเที่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์เอาไว้ว่า ในสังคมยุคหลังสมัยใหม่ ที่เกิดปรากฏการณ์ “วิกฤติอัตลักษณ์” (crisis of identity) และ “การเมืองเรื่องอัตลักษณ์” (politics of identity) อย่างมากนี้ บทบาทสำคัญของการออกเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้อยู่ที่การได้ออกไปดูโลกภายนอก หรือไปพบเจอสิ่งที่ไม่เคยพบเห็น แต่คือการไปดูไปเห็นเพื่อย้อนกลับมาทำความเข้าใจตัวเองอันเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังที่เราจะเห็นตัวอย่างมากมายในภาพยนตร์ที่ตัวเองออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อค้นหาตัวตนของตัวเอง (อ้างถึงในกาญจนา : 2557)

ท่องเที่ยวเพื่อย้อนกลับมาดูตัวเองนี้ยังสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดทางจิตวิทยาเรื่องของการรับรู้ตัวตน (Self-awareness) ของ Joseph Luft และ Harry Ingham (1995) ซึ่งทักษะ อุปนิสัย ศักยภาพหลายประการในตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยเป็นที่รับรู้มาก่อนแม้แต่เจ้าตัวเอง ได้รับการดึงออกมาใช้หรือเปิดเผยให้เห็นเมื่อได้นำตัวเองก้าวข้ามผ่านพิธีกรรมของการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง



ภาพที่ 4.3 โมเดล The Johari Window

ทฤษฎี The Johari Window ของ Joseph Luft และ Harry Ingham (1995) นี้ กล่าวถึงการนำเสนอตัวตนของคนแต่ละคนว่ามีอยู่ 4 รูปแบบ ได้แก่ Open self หรือตัวตนในส่วนที่เรารู้จักตัวเองดี Blind self ตัวตนในส่วนที่คนอื่นรอบข้างรู้แต่ตัวเราไม่รู้จักตัวเอง Hidden self ตัวตนที่เรารู้แต่เพียงผู้เดียว คนอื่นไม่เคยรู้มาก่อน และ Unknown self ตัวตนที่ทั้งเราและคนรอบข้างไม่เคยรับรู้มาก่อนว่ามีอยู่

การออกเดินทางตามลำพังซึ่งนักเดินทางจะต้องตัดสินใจ แก้ปัญหา และลงมือทำทุกอย่างด้วยตัวเองโดยไม่สามารถขอความช่วยเหลือจากคนรู้จักหรือใกล้ชิดได้ ไม่มีคู่คิดในการปรึกษาหารือ ต้องอาศัยทักษะและสัญชาตญาณในการเอาตัวรอดของตัวเองอย่างเต็มที่ เพื่อให้การเดินทางสำเร็จ ลุล่วงและแล้วรอดปลอดภัย สภาวะที่อยู่นอกพื้นที่แห่งความสบายใจนี้เอง (comfort zone) ที่ทำให้ตัวตนในด้านต่างๆ ของเราถูกเร่งเร้าให้ดึงออกมาใช้โดยที่เราไม่รู้ตัว

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าการรับรู้ตัวตนในส่วนของตัวตนที่ตัวเราและผู้อื่นขาดการตระหนักรู้ (Unknown self) เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้ค้นพบว่าหลังจากได้ออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมากที่สุด ได้แก่

ก.ได้ค้นพบศักยภาพด้านร่างกายตัวเอง กลุ่มตัวอย่างพบว่าตนเองมีศักยภาพร่างกายที่แข็งแกร่งและอดทนต่อความยากลำบากมากกว่าที่คิดเอาไว้ สามารถปีนภูเขาสูง เดินทางได้ระยะไกล อยู่ในสภาพอากาศที่หนาวเย็นจัดได้ แบกของน้ำหนักมากได้เป็นระยะเวลาานานกว่าที่คิด อดทนต่อการเดินทางที่เหนื่อยยากบนถนนที่ทุรกันดารได้

“ทริปเนปาลจะเป็นตอนที่ขึ้นหิมาลัย ตอนนั้นเหนื่อยมากๆ เพราะเดินวันละ 7-8 ชั่วโมงมา 3 วันติดแล้ว อากาศหนาว เบบาง ทางขึ้นค่อนข้างลำบาก สุดท้ายก็ไปถึงที่หมายจนได้ คิดว่าจะไม่รอดกลับมาแล้วด้วยซ้ำ หลังจากกลับมา คือทั้งทัศนคติ ความคิด การมองคน ทุกอย่าง

มันเปลี่ยนไปหมดเลย กลายเป็นคนอยู่ง่ายกินง่าย สบายๆ ไม่ยึดติด ใช้เงินเป็น ค่อนข้างมองโลกในแง่บวกมากๆ กลายเป็นคนไม่หนีปัญหาพร้อมจะสู้กับทุกอย่าง ความอดทนความถึกเป็นเลิศ ก่อนที่วิวเราจะดี๊มาก เอาแต่ใจ ชี้ห์งุดหงิด ไม่มีความอดทน ค่อนข้างอารมณ์ร้อน ฟุ่มเฟือย ชอบใช้ของแบรนด์เนม พุดไม่คิด ไม่แคร์คนรอบข้าง เออะอะก็โว้ยวาย แต่หลังจากเดินทางคนเดียวทุกอย่างตรงกันข้ามเลย หนักขึ้นและถึกขึ้นมากค่อนข้างเข้าใจชีวิตและมองโลกในแง่บวกมากขึ้น ตัดสินใจอะไรๆ ได้ด้วยตัวเอง เห็นใจและเห็นคุณค่าของชีวิตมากๆ รักตัวเองมากขึ้นเป็นกอง” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“ไปปีนเขาฟานสิปาน ยอดเขาที่สูงที่สุดในอินโดไชน่า เราก็อ่านรีวิแล้ว มันมีคนไทยไปปีนนะ แต่ควรจะต้องฟิตซ้อมร่างกายมาก่อน เราไม่ได้ซ้อม พอปีนไปได้ซักกิโลเดียวก็เหนื่อยมาก นั่งไม่เอาแล้ว แต่ก็คิดโพสท์ไปแล้วว่าเดี๋ยวจะปีนเขา ศักดิ์ศรีมันค่าค่อ พอร่างกายเริ่มหายเหนื่อย ก็เออวะ ตอนไปเมืองงอย เรายังกล้าไปเลย ตอนไปบาหลิ ยังไปปีนภูเขาไฟได้เลย ทำไมครั้งนี้จะทำไม่ได้ ก็ฮึดสู้ ก็เดินๆๆๆ จนตามพวกเค้าทัน แต่กว่าจะไปถึงก็เลท ลงจากเขาไม่ได้ เพราะรัฐบาลเวียดนามกำลังระเบิดภูเขา ทำให้เราติดอยู่บนยอดนั้นจนฟ้ามืด ถ้ามองแบบคนซี้กแล้ว ก็คงคิดว่า โอ้ย ทำยังไงดี อันตรายขนาดนี้ แต่ตอนนั้นวันกลับรู้สึกว่ามันไม่ง่ายนะ ที่เราจะมาอยู่บนยอดเขาที่สูงที่สุด แล้วได้ดูพระอาทิตย์กำลังลับฟ้า มันเป็นที่ที่ดูพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดที่หนึ่งในชีวิต พอมันมืด เราแหงนหน้ามองฟ้า เราไม่เคยอยู่ในจุดที่อยู่ใกล้ดวงดาวมากขนาดนี้มาก่อนเลย แล้วตอนลง วันไม่กลัวเลย เหมือนเราก้าวข้ามความกลัวไปแล้ว ทริปนี้มันทำให้เรารู้ว่า ถ้าเราอยากเรียนรู้ชีวิต ต้องมาปีนเขา การปีนเขาภายใน 2 วัน 1 คืน มันทำให้เรารู้ว่า ตอนปีนขึ้นต้องอดทนมากๆ แต่พอเราทำสำเร็จแล้ว ความยากที่เคยรู้สึกมันหายไป มันไม่มีอะไรเลย” (สัมภาษณ์, วัน, 3 ธันวาคม 2558)

ข. ได้ค้นพบทักษะความสามารถของตัวเอง กลุ่มตัวอย่างได้ค้นพบว่า ตัวเองมีความสามารถ และทักษะต่างๆ มากกว่าที่คิด หรือทักษะที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่าที่คิด เช่น ความสามารถทางด้านการพูดภาษาอังกฤษ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นที่แม้จะไม่ได้พูดภาษาเดียวกัน

“พอไปเที่ยวกลับมาที่รู้สึกนะ ว่าระดับภาษาที่เรามี ถึงเราจะคิดว่ามันต่ำด้อยด้อยค่า แต่เราก็เอาตัวรอดพอได้เหมือนกันนะ ก็มั่นใจตรงจุดนี้ขึ้นมาดิ้น การเที่ยวคนเดียวทำให้เรามีสเกลในการจัดการ manage หลายๆ อย่าง เพราะต้องคิดเองหมด ต้องเป๊ะประมาณนี้ ต้องเอาตัวรอดให้ได้” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“กลับมาแล้วก็ไม่เปลี่ยนอะไรนะคะ ซาเดียไม่ค่อยเชื่อว่าการเดินทางจะเปลี่ยนใครนะ ไม่เห็นด้วยกับคำพูดเท่าๆ ที่เค้าชอบพูดกัน เราเหมือนเดิมมาก ไข่เลย แคะได้รู้ว่า อ้อ เราทนได้นะนั่งรถนานแบบนี้ อ้อเราก็มานะหนาวแค่นี้ ความอดทนล้วนๆ แต่พอกลับมาแล้วก็มาเจอชีวิตเดิมเดิม มีรถขับ ไม่ต้องถามทางใคร ไม่ต้องลองกินอะไรใหม่ ไม่ต้องหนาว มันก็ต้องเหมือนเดิมสิคะ ไข่ปะ มันจะเปลี่ยนได้ไง บางคนไปมาเลยมาสามวัน โพสต์ชีวิตเปลี่ยนไปตลอดกาล ยังไงปะ ฮ่าๆๆๆ กลับมานั่งหน้ามันอยู่ในออฟฟิศเหมือนเดิมคะ จริงๆ เรามองว่าการเดินทางไม่ได้เปลี่ยนใครนะ แต่การเดินทางถึงความเป็นตัวเราออกมาได้มากขึ้น ดึงทุกอย่างออกมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ บางคนไม่รู้ว่ อ้อ จริงๆ ฉันทก็ไม่ได้โง่งนะเนี่ย” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

ค.ได้ค้นพบความกล้าหาญและบุคลิกภาพอื่นในตัวเอง นักเดินทางที่เป็นผู้หญิงจำนวนไม่น้อยที่ค้นพบว่า ตัวเองมีความกล้าหาญและชอบการผจญภัยมากกว่าที่คิด จากที่คิดว่าตัวเองเป็นคนขี้กลัวและขี้อาย แต่กลับได้พบว่ามีความกล้าที่จะลองทำในสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำ ไปยังสถานที่ใหม่ๆ ที่ไม่เคยไป ซึ่งการค้นพบตัวตนนี้เป็นสิ่งหนึ่งส่งผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์เมื่อเดินทางกลับมาจากการท่องเที่ยว ทำให้กลายเป็นคนที่มั่นใจขึ้น กล้าแสดงออกมากขึ้น กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นมากขึ้น เป็นความเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนบุคคลรอบข้างรับรู้ได้

“ก่อนไปเที่ยวคนเดียว เรายังไม่ค่อยกล้าเท่าไร แต่หลังจากที่เริ่มไปเที่ยวคนเดียว เรากลายมากขึ้น อะไรที่ไม่เคยทำได้ ก็ทำได้ ทุกเรื่อง เหมือนเรามีความมั่นใจมากขึ้น เดียวนี้ถ้าจะไปไหนที่ไม่เคยไป ก็ไม่กังวล ไม่กลัวแล้ว เดียวนี้ไปเที่ยวในเมืองไทยที่ไม่เคยไป ก็ไปได้เลย ไม่ต้องมาหาข้อมูล ทาริวอะไรแล้วด้วยซ้ำ” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“เมื่อก่อนขี้กลัว ไม่กล้ากินคนเดียว เดินคนเดียว นอนคนเดียว ไปไหนคนเดียว แต่พอไปแล้วเหมือนได้ฝึก มันจำเป็นต้องทำ ต้องตัดสินใจอะไรเอง หลงทางก็ถามคนแปลกหน้า ก็เป็นคนกล้าขึ้น เมื่อก่อนจะเข้ากับคนยากมาก เดียวนี้รู้จักเข้าสังคม พูดคุย กระฉับกระเฉง” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ผู้หญิงที่จะไปเที่ยวคนเดียว มันเริ่มจากความกล้าก่อน ถึงจะไม่มั่นใจก็เถอะ ตอนแรกๆ เราก็ไม่ใช่คนมั่นใจ ไม่ค่อยกล้าพูดกับคนอื่น พอเที่ยวมากๆ เราก็เริ่มสนุกกับการพูดคุยกับคนแปลกหน้า เราก็จะได้พัฒนาตัวเอง ทำให้เราโตขึ้น แล้วมันก็ส่งผลกับชีวิตการทำงานของเรา หัวหน้ายังทักว่า เดียวนี้เธอสามารถต่อสู้กับเค้าได้นะ ลูกค้า ผู้ร่วมงานคนต่างชาติ เราตีลได้

ต่อรองได้ ไม่ยอม จากที่เมื่อก่อนเราเรียนหญิงล้วน แคไปซื้อของเจอผู้ชายก็ไม่กล้าเข้าไปแล้ว” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวคนเดียวเป็นเรื่องควรทำ เพราะถ้าคุณได้ลองทำแล้ว คุณจะรู้ตัวเองว่าคุณเป็นคนกล้าพอหรือเปล่า กล้าที่จะใช้ชีวิต กล้าที่จะทำอะไรหลายๆ อย่าง มันเป็นบททดสอบได้ การที่เราต้องเดินทางอยู่คนเดียวในต่างประเทศ มันทำให้เรารู้ว่าเราเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดีแค่ไหน กล้าพูด กล้าถาม หรือใฝ่รู้มากน้อยแค่ไหน และทำให้เรารู้ว่าเราจะอยู่คนเดียวได้มั๊ย” (สัมภาษณ์, เซอร์รี, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“เปลี่ยนเลยนะ เรากลับขึ้น แต่ก่อนตอนอยู่เมืองไทยไปฟิวเจอร์พาร์คคนเดียวยังไม่ค่อยอยากเลย กินข้าวในห้างคนเดียว ดูหนังคนเดียว แต่ก่อนไม่เคยทำเลยนะ แต่กลัวจากเที่ยวคนเดียวแล้ว กินซิสเลอร์คนเดียวสบายมาก มันใจมากขึ้น กล้าทำอะไรคนเดียวมากขึ้น อย่างดูหนัง ถ้าเราไปกับเพื่อนเราต้องดูตามเพื่อนใช่ไหม แต่เดี๋ยวนี้เราดูคนเดียวได้” (สัมภาษณ์, โบ เบอร์เกอร์สัน, 14 ธันวาคม 2558)

“หลังจากกลับมาจากญี่ปุ่น รู้สึกภูมิใจในตัวเองมากเลยคะ ภูมิใจในที่นี้ไม่ได้ภูมิใจว่า เฮ้ย ูก้าวะ ูกแจ้ง อะไรแบบนั้นไม่ใช่คะ คือภูมิใจที่ว่า เฮ้ย ูกไปอยู่คนเดียว ไปไหนคนเดียว ตัดสินใจคนเดียว กับที่ที่มันแตกต่างจากบ้านจากเมืองเรานานัดนั้นได้ไงวะ ก็อยู่ได้นี้หว่า หลงทุกวัน แต่พอคิดเรื่องราวดีๆ ที่เราไปเจอ ก็จะมีรู้สึกภูมิใจ อะไรแบบนี้คะ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“ประสบการณ์การท่องเที่ยว ทำให้เรากลับมากขึ้น มันใจมากขึ้น เพราะเราเห็นแล้วว่า มันไม่ได้มีอะไรน่ากลัว ไม่เห็นต้องกลัว ไม่เห็นต้องแคร์ มันทำให้รู้ว่าศักยภาพของเรามีแค่ไหน ทำให้เราภูมิใจในตัวเองว่าเราอยู่ได้ด้วยตัวเอง มันเติมเต็มภายในของเรา พอภายในของเราเติมเต็มแล้ว เราจะส่งมันออกไปภายนอก และเราจะได้สิ่งดีๆ กลับมา” (สัมภาษณ์, วุ่น, 3 ธันวาคม 2558)

ง.ได้ค้นพบไหวพริบ สติปัญญาในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของตัวเอง ไม่เพียงแต่ค้นพบความกล้าหาญอันเป็นอัตลักษณ์เด่นที่เคยคิดว่ามีอยู่แต่ในเฉพาะผู้ชาย กลุ่มตัวอย่างยังได้พบว่าสามารถใช้ไหวพริบและการคิดวิเคราะห์ได้อย่างรวดเร็วฉับพลันเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่

เกิดขึ้น โดยที่ไม่เคยคิดว่าจะทำได้มาก่อน ซึ่งทักษะในข้อนี้จะสั่งสมและพัฒนาขึ้นตามจำนวนครั้งที่ออกเดินทางและจุดหมายปลายทางที่มีความแตกต่างหลากหลาย

“มาแบบโตะๆ ยืนอยู่ในแตรม คนก็เยอะเนอะ เลยต้องเดินไปชิดผู้ชายคนนึง พอเดินลงรถเดินตามมา เลยหันไปถามมีไรเปล่า คำว่าเธอขายเปล่า ไปห้องฉันไหม ประมาณนั้น พี่ก็หัวเราะนะ ก็ว่าขอบคุณนะที่ชอบฉันแต่ฉันไม่มีเวลาไม่ว่างมีธุระ ไปก่อนนะ บ้ายบาย ชี้เกียดต่อความยาวสาวความยืด คำก็แค่เข้าใจผิด อีกอย่างไปต่างบ้านต่างเมืองจะชวนทะเลาะทำไมเกิดมันตบเอาทำง ยิ้มๆ ไปจบง่ายกว่า พี่เคยเจอแบบเดินอยู่ในย่านกลางคืน มีคนเดินมาถาม ไปห้องฉันไหมเท่าไร พี่บอกวันนี้ฉันหยุดเมนส์มา เอาเบอร์มาสิเดี๋ยวไว้โทรหา พอเค้าเดินไปพี่ก็เอาเบอร์โยนถึงขยะจบ มุกพวกนี้พี่ใช้บ่อยเวลาโดนพูดไม่ดี แต่ไปเที่ยวคนเดียวก็ต้องระวังตัวตลอดเวลาเนอะ ไม่มีมั่ว ไม่เมา สติต้องดี รับทุกสถานการณ์ ใจร่มๆ” (สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนไปอู้เจี้ยนต้องลงไปดูทะเลสาบ เราก็เดินช้า คนอื่นนำหน้าไปแล้ว ก็เจอคนงานเมืองที่จะลงไปเอากำมะถันมาเดินเป็นเพื่อน ชวนคุย ช่วยจับช่วยประคอง เราก็โอเค ไปกับเขา พอลงไปถึง คำจะเอาแสมนี้ เราก็เหวอเลย ปกติเราจะแยกกระเป๋าเงินเอาไว้ แบนค์ใหญ่ๆ จะเอาไว้อีกใบไม่ให้คนเห็น พอเค้าจะเอาเงิน เราก็เอากระเป๋าที่มีแต่เศษเงิน เทออกมาให้เค้าดูว่ามีแค่นี้ เอาไปแค่นี้ละกัน สองหมื่นรูเปี้ยะ ก็โมโหมาก ตอนนั้นคนเยอะก็จริง แต่มันก็มืดเราก็กลัวเลยต้องยอม เจ้าหน้าที่อะไรก็ไม่มี มันคงเหมือนเวลาเราไปเที่ยวอุทยานในเมืองไทยเจ้าหน้าที่ก็จะม่แค่ตรงทางเข้า แค่นั้น พอเสร็จเราก็รีบไปรวมกับนักท่องเที่ยวคนอื่น กลัวเค้าจับเราโยนลงบ่อกำมะถัน มันสอนให้รู้ว่าอย่าโลกสวย เวลามีคนเข้ามาอย่าเพิ่งไป เฮ้ ลัลล้าวอท ยัวร์ เนม อะไรแบบนี้ ที่บาหลิตรงพิพิธภัณฑน์มันก็มีไกด์เถื่อน อันนี้เราหาข้อมูลมาแล้ว ก็รู้ว่า อย่าไปยุ่งกับเค้า หรือถ้าจะยุ่งก็คือถามไปเลยว่าเอาเท่าไร เพราะตอนที่เค้าทักทายเราเค้าจะใจดีมาก ฮัลโหล โน่นนี่ แต่พอเค้าไม่โอเคกับราคาที่เราให้เค้าจะถอยใส่ทันที เรียกว่าทุกอย่างที่ ถ้าอยู่ดีๆ มีคนมาเฟรนด์ลีนี่ให้ตั้งกำแพงไว้ก่อน หรือไม่ก็ถามราคาไปเลย ตอนไปถึงบาหลิ ไม่รู้มาจากไหนก็มาดิงกระเป๋า มาล้อมสี่ห้าคน น่ากลัวมาก เจออะไรแบบนี้ก็ทำให้เรามีภูมิต้านทานมากขึ้น เรื่องพวกนี้เราสามารถเสิร์ซหาราคาในเน็ตได้ทุกอย่ง มันจะทำให้เรารู้ว่า ถ้าราคานี้จ่ายได้ ถ้าสูงกว่านี้คือถูกโกง” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนลงรถทัวร์แล้วโดนรถสามล้อรุม ปฏิเสธเท่าไรก็ไม่ไป ถึงขนาดมาจับแขนเลยเริ่มรู้สึกตกใจ มองไปเห็นผู้ชายคนนึง ดิตแท็กกระเป๋ากลุ่มแบกเป้เที่ยวใน facebook เลยเข้าไปเกาะกระเป๋าคำแล้วบอกว่า พี่เป็นคนไทยมั๊ยคะ? คำก็ตอบว่าใช่ เลยถามว่าจะไปจองตั๋วรถไฟหลวงพระบางได้ที่ไหน พอทราบไหม พอตีมาคนเดียวแล้วพวกสามล้อคือไม่เลิกเลย เขาก็บอกเขาก็มาคนเดียวเหมือนกัน แต่เขาจะกลับบ้านที่ร้อยเอ็ด แค่วะมาไหว้พระ มาแบบเข้าเย็นกลับ เคยมาลาวแล้ว เดียวไปช่วยหาเอเย่นชายตัวให้” (สัมภาษณ์, ปู่ก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตอนญี่ปุ่นอะคะ ต้องไปอยู่ในรีสอร์ตในป่าโน่นนนนนนน โกลมากกกกกกกก เมืองนิกโกะสองคนกะเจ้าของรีสอร์ต ซึ่งเป็นผู้ชาย คน LA โอ้โห ตอนจองที่พัก คำรีวิวไว้ดีมาก แต่เราไปตอนกรู๊ปก่อนหน้าออกไปพอดีงะคะ ก็เลย ว่างเลย รีสอร์ตนั้นเป็นของเราคนเดียว หนังสือจำเลยรักวิ่งวนในหัว โอ้เราก็บอกเจ้าของฝรั่งฮิปปีไปเลยตรงๆ ค่ะว่า ถ้าเธอทำอะไรชั้นนะ เธอไม่รอดแน่ ฉันทัวร์เคชั่นไว้เรียบร้อยแล้ว ถ้ามีอะไรเกิดขึ้นกะฉัน ไม่มีใครที่ไหนหรอก หนุ่มมะกันคำได้ยิน คำก็ขำ บรรยายากศก็เลยสนุกขึ้นเยอะเลยคะ จากที่กลัวกลายเป็นเพื่อนกันเลย” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“เวียดนามนี่ขึ้นชื่อ เราก็เจอเหมือนกัน ตอนได้ยินก็ฟังหูไว้หูนะ เราเดินทางจากซาปามาฮานอย ก็ซื้อตั๋วจากข้อมูลที่เราหามาคือจะถึงฮานอย 7 โมงเช้า นอนบนรถมาเลย ปรากฏว่าเที่ยงคืน คนขับจอดรถ บอกว่าถึงฮาลองเบย์แล้ว เราก็งง เดินลงรถมาพร้อมฝรั่งอีกสองคน นั่งงกว่าเราอีก หารองทำยังไม่เจอเลย ลงมาเป็นสถานีขนส่งมีตๆ มองหาร้านค้าอะไรก็ไม่มีเลย ก็เลยต้องเสียงนังแท็กซี่ บอกว่าไปก๊ิตบาร์ แท็กซี่ก็พูดภาษาอังกฤษไม่ได้ ฟังไม่เข้าใจ รถก็วิ่งมาจนมิเตอร์ขึ้นไป 600 กว่าบาทแล้ว ก็ยังไม่รู้ถึงไหน เราบอกให้ยูเทิร์นกลับ คำก็ฟังไม่เข้าใจ เราก็เลยบอกว่า ไปโฮเทล ทีนี้ฟังเข้าใจ ก็พาเรามาส่งที่โรงแรมเก่าๆ ทีนี้ มีเบอร์โทรติดไว้ข้างหน้า คำก็ช่วยโทรเข้าไปให้เรา เข้าไปก็เป็นโรงแรมเก่าๆ สกปรกๆ ก็นอนไม่ลงหรอก ไม่ได้นอน แต่ก็เอา เพราะขอปลอดภัยไว้ก่อน พอขึ้นไปบนห้องได้ โอ้ย โลงใจมารู้สึกปลอดภัย จนตอนนี้ยังไม่รู้เลยว่ารถทัวร์พาเราไปปล่อยที่ไหน พอตอนเช้าเราก็หาทางไปฮาลองเบย์ ก็มีปัญหาที่คำพูดภาษาอังกฤษไม่ได้อีก แต่พอดี หน้าโรงแรมมีเด็กที่คำเรียนมหาวิทยาลัย คำก็มาช่วยอธิบายให้เรา พยายามสื่อสารกัน จนรู้ว่าก๊ิตบาร์อยู่ตรงไหน เราก็ถามคำว่าจะไปได้ยังไง คำก็บอกขึ้นรถเบอร์ 08 นะ แล้วก็ไปลงเรือเฟอร์รี่จะ คำจะพาคุณข้ามไปก๊ิตบาร์ ถึงไปได้ แต่พอไปโดนแบบนี้ ก็มีคนถามนะว่ายังอยากไปอีกมั๊ย ก็อยากไป

เหมือนเดิม (เสียงสูง) ก็อยากไปอยู่ที่แหละ มันก็เป็นประสบการณ์ เราก็จะได้ระวังมากขึ้น” (สัมภาษณ์, ป้าแป้ว, 1 ธันวาคม 2558)

จ.ได้ค้นพบความพึงพอใจในการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองในฐานะนักเดินทาง
กลุ่มเป้าหมายพบว่า ตนเองมีการเปลี่ยนจากการแสดงอัตลักษณ์ผ่านรสนิยมในการบริโภค เช่น การใช้สินค้าแบรนด์เนม การสะสมข้าวของ มาเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นนักเดินทางผู้มีความรักอิสระ ไม่ยึดติด ไม่วัตถุนิยม มองโลกกว้าง คิดถึงผู้อื่นมากขึ้น มองโลกในแง่ดีขึ้น

“โบซื้อของจุกจิกน้อยลงมาก เสื้อผ้าก็น้อยลง แล้วโลเซของในคอนโดทิ้งเยอะมาก ซื้อของน้อยลง เก็บสะสมก็น้อยลง แจกจ่ายหมด ช่วง 3 ปีมานี้ จะซื้อไรก็คิดก่อน จำเป็นมั๊ย ไม่จำเป็น ไม่มีที่วาง ไม่ซื้อ เมื่อก่อนอยากได้ก็ซื้อเลย ของไร้สาระเพียบ ส่วนการทำงานร่วมกันคนอื่น พักหลังเข้ากะคนง่าย ทัศนคติดีขึ้น ไม่คิดลบ เมื่อก่อนโลกส่วนตัวสูง อีโก้แรง ไม่พอใจอะไรบ่อยมาก เต็มวันนี่ง” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ทริบที่รู้สึกทำให้ชีวิตเราเปลี่ยนไปเลยคืออียิปต์ เมื่อก่อนเราชอบแต่งตัว ต้องใช้ของแบรนด์เนม ของราคาแพง เราไปแบ็กแพ็คที่อียิปต์ 2 อาทิตย์ ล่องเรือไปตามแม่น้ำไนล์ ไปดูหมู่บ้านเล็กๆ ที่เรามองอะไรเปลี่ยนไปเลย หมู่บ้านเค้ามีแค่สิ่งพื้นๆ แบบพื้นมาก เค้าก็อยู่กันได้อย่างมีความสุข เราพบว่าเงินทองที่เราเอามาใช้ฟุ่มเฟือยเนี่ย คนในหมู่บ้านนี้สามารถเอามาใช้อยู่ได้เป็นเดือน ตั้งแต่ทริบนั้นก็เลยสนใจเรื่องแชร์ิตี และการใช้ของแบรนด์เนมก็ลดลงแบบฮวบเลย เพราะรู้สึกว่ามันไม่สำคัญแล้ว ไม่ได้จำเป็น” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“ทัศนคติเราเปลี่ยน อย่างของแบรนด์เนม ของใช้หรูหรา ฐานะ อะไรพวกนี้ เวลาเห็นใครมีก็จะรู้สึกเฉยๆ คิดแค่ว่ามันคงจำเป็นสำหรับพวกเขา เราไม่จำเป็น เราไม่มี ก็ถูกแล้ว มันทำให้เราเป็นคนที่มีภูมิด้านทาน ค่ะ การไปเที่ยวของเราคือการไปรับยา มาเป็นภูมิด้านทาน ให้เราใช้ชีวิตแบบมีภูมิด้านทาน ด้านทานเรื่องราวไม่ดีที่จะมากระทบ เช่น กระแสสังคม แฟชั่น ความเป็นอยู่ คิดว่าถ้าไม่ได้ไปเที่ยวคนเดียว ก็คงจะเป็นผู้หญิงคนนึง ที่ต้องกระเสือกกระสนหากกระเป๋า หลุยส์มาสะพายสักใบ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

ความพึงพอใจในการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทาง ยังส่งผลต่อยอดให้มีการนำอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางนี้ไปใช้ในการจัดขึ้นอัตลักษณ์ที่รอบทางสังคมกำหนดให้เป็นอีกด้วย

กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุมากและเคยคิดว่าในวัยเกษียณจะต้องเป็นคนแก่อยู่ติดบ้าน ก็ได้ค้นพบว่าตัวเองยังแข็งแรง มีทักษะในการเอาตัวรอดและรู้เท่าทันเทคโนโลยี ซึ่งสามารถเป็นนักเดินทางได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องยอมเป็นคนแก่ตามวาทกรรมของสังคมที่บอกว่า คนแก่คือผู้ที่มีร่างกายไม่แข็งแรง เชื่องช้าไม่ทันโลก และต้องอยู่ในความดูแลของผู้อื่น

“มันเป็นความสุขที่ได้ไปเห็นโน่นเห็นนี่ เห็นบ้านเมืองของที่อื่นที่แตกต่างจากบ้านเมืองเรา ถ้าเราไม่ไปเที่ยว เราก็อยู่บ้านเฉยๆ ตื่นเช้ามากินอาหารเช้า ดูทีวี นอนหลับ จำเจอย่างนี้ทุกวัน เราไม่ต้องการชีวิตแบบนั้น เรายังไปได้ ได้ไปเห็นสิ่งที่ทำให้เรา alert ทำให้เราตื่นตัวที่จะเข้าห้องสมุดไปอ่านเรื่องราวของประเทศนี้ มีแรงกระตุ้นให้เราหาแผนที่ หาหนังสือ มีอะไรให้ตัวเองทำ แล้วเราก็สนุก เราชอบแบบนี้มากกว่าจะนอนแล้วก็ใช้เงินบำนาญไป จะเก็บไว้ทำไม แบบนี้มันไม่เฉา พอกลับบ้านมากก็คิดแล้วว่า เราจะไปไหนต่อ มันเป็นความสุขที่ได้ไปเห็นโน่นเห็นนี่ เห็นบ้านเมืองของที่อื่นที่แตกต่างจากบ้านเมืองเรา ถ้าเราไม่ไปเที่ยว เราก็อยู่บ้านเฉยๆ ตื่นเช้ามากินอาหารเช้า ดูทีวี นอนหลับ จำเจอย่างนี้ทุกวัน เราไม่ต้องการชีวิตแบบนั้น เรายังไปได้ ได้ไปเห็นสิ่งที่ทำให้เรา alert ทำให้เราตื่นตัวที่จะเข้าห้องสมุดไปอ่านเรื่องราวของประเทศนี้ มีแรงกระตุ้นให้เราหาแผนที่ หาหนังสือ มีอะไรให้ตัวเองทำ แล้วเราก็สนุก เราชอบแบบนี้มากกว่าจะนอนแล้วก็ใช้เงินบำนาญไป จะเก็บไว้ทำไม แบบนี้มันไม่เฉา พอกลับบ้านมากก็คิดแล้วว่า เราจะไปไหนต่อ” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางในการขับเคลื่อนกรอบอัตลักษณ์ความเป็นผู้หญิงที่สังคมกำหนด ว่าจะต้องมีเหย้ามีเรือนออกไปเมื่อถึงวัยอันควร เพื่อที่จะได้ทำหน้าที่ดูแลสามีและมีบุตรอันจะช่วยสร้างครอบครัวที่ครบถ้วนสมบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างใช้อัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางผู้กล้าหาญ รักอิสระ มีประสบการณ์ชีวิต มีความเฉลียวฉลาด สามารถทำงานเลี้ยงดูตัวเองได้ไม่ต้องพึ่งพาผู้ชายในแง่เศรษฐกิจเป็นเครื่องขับเคลื่อนการต้องถูกผูกติดอยู่กับบ้าน และนิยามความเป็นผู้หญิงนักเดินทางว่า เป็นผู้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างที่ใจต้องการและแต่งงานมีครอบครัวเมื่อตัวเองพร้อม หรือหากจะต้องอยู่เป็นโสดก็ไม่ใช่ว่าเรื่องเสียหายอะไร

“เราเป็นคนเชื่อใน destiny ความรักเป็นสิ่งที่เราไม่ต้องตามหา ถ้าจะมีมันจะมาเอง เราไม่ได้ปิด ใช้ชีวิตปกติ ถ้ามว่าตอนนี้อยากแต่งงานมั้ย ไม่อยากเลย การแต่งงานคือการประกาศให้คนอื่นรู้ว่าคนนี้ไม่โสดแล้ว แต่สำหรับเรา เรารักกัน มาอยู่ด้วยกัน ไม่ต้องแต่งงานกันก็ได้ เราไม่รู้สิว่าจะต้องทำตามสิ่งที่เค้าบอกให้เราทำ ถ้าอยู่เป็นคู่แล้วเราไม่มีความสุข เราก็ยินดีที่จะอยู่คนเดียวดีกว่า” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

“เมื่อก่อนอยากแต่งงาน มีลูก แต่พอโตขึ้น อยู่คนเดียว โบไม่ต้องการอะ เเฉยๆ แต่คือถ้าเจอ คนโอเค อยู่กันได้ ก็แต่ง แต่คงไม่จัดงาน เปลืองตังค์ สังคมเสื่อม และโบไม่ศรัทธาการเกิด เพราะเกิดมาเพื่อใช้กรรม โบคิดว่าเกิดมามีแต่ทุกข์อะ สุขแป็บเดียว แล้วก็ต้องมาปากกัดตีนถีบใช้ชีวิต แต่ชีวิตตอนนี้ความสุขอะ แต่ถ้าตอนนี้ตาย โบไม่กลัวนะ โบค้นหาตัวเองเจอ ได้ทำตามใจตัวเอง เพราะงั้นตายไปก็ไม่เสียดาย คือไม่ได้รวย ไม่ได้ผ่านอะไรมาเยอะ แต่ก็พอใจแล้ว” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“ไม่ได้คิดเรื่องมีครอบครัว แล้วทำไมคนเราจะต้องมีชีวิตครอบครัว ในเมื่อเรามีความสุขกับชีวิตตอนนี้ มีครอบครัวมันคือภาระ มันคือการต้องดูแลคนอื่น ต้องมีบ้านมีรถมีลูก คิดว่าเมื่อถึงเวลามันก็มีเองแหละ แต่ถ้าไม่มีก็อยู่คนเดียว เราทำงานได้ หาเงินด้วยตัวเองได้ จะเครียดทำไม แต่ถ้ามีลูกก็ไม่หยุดเที่ยวอะ เพราะก็ต้องเลือกคนที่ชอบเที่ยวเหมือนกัน” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“เราไม่คิดด้วยซ้ำว่าชีวิตนี้จะต้องแต่งงาน เพราะเรามีความสุข มีอิสระ เราค้นพบตัวเองแล้วว่าเรามีความสุขกับการที่เราใช้ชีวิตอิสระเสรีแบบนี้ อยากทำอะไรก็ทำ อยากไปไหนก็ไป เราแอบปี๊กับตรงนี้นะมีความรู้สึกที่ว่าตัวเองคงไม่ได้แต่งงานหรอก มีความสุขจนเริ่มรู้สึกหวงชีวิตตอนนี้ด้วยซ้ำ ออกจะกังวลด้วยซ้ำถ้าจะต้องแต่งงาน เพราะเราพึ่งพาตัวเองได้ ดูแลตัวเองได้ พออยู่ได้ แล้วถ้าแต่งงานไปเราจะมีความสุขเท่าอยู่คนเดียวมัย แต่มันก็มีความคิดนึ่งแย้งขึ้นมาะ ว่าถ้าแก่ตัวลงไป เราจะอยู่กับใคร” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

“คุณสมบัติของผู้หญิงที่พร้อมจะเที่ยวคนเดียว ใจมาก่อนเลย ลึกๆ ก็ภาระทางบ้านด้วยนะคะ ไม่มีลูกไม่มีผัวก็ไปได้คะ มีลูกมีผัวอย่าทิ้งไปนะคะ ไม่ดีจริงๆ ต้องถามสามีอะนะ เมื่อแต่งงานเราควรคุยกันนะคะ แต่งงานแล้วเราควรคุยกันจริงๆ ต้องก่อนแต่งแหละ ตอนคบกันเธอๆ ถ้าฉันไปเที่ยวเธอจะว่าไรมัย ไม่ได้ ห้ามไป ถ้าเป็นพี่เล็กเลย 555 คนอื่นไม่รู้คะ ในกลุ่มเพื่อนพี่เค้าเป็นแม่ศรีเรือนกันหมด แต่งงานหมดมีพี่น้องแหละ ที่เป็นแบบนี้คนเดียว” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

การได้ค้นพบทักษะ สมรรถภาพ และความสามารถต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวเมื่อออกมาสู่พื้นที่การท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้สึกมั่นใจ ภาคภูมิใจในตัวเอง ซึ่งสะท้อนออกมาในบุคลิกภาพและการ

กระทำจนครอบงำกลุ่มตัวอย่างสามารถสัมผัสได้ถึงเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็ความมั่นใจในการใช้ชีวิต สามารถไปไหนมาไหนคนเดียวได้ สามารถเจรจาต่อรองและตอบโต้กับผู้อื่นได้อย่างที่ไม่เคยทำมาก่อน มีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจมากขึ้น ทำงานด้วยศักยภาพที่สูงขึ้น มีความกล้าที่จะลองผิดลองถูกมากขึ้น การสื่อสารอัตลักษณ์ในส่วนนี้จึงแสดงออกมาในแง่ของความเป็นผู้หญิงที่เชื่อมั่นในตัวเอง ภาคภูมิใจและรู้สึกถึงคุณค่าในตัวเอง สามารถใช้ชีวิต แก้ปัญหา และแสวงหาความสุขได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งพาใคร

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารภายในตัวเองของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด จากความไม่มั่นใจ หรืออาจไม่เป็นตัวของตัวเองนัก เริ่มกลายมาเป็นการสื่อสารเพื่อคอยย้ำบอกตัวเองถึงศักยภาพ ความสามารถและคุณค่าที่ตัวเองมีอยู่ และสิ่งเหล่านี้คือความภาคภูมิใจที่พึงมีและควรแสดงออกไปให้ผู้อื่นได้รับรู้ กลุ่มตัวอย่างมีความลึกลับที่จะแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกไปน้อยลงมาก และการรับเอาความคิดหรือคำวิจารณ์ที่บั่นทอนกำลังใจจากผู้อื่นก็เกิดขึ้นน้อยลง ความคิดมุมมองที่มีต่อตัวเองเป็นไปในแง่บวกและช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ

การสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้วิจัยพบว่า คนรอบข้างของกลุ่มตัวอย่างสัมผัสได้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างภายหลังเดินทางกลับจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็ความมั่นใจที่มีมากขึ้น ความกล้าที่มีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างก็ต้องพบกับทั้งผู้ที่ยอมรับและไม่ยอมรับในการเปลี่ยนแปลงนั้น หรือถูกใช้อำนาจจากผู้ที่ไม่ยอมรับหรือไม่เห็นด้วยในการเปลี่ยนแปลง เช่น การถูกตำหนิว่าก้าวร้าวมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นเพียงการกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้นเท่านั้น หรือการถูกมองว่าที่สามารถเอาตัวรอดปลอดภัยจากการท่องเที่ยวตามลำพังได้ เป็นเพราะโชคดีจึงแคล้วคลาดมา มากกว่าที่จะเป็นเพราะความเป็นคนเก่ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็ตอบโต้ชี้แจงด้วยการนำเสนอแผนการท่องเที่ยวที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล และการเตรียมความพร้อมล่วงหน้าเป็นอย่างดีเป็นเวลานานนับเดือน หรือการแต่งตัวที่เปลี่ยนไปเมื่ออยู่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การใส่ชุดบิกินีลงเล่นน้ำ การใส่เสื้อกล้ามกางเกงขาสั้นเดินเล่นในเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยทำเมื่ออยู่ในประเทศไทย ก็ต้องพบกับการถูกตำหนิสรรีระรูปร่างว่าไม่เหมาะสมกับการแต่งกายแบบนั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็ตอบโต้ด้วยความมั่นใจว่าเป็นการแต่งกายตามปกติธรรมดาของผู้คนในสถานที่ที่เดินทางไปเยือน ไม่ใช่ของแปลกอะไร เป็นต้น

การสื่อสารมวลชน การสื่อสารอัตลักษณ์ของความเป็นคนกล้าหาญ มั่นใจ และไม่กลัวที่จะแสดงความเป็นตัวของตัวเองผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ก็ต้องเผชิญกับสถานการณ์คล้ายคลึงกันกับการสื่อสารระหว่างบุคคล นั่นคือมีทั้งผู้ที่ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย หากแต่พื้นที่การใช้อำนาจเปลี่ยนไป กลายเป็นการมาอยู่บนสื่อสาธารณะที่หลายคนเข้าถึงได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีวิธีการใน

การรับมือกับการใช้อำนาจเหล่านั้นอย่างมีชั้นเชิงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการตอบโต้ด้วยอารมณ์ขัน การอ้างอิงที่มาของความรู้ที่ได้กล่าวถึง การยืนยันว่าเป็นสิ่งที่สัมผัสและพบเจอมาด้วยตัวเอง และหากต้องประสบกับปัญหาต่างๆ เช่น ตกเครื่องบิน การจองที่พักผิดพลาด เดินทางมาถึงผิดเวลา โดนโกงเงิน กลุ่มตัวอย่างก็ต้องบอกเล่าเหตุการณ์นั้นพร้อมบรรยายเสริมเพิ่มไปด้วยว่า ปัญหาต่างๆ นั้นได้รับการแก้ไขเสร็จสิ้นลงด้วยดีแล้วด้วยวิธีการใดบ้าง และไม่มีสิ่งใดให้ต้องเป็นห่วง เพื่อแสดงยืนยันให้เห็นว่า การเป็นผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังก็สามารถแก้ไขปัญหาและเอาตัวรอดได้ด้วยตัวของตัวเองเช่นกัน รายละเอียดในส่วนนี้จะกล่าวเพิ่มเติมในบทที่ 5

ตารางที่ 4.14 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง

การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง	การสื่อสารอัตลักษณ์
ได้ค้นพบศักยภาพด้านร่างกายตัวเอง	เป็นผู้สามารถทำกิจกรรมที่ทำท่ายศกยภาพร่างกายได้ และมีความอดทน สมบุกสมบันต่อความลำบากได้เป็นอย่างดี มีความแข็งแกร่งอดทน เพื่อพิชิตเป้าหมายที่ต้องการ เป็นศักยภาพด้านร่างกายที่น่าภาคภูมิใจ
ได้ค้นพบทักษะความสามารถของตัวเอง	เป็นผู้มีความรู้ มีทักษะความสามารถมากมาย หลากหลาย และมั่นใจที่จะนำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์
ได้ค้นพบไหวพริบ สติปัญญาในการแก้ปัญหาของตัวเอง	เป็นผู้มีปฏิภาณไหวพริบ มีทักษะการคิดเชิงตรรกะ สามารถวางแผนในการทำภารกิจต่างๆ ให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการได้
ได้ค้นพบความพึงพอใจในการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองในฐานะนักเดินทาง	เป็นคนกล้าหาญ รักอิสระ มีประสบการณ์ชีวิต มีความเฉลียวฉลาด สามารถทำงานเลี้ยงดูตัวเองได้ ไม่ต้องพึ่งพาใครในแง่เศรษฐกิจ และสามารถใช้ชีวิตได้อย่างที่ใจต้องการ

3) การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

คุณลักษณะหนึ่งของการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่ J. Urry (1990) ได้นำเสนอเอาไว้ข้อหนึ่งคือ การแสดงออกว่าตัวเองเป็น “นักท่องเที่ยว” ซึ่งถือเป็นการใช้เวลาว่างแบบคนยุคใหม่ ที่จะไม่ใช้เวลาว่างในการพักผ่อนอยู่บ้านเฉยๆ (อ้างถึงในกาญจนา : 2557) การถ่ายทอดและนำเสนอภาพ เรื่องราว การเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งผู้คนสามารถเข้าถึงและสวมบทบาทการเป็นผู้ส่งสาร บอกเล่าทั้งเรื่องราวและตัวตนของตัวเองผ่านสื่อออนไลน์นานาช่องทางได้อย่างง่ายดาย

ฌาค ลาก็อง (Jacques Lacon) ผู้ผสมผสานแนวคิดจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์เข้ากับแนวคิดหลังสมัยใหม่ เชื่อว่าภาษาเป็นกลไกอำนาจสำคัญที่ลากจูงเราเข้าสู่โครงกรอบของอุดมการณ์สังคมภาษามีอำนาจในการสร้างอัตลักษณ์เพราะมันช่วยตอกย้ำตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมของเรา ทุกครั้งที่เราพูดหรือเขียนหรือใช้ภาษาเพื่อแสดงออก จะเกิดความรู้สึกราวกับว่ามี “เรา” ที่เป็นผู้พูดหรือเขียน เรารู้สึกว่าเราเป็นที่มาหรือเจ้าของข้อความที่ถูกถ่ายทอดออกมา สำหรับฟรอยด์และลาก็อง ความรู้สึกเป็นเอกภาพของอัตลักษณ์เป็นเพียงภาพลวงตา เป็นมายาคติ แต่ในขณะที่เราพูด ภาษายืนยันว่ามี “ใคร” สักคนที่กำลังพูด (อภิญา เพ็ญพุกกุล, 2546: 64)

การ ‘เล่าเรื่อง’ การท่องเที่ยวของตัวเองผ่านสื่อออนไลน์ จึงเป็นช่องทางในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างผ่านพิธีกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้ภาษาและภาพถ่ายในการแสดงให้เห็นตำแหน่งแห่งที่ของความเป็นผู้หญิงนักเดินทาง ในการแสดงให้เห็นว่าฉันคือใคร เป็นคนอย่างไร การสวมบทบาทการเป็นผู้ส่งสารผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จึงเป็นทั้งการประกอบสร้าง ธารรักษา และต่อรองอัตลักษณ์ของตัวเองไปพร้อมกัน ซึ่งรายละเอียดในส่วนนี้จะกล่าวถึงต่อไปในบทที่ 5 ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) จากสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้

John Urry (1995) ได้เสนอแนวคิดที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์และการออกเดินทางท่องเที่ยวเอาไว้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวโลกนั้นเป็นสิ่งที่ถูกผลิตขึ้น (produce) มากกว่าจะเป็นสิ่งที่เราได้รับมา (acquire) นั้นหมายถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้น ไม่ได้เป็นประสบการณ์ที่มีผู้ใดหยิบยื่นหรือมอบให้ แต่ตัวเราเองนี่แหละที่เป็นผู้สร้างหรือผลิตมันขึ้น ผ่านการประกอบสร้างทางสังคมของการดำรงอยู่ในฐานะบุคคลของเรา ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้นและสถานที่ ณ ขณะหนึ่ง นักเดินทางจึงเป็นผู้เลือกสรร ประดิษฐ์ และร้อยเรียงสิ่งต่างๆ ที่ได้มาการเดินทางท่องเที่ยว นำมาประกอบสร้างขึ้นเป็นเรื่องราวที่สะท้อนความคิด ทศนคติและความเป็นตัวตนของตัวเอง แล้วนำเสนอให้ผู้อื่นได้รับรู้ (Urry, 1995)

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ใช้การบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้

ก.เขียนเพื่อแสดงตัวตน

Ian Munt (1994) ทำการศึกษาถึงความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศในโลกที่ 3 ว่ามีความเกี่ยวข้องกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางรุ่นใหม่ โดยค้นพบว่าจุดหมายปลายทางในประเทศโลกที่ 3 อันห่างไกลเหล่านี้ช่วยประกอบสร้างตัวตนของความสำเร็จ (achievement) ความแข็งแกร่ง (strength of character) ความสามารถในการปรับตัว (adaptability) และการเป็นผู้มีประสบการณ์ชีวิต (worldlines) ซึ่งสามารถนำไปใช้แสดงหรือเล่าเรื่อง เพื่อเป็นการสะสมทุนวัฒนธรรมในการประกอบสร้างเป็นเครื่องแสดงอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางได้ ด้วยเหตุนี้ จุดหมายปลายทาง รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมที่เลือกทำระหว่างการท่องเที่ยว และหยิบยกมานำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ จึงเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อแสดงอัตลักษณ์ เพื่อให้ผู้ที่รับสื่อได้รับรู้ตัวตนในสถานะต่างๆ เช่น เป็นผู้มีความสนุกสนานกับการพบเจอประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นผู้มีความกล้า ไม่กลัว เป็นผู้มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี เป็นนักเดินทางผู้ทรหดอดทน สามารถเอาชนะความยากลำบากได้ เป็นต้น (Munt, 1994)

“คนรอบตัวให้ความนับถือเราเพิ่มขึ้นมากค่ะ มีอะไรจะมาปรึกษา อยากไปด้วย รวมถึงเรื่องอื่นๆ แคะเห็นสิ่งที่เราทำค่ะ จริงๆ เราก็เป็นของเราแบบนี้อยู่แล้ว เพียงแต่แคะไม่ได้มารับรู้ การท่องเที่ยวคนเดียวของเรา มันทำให้แคะรับรู้มากขึ้น ขยายตัวตนของเรา เพราะการถ่ายทอดด้วยแคะค่ะ ก็เลยเหมือนแคะมาเป็นส่วนหนึ่ง แคะก็จะมองเราเป็นครูคนหนึ่งที่สอนๆ บ่นๆ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“ช่วงแรกๆ ที่ไปเที่ยว เวลาเราพกกล้องไปเที่ยวด้วย เราจะพยายามถ่ายรูปมากเกินไปจนเราลืมที่จะสนใจสิ่งรอบตัว ไม่ได้มองทุกอย่างด้วยตาเรา มัวแต่มองผ่านกล้อง ซึ่งมันต่างกันมากนะ แต่ตอนนี้ก็พยายามที่จะถ่ายรูป และจดบันทึก เพราะมันเริ่มจะกลายเป็นงานของเราแล้ว เราต้องการสร้าง identity ในการทำงานด้านอาหารของเรา ถ้าไม่ได้ต้องทำตรงนี้ ก็คงไม่โพสต์อะไรเลยมั้ง เพราะคนเราทุกวันนี้ก็ใช้โซเชียลในการสร้าง Identity นี่แหละ” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

ข.เขียนเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น

การเขียนเรื่องราวการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า รู้สึกดีมากและรู้สึกมีความสุขที่ได้พบว่าผู้ที่เข้ามาอ่านเรื่องราวการเดินทางของตน ได้ใช้ตนเป็นแรงบันดาลใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวบ้าง รวมถึงการเข้ามาแสดงความยกย่อง ชื่นชม การได้รับการ

กล่าวถึงในฐานะต้นแบบที่ยากเอาเป็นเยี่ยงอย่าง (role model) การได้รับการยอมรับ เป็นผลพวงสำคัญประการหนึ่งที่เกิดจากการถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อเป็นแรงบันดาลใจของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งนับเป็นความต้องการที่อยู่ในระดับขั้นเกือบสุดท้ายของของทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) ที่ A. Maslow (1968) เป็นผู้นำเสนอขึ้นมาเลยทีเดียว

การก้าวข้ามพิธีกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างความนับถือตัวเอง (self-respect) ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ส่งผลให้กลายเป็นคนที่มีความมั่นใจมากขึ้น ได้รู้จักตัวตนของตัวเองมากขึ้น รู้ศักยภาพและความสามารถของตัวเอง และสามารถทำสิ่งต่างๆ ได้สำเร็จโดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น ในขณะที่การเป็นผู้ส่งสารนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์นั้น เป็นกระบวนการที่ช่วยสร้างการยอมรับจากผู้อื่น ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการด้านความนับถือยกย่อง (esteem from others) ความต้องการมีเกียรติยศ ได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจ มีเป็นที่ชื่นชมกล่าวขานถึง ได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่ทำ รู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่าและเป็นที่ต้องการของผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้รับโดยตรงจากผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในหน้าเพจ บล็อก หรือเว็บบอร์ดที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานนั่นเอง

การถ่ายทอดเรื่องราวการเดินทางลงในสื่อออนไลน์ ยังสร้างความสำนึกหรือตระหนักในอัตลักษณ์ทางชนชนของตัวเอง จนเกิดจุดยืนที่เด่นชัดทางสังคมและสร้างให้เกิดชนชั้นเพื่อตัวเอง (class for itself) ของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ว่าคือผู้หญิงที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ มีรายได้และเวลาว่างที่ใช้ไปในการท่องเที่ยวครั้งละหลายวัน ไปยังจุดหมายปลายทางที่แตกต่างจากผู้อื่น ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งไม่ฉาบฉวย ด้วยมีต้นทุนความรู้และวัฒนธรรม และไม่จำเป็นที่จะต้องผูกตัวเองไว้กับบ้านเพื่อทำหน้าที่แม่หรือเมียตามความคาดหวังของสังคม ความตั้งใจสำคัญอันหนึ่งนอกจากการแสดงตัวตนผ่านสื่อออนไลน์ในฐานะผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังต้องการผลักดันให้แนวคิดอัตลักษณ์ดังกล่าวแพร่ขยายไปในผู้หญิงคนอื่นๆ ด้วยการให้เรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองเป็นสิ่งสร้างแรงบันดาลใจด้วย

“การไปเที่ยวคนเดียวของเรา ก็เป็นแรงบันดาลใจให้เพื่อนๆ ้วยเดียวกันเหมือนกัน บางคนที่ไม่กล้าไปเที่ยวคนเดียว เค้าก็รวมตัวกัน 3-4 คนไปเที่ยว นัดรวมกลุ่มกันไป ยังมีอะไรที่น่าสนใจอีกตั้งมากมาย ในเมืองไทยนี่ก็เยอะ จะนั่งเฉาอยู่ทำไม เพื่อนที่เป็นห่วงก็จะถามที่บ้านเธอไม่ห้ามเธอ เราก็บอกไม่ห้ามเธออก สามีกียังทำงาน ลูกก็ทำงาน เรามีช่วงเวลาที่ดีอิสระตรงนี้ เอาไปทำสิ่งที่เราชอบดีกว่า” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“เดินทางแล้ว อยากแชร์ให้คนอื่นเกิด inspire บ้าง เหมือนที่เราดูรูปคนอื่นก็เกิดเหมือนกัน อยากให้ผู้หญิงคนอื่น ได้ลองไปเที่ยวคนเดียวเพราะบางคนกลัว เพราะไม่เห็นภาพ ไม่มีแรงบันดาลใจ อยากให้ผู้หญิงออกไปเที่ยวคนเดียวบ้าง ผู้หญิงจะได้มองโลกกว้างขึ้น ทุกวันนี้เรา

อยู่ในสังคมที่ผู้หญิงส่วนใหญ่คิดอะไรแคบๆ มองโลกแคบในออฟฟิศรอบๆ ติดสบาย คิดถึงแต่เรื่องที่เกี่ยวข้องตัวเอง ร้อนนิดฝนหน่อยก็ไม่ทน โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ มีลูกน้องทุกวันนี้ดำเนินค่าหน่วยก็ร้อง ออกไปผจญภัยบ้างจะได้มีภูมิ” (สัมภาษณ์, ซาเดย์, 20 พฤศจิกายน 2558)

“โพสต์ลงในเพจ “ผู้หญิงคนเดียวก็เที่ยวได้ค่ะ” มีบล็อก เขียนพันทิปบ้าง เขียนตอนกลับมาแล้วค่ะ เพราะไม่ได้พักโน้ตบุคไปเที่ยวด้วย ที่โพสต์เพราะได้แชร์ประสบการณ์ที่เจอมาให้กับคนอื่นที่อาจจะไม่มีโอกาสได้ไปเห็นเองค่ะ คิดว่าสร้างแรงบันดาลใจให้คนอยากออกเดินทางด้วยส่วนนี้ ตอนแรกก็เริ่มเขียนเพราะเพื่อนๆ ออกแนวรบเร้าให้เขียนมาระยะนึง จนเราคิดว่ามันน่าจะเป็นประโยชน์กับคนอื่นถ้าเค้าได้มาอ่านเพราะก่อนไปเที่ยวเราก็อ่านรีวิว อ่านเหมือนกัน เลยลองเขียนดูค่ะ ปรากฏว่าได้เสียงตอบรับดีมาก ๆ จนเราตกใจ เลยทำเรื่อยมาถ้ามีเวลา” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“ใน facebook จุดประสงค์หลักคืออวดรูป ให้เพื่อนๆ รู้ว่ายังไม่ตาย และจุดประกายให้เพื่อนๆ อยากตามมาเที่ยวบ้าง พอกลับจากปีนัง มีเพื่อนสองคนไปเที่ยวปีนังเพราะโบ เรา รู้สึกภูมิใจ ดีใจ หลายคนก็ไปลาตักท์เพราะเห็นรูปโบ หลายคนเห็นเราเป็นไอดอลเลย ชอบมาพูดว่าหนูอยากเป็นแบบพี่โบ เค้าจะชื่นชมมาก” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“แค่อยากแชร์สิ่งที่พบเจอจากการเดินทาง อยากรู้จักคนที่ชอบการเดินทางเหมือนกัน อยากเป็นเหมือนแรงบันดาลใจให้ผุ้ที่อยากเที่ยวคนเดียวแต่ไม่กล้า ได้กล้าทำในสิ่งที่พวกเขาชอบ เหมือนกันกับเราค่า เวลาเดินทางอยากเจอผู้หญิงคนไทยมาคนเดียวเหมือนกันบ้าง ไม่ใช่เจอแต่เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ส่วนมากเค้าจะถามเรื่องการเดินทางในแต่ละประเทศที่เคยไปมา ความเป็นอยู่ ความปลอดภัย ประมาณนี้

การเขียนรีวิวพันทิป ตอนนั้นไม่ได้อยากเขียนเลย พอดีพื้ที่นับถือกัน เราเจอกันที่หลวงพระบาง เค้าแนะนำมาว่าเค้าชอบเวลาเราโพสต์ความคิดของเราลงเฟส ชอบการเขียนของเรา เลยอยากให้รีวิวดู เพราะน้อยคนมากที่จะไปอินเดียเนปาลคนเดียว ตอนนั้นแบบผลตอบรับถล่มทลาย 5 วันกับทำหมื่นกว่าแชร์ เฟสส่วนตัวมีคนแอดมาหำร้อยกว่าคน เราเลยคิดที่จะตั้งเพจขึ้นมาเลย” (สัมภาษณ์, ไช้เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

ค.เขียนเพื่อให้ความรู้ ข้อมูลต่างๆ

“ผู้หญิงจะมีทั้งเงินและพื้นที่ของตัวเองได้ ถ้าหากเธอกลายมาเป็นนักเขียนเรื่องเล่าต่างๆ” คำกล่าวของ Virginia Woolf นี้ชี้ให้เห็นว่า หากผู้หญิงสามารถเข้าถึงการสื่อสารได้ ผู้หญิงก็จะมีโอกาส

เราอยากจะสร้างความเข้าใจ เราขอคิดว่าแอฟริกันน่ากลัว มุสลิมน่ากลัว โอ๊ย คำพลอดภัยกว่าบ้านเราอีก คิดว่าแอฟริกายากจน ไปดูเมืองหลวงของนาบีเมียซะก่อน ยังกะนิวซีแลนด์

เวลาประเทศที่เราจะเดินทางไปมีข่าวอันตราย ก่อการร้าย อย่างนี้เราก็ไม่ยกเลิกระดับเราเข้าใจ level of awareness ว่าข่าวมันน่ากลัวกว่าความเป็นจริงอยู่แล้ว และมันไม่ได้เกิดทั่วไปทุกที่ เราก็เลือกที่ที่เราจะไป เอาอย่างนี้ พูดยังเอธิโอเปียนี่ถึงอะไร แห้งๆ แล้งๆ ร้อนๆ ไข้มาลาเรีย ความจริงคือเอธิโอเปียเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์มาก พื้นที่ทำเกษตรกรรมเยอะมาก ผู้คนก็ไม่ได้อดอยาก หรืออิหร่านที่คนมองว่าเป็นประเทศมุสลิมน่ากลัว ความจริงคือสวยงาม คนน่ารักมาก ซีเรียที่เป็นประเทศแถบตะวันออกกลาง คนซีเรียเป็นคนน่ารักมาก ดีกว่าอียิปต์ จอร์แดน โมร็อกโคซะอีก เป็นมิตรมาก พลอดภัยมาก และให้เกียรติผู้หญิงมากด้วย แต่เราจะรู้สึกว่ามันน่ากลัวมาก เรื่องพวกนี้มันขึ้นอยู่กับ level of awareness ของตัวเราเองว่ามีแค่ไหน” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“โพสต์ลง facebook อยากให้คนอื่นเหมือนได้มาเที่ยวกับเราอะ เหมือนมาเป็นเพื่อนเราเที่ยวไปโพสต์ไปคะ วันต่อวัน โพสต์ทั้งหมดคะ ถ่ายมาอย่างไรโพสต์หมด ไม่แต่งด้วย เอากันแบบสดๆ บรรยากาศ ผู้คน อาหาร ที่อยู่ จัดให้สุด แสงสุด คนสุด เลยคะ เพื่อใครอยากมา มันแบบนั้นๆ แต่จะจัดเต็ม ตอนสรุปก่อนวันกลับหรือกลับมาถึงแล้ว ทำนองนี้ อยากให้คนอื่นได้เห็นที่เราได้ไปมา ละก็ได้อ่านที่เราถ่ายทอดคะ ได้รู้จักอีกมุมหนึ่ง ที่บางทีหนังสือไม่ได้เขียนไว้ หรือบางทัวร์ไม่ได้พาไป” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“เป็นสิ่งที่อยากบันทึกไว้ เราอยากแชร์ให้เพื่อนเราเห็นว่ามันสวยงามนะ ตอนลงรูปปุ๊บ ก็มีเพื่อนซื้อตั๋วเครื่องบินตาม ไปเที่ยวตามรอยเรา มาถามข้อมูลเรา ซึ่งอันนี้เรายินดีที่จะตอบ อยากให้ข้อมูล อยากให้คนได้ไปเปิดโลกเหมือนเรา เลยไม่ได้เก็บไว้ดูคนเดียว แต่เปิดให้คนอื่นได้เห็นด้วย” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“เขียนรีวิวในพันทิปเพราะอยากให้คนที่กำลังจะไปเที่ยวมีคู่มือ เพราะตอนที่ตัวเราเองจะไปเที่ยว เราหาข้อมูลลำบากมาก เคยเขียนรีวิวเมืองจีน อุฮั่น ซื่ออัน ตอนนั้นกว่าเราจะไปได้ เราหาเยอะมาก ต้องเขียนถามคนจีนด้วยซ้ำ ว่าเราจะไปที่นั่นที่นี้ได้ยังไง แล้วเราก็ชอบที่จะบอกเล่าด้วย ให้คนเค้าได้รู้ว่า ที่นี้ไปเที่ยวได้นะ มันไม่ได้ไปลำบาก มันไม่ได้น่ากลัว ไม่ได้เหนียวอย่างที่คิด ไม่จำเป็นต้องซื้อแพ็คเกจทัวร์ เราไปเองได้นะ อย่างเมืองจีนคนก็จะมีภาพในหัวว่าสกปรก เหม็น มีแต่คนอะไรอย่างนี้ แต่เราอยากบอกว่า จีนเดี๋ยวนี้ไม่ได้เป็นแบบนั้นแล้วนะ

ไม่ได้สกรปรกขนาดนั้นแล้วนะ คำมีชักโครกแล้ว แต่วัฒนธรรมของเค้าคนอาจจะยังไม่ค่อยกต
 ชักโครกกัน มันก็จะมิกลิ่นหน่อย ก็เท่านั้นเอง บ้านเรามีอะไรดี เมืองนอกก็มีอะไรดีเหมือนกัน
 เวลาเขียนจะเขียนเยอะ อธิบายทุกขั้นตอน ถ้าไปอย่างนี้ๆ ไปยังงั้น วิธีการต่างๆ จะ
 อธิบายละเอียด การจองตั๋วรถ การซื้อบัตร อยากให้เค้ารู้ว่ามันไปไม่ได้ยากนะ แต่ถ้าเกี่ยวกับ
 สถานที่จะได้รื้อวิวเยอะ แคบอกว่าจะลองไปเที่ยวดูนะ เราอยากให้รื้อวิวของเราเป็นหนังสือ
 เล่มหนึ่งที่เค้ามาเปิดอ่าน” (สัมภาษณ์, เซอร์รี่, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

การถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์นับเป็นการนำเสนออัตลักษณ์
 บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ผู้อื่นรับรู้เกี่ยวกับตัวเองออกไปได้อย่างชัดเจนที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่าง
 ต้องการสื่อสารอัตลักษณ์ออกไปให้ผู้อื่นรับรู้ในฐานะของความเป็นผู้รักการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเปิด
 โลกทัศน์ เป็นผู้ที่กล้าที่จะแสวงหาและลองทำสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวเอง เป็นผู้ที่มีข้อมูลความรู้ทั้งจากที่เกิดจาก
 การค้นคว้าจากสื่อต่างๆ และที่เกิดจากประสบการณ์ตรงที่ต้องการนำมาแบ่งปันให้ผู้อื่นได้รู้ด้วย
 นอกเหนือจากการนำเสนออัตลักษณ์ของความเป็นผู้รักการเดินทางแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังต้องการ
 สื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงในแบบของตัวเอง ที่ใช้การเดินทางเป็นพื้นที่ในการ
 พัฒนาตัวเองให้เติบโต จนกลายเป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจและรู้คุณค่าของตัวเอง แสดงให้เห็นว่าการ
 เดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด เป็นประสบการณ์ชีวิตที่ประเมินค่าไม่ได้ อันนำมาสู่
 การแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้นำทางความคิด ด้วยการกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น
 ลองออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกให้กับตัวเองดูบ้าง

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

นอกจากการสื่อสารภายในตัวเองที่กลุ่มตัวอย่างมองเห็นตัวเองอย่างชัดเจนในฐานะนัก
 เดินทางผู้รักการออกสำรวจโลกและเปิดรับประสบการณ์แล้ว การสื่อสารมวลชนเป็นระดับการสื่อสาร
 ที่พบมากที่สุดในช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยวนี้ เนื่องด้วยตัวตนเดิมและตัวตนใหม่ที่ค้นพบในระหว่าง
 การเดินทางได้เกิดการประสานตัวและตกผลึกออกมาจนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่
 โดยยังคงมีตัวตนเดิมแฝงฝังอยู่ไม่ว่าจะเป็นความเป็นลูกสาวที่อยู่ในโอวาทของพ่อแม่ ความเป็นแม่
 เป็นภรรยา เป็นคนรักที่ต้องประคับประคองดูแลความสัมพันธ์ให้ราบรื่น ความเป็นผู้ด้อยอาวุโสที่ต้อง
 ถูกผู้ใหญ่ใช้อำนาจในการว่ากล่าวตักเตือนหรือตำหนิ และความเป็นผู้หญิงแบบอุดมคติสังคมไทยที่
 ได้รับการคาดหวังให้ต้องรับผิดชอบภาระการดูแลบ้านและคนในบ้าน

แต่การโพสต์เล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวผ่านการ ‘เล่าเรื่อง’ นั้น เป็นการสะท้อนตัวตนของผู้
 ออกเดินทางท่องเที่ยว ว่าตนเป็นใคร สนใจเรื่องอะไร มีทุนวัฒนธรรมแค่ไหน มีความคิด มุมมองต่อสิ่ง

ต่างๆ อย่างไรก็ตาม ทุกองค์ประกอบที่ปรากฏในภาพถ่ายซึ่งถูกโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ กล้อง โทรศัพท์มือถือ หนังสือพิมพ์ที่ใช้ ยี่ห้อกระเป๋าเดินทาง รองเท้า ข้าวของที่ซื้อกลับมาเป็นที่ระลึก การเลือกชุดแต่งกาย ทั้งที่หะมัดหะแมงดูคล่องตัวสมเป็นนักเดินทาง หรือการเลือกสวมชุดประจำชาติของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนสถานะความเป็นนักเดินทางที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการจัดวางตัวเองเอาไว้เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์นี้ออกไปให้ผู้อื่นรับรู้

ตารางที่ 4.15 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	การสื่อสารอัตลักษณ์
เขียนเพื่อแสดงตัวตน	เป็นนักเดินทางผู้รักอิสระ ชื่นชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และสนุกสนานที่จะได้ออกไปสำรวจโลกกว้างอยู่เสมอ
เขียนเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น	เป็นผู้มีความภูมิใจในตัวเอง ประสบความสำเร็จและต้องการช่วยเปิดประตูโอกาสให้คนอื่นได้พบกับความพึงพอใจที่ตัวเองได้รับ
เขียนเพื่อให้ความรู้ ข้อมูลต่างๆ	เป็นผู้มีความรู้ ด้วยการเขียนเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลสำคัญสำหรับการเดินทางไปยังประเทศต่างๆ ที่อาจหาไม่ได้ในหนังสือพิมพ์

4) การต่อยอดอัตลักษณ์นักท่องเที่ยวให้กลายเป็นเป็นทุนทางสัญลักษณ์และทุนเศรษฐกิจ

การเขียนบอกเล่าประสบการณ์การเดินทางผ่านทางสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะเป็น facebook fanpage blog website หรือ webboard นั้น เกิดขึ้นอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอเกือบทุกครั้งที่มีการออกเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างหลายคนแยกเนื้อหาที่เกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวการเดินทางออกมาจากพื้นที่สื่อออนไลน์ส่วนตัว โดยแยกออกมาทำเว็บไซต์ blog หรือ fanpage สำหรับสื่อสารเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเองโดยเฉพาะ มีความถี่ในการนำเสนอที่มากกว่าปกติ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เข้มข้นยิ่งขึ้น โดยมีบทบาททั้งการให้ข้อมูล ตอบคำถามไขข้อสงสัย สร้างแรงบันดาลใจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งทำให้มีผู้สนใจติดตาม

อ่านเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนสร้างสถานะความเป็นผู้รู้ (guru) ด้านการท่องเที่ยวและกลายเป็นศูนย์กลางของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเหล่านี้ ให้เป็นที่รู้จักกันในฐานะนักเดินทางผู้มีชื่อเสียงในโลกสื่อออนไลน์

Fanpage blog หรือเว็บไซต์ที่มีผู้ติดตามและเข้าชมเป็นจำนวนมาก ก็เริ่มเป็นที่สนใจของผู้ซื้อพื้นที่โฆษณาสินค้าและบริการต่าง ที่ติดต่อเข้ามาขอใช้เป็นพื้นที่โฆษณาแฝง (tie in) สินค้าและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ตัวเครื่องบิน โรงแรม ประกันการเดินทาง กระเป๋าเดินทาง รองเท้า เสื้อผ้า เป็นต้น ตลอดจนการได้รับเชิญไปสัมภาษณ์ลงในสื่อออนไลน์ รายการ ออกอากาศในรายการโทรทัศน์ และไปร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ที่จัดขึ้น จนสามารถสร้างรายได้กลับคืนมาเป็นจำนวนไม่น้อยเลย

“ปกติเวลาเราไปเที่ยวเราจะเขียนไลน์มาเล่าให้ลูกกับเพื่อนๆ ฟังอยู่แล้ว ที่เขียนให้ลูกเนียเพื่อที่เค้าจะได้ไม่ห่วงว่าวันนี้แม่ไปที่นี้ๆ มานะ ทุกเย็นกลับมาจากการท่องเที่ยวเราจะต้องมาเล่าให้เค้าฟัง เป็นการบอกทางอ้อมว่าเราอยู่ตรงนี้ ยังโอเค แล้วก็เล่าให้เพื่อนๆ ในไลน์กรู๊ปไปจนมีหนังสือดิฉันมาสัมภาษณ์ เค้าก็บอกว่าคุณป้าต้องมีเพจ ต้องมีช่องทางนะ มันจะได้กว้างขึ้น คนอื่นที่สนใจเรื่องเที่ยวจะได้เข้ามา เค้าอยากให้มีการแลกเปลี่ยนกัน เราก็เข้าใจ ลูกชายก็เลยถามว่าแม่จะเขียนมั๊ย เราก็บอก ปกติแม่ก็เขียนอยู่แล้ว ถ้าหากว่าทำเป็นเพจ แล้วมันทำให้คนอื่นอ่านได้เยอะขึ้น สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนระหว่างคนที่ท่องเที่ยวเหมือนกันได้มากขึ้น ก็เอาสิ เราก็ทำเหมือนเดิม งานก็เท่าเดิมแหละ เพราะปกติก็เขียนอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“ในพันทิปจะลงอย่าง รีวิวร้านอาหารในเวียดนาม พยายามเขียนในสิ่งที่คนน่าจะชอบ พอติดกระทู้แนะนำ เราก็จะมีความภูมิใจ อีกส่วนหนึ่งเราก็กำลังสนใจเรื่องการตลาดออนไลน์ก็เลยอยากจะลองสำรวจตลาดว่าคนในพันทิปชอบกระทู้แบบไหน facebook จะเป็นแบบพิมพ์ๆ ใส่ลงไปก่อน วันนี้ไปโน่นมา ไปนี่มา แต่ blog จะเอาสิ่งที่อยู่ใน fb มาเรียบเรียงใหม่อีกที บางทีกลับมาหลายเดือนแล้วค่อยมาเขียน fb กับ blog นี้จะลงรูปตัวเองบ้างเพราะมันจะให้ความรู้สึกส่วนตัวอยู่บ้าง แล้ว blog นี้ก็ใช้เป็นพอร์ตในการทำงานด้วยว่าเรามีความสนใจหัวข้อเหล่านี้ แต่ pantip จะไม่ลงรูปส่วนตัวเลย

กำลังคิดจะทำเพจเกี่ยวกับท่องเที่ยวอยู่เหมือนกัน แต่ตอนนี้เพจเที่ยวมีเยอะมาก ก็กำลังหาช่องทางที่มีตรงไหนที่น่าทำ กำลังหาทางที่จะทำเงินจากมันอยู่” (สัมภาษณ์, ปอนต์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“แยกทำเพจ travel mile away เพราะว่ามันรก feed มาก เลยแยกไปโพสต์ต่างหากอีก เพจ เพื่อนก็แนะนำว่าไปเที่ยวเยอะขนาดนี้ น่าจะทำเพจจริงจังไปเลย แล้วเวลาไปรีวิวลง ฟันทิป ก็จะมีคนเข้ามาถามข้อมูลต่างๆ อยู่ตลอด ก็เลยแปะลิงค์ให้เข้าไปดูในเพจเราซะ เลย เป็นเพจที่บอกเล่าประสบการณ์ ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว แล้วก็ เป็นแรงบันดาลใจให้คน ไปเที่ยวด้วย

ถ้าทริปไหนรูปสวย จะไปรีวิวในฟันทิปด้วย เพราะอยากแชร์ข้อมูล เป็นความสุข ส่วนตัว อยากให้คนไปเที่ยวเหมือนเรา บางทริปจะทำคลิปวิดีโอด้วย เพราะอยากให้เห็นสิ่งที่ภาพนิ่งมันไม่ได้เห็น อย่างเช่นไปปีนเขา ถ้าเป็นภาพนิ่งก็เห็นแค่นั้น ไม่รู้ว่ามันปีนยาก หรือง่ายยังไง

คนที่เข้ามาคอมเมนต์มีทั้งขอข้อมูล และแชร์ประสบการณ์ตอนที่ตัวเองไปเที่ยวมา ส่วนมากคนที่เข้ามาคอมเมนต์จะเป็นผู้หญิง มากกว่า 10-20% อายุประมาณ 25-35 ปี

เราวางแผนอนาคตนะไม่ได้เที่ยวอย่างเดียว ลงทุนในหุ้น ถ้าयरูปขาย stock ขายของ ออนไลน์ ตอนนี้เพจก็ยอดไลค์เยอะ แส่นกว่าแล้ว มีโฆษณามาลง เพราะมีคนมาแชร์โพสต์ หนึ่งที่เราลงรายละเอียดการท่องเที่ยวเอาไว้ จาก 6,000 ไลค์ มาเป็น 95,000 ในอาทิตย์เดียว ทำ blog ในฟันทิป วิดีโอ youtube” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวของเราไม่ได้ไปแค่ถ่ายรูปสวยๆ แล้วจบ แต่เราเอากลับมารีวิว เขียนเป็น เรื่องราว ถ่ายทอดเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นได้อยากไปเที่ยวตามด้วย ด้วยความ ที่เป็นคนชอบเขียน เราก็หาที่ปล่อยของนะแหละ เราก็คิดว่าการท่องเที่ยวของเรามันน่าจะเป็นแรงบันดาลใจให้คนอยากออกไปเที่ยวได้บ้าง ก็เลยเขียนรีวิว อย่าง 7 สวนสวยใน นิวยอร์ก มีเพจท่องเที่ยวของตัวเอง Journey Together เอาไว้แชร์เรื่องท่องเที่ยวของคน อื่นบ้าง ของตัวเองบ้าง เขียน blog ให้กับเว็บไซต์ต่างๆ พี่ที่รู้จักของเจแปน ฮอลิเดย์ ก็ให้ เราไปเที่ยวกับทัวร์ของเค้าแล้วกลับมาเขียนบทความให้ ฟันทิป เพจ facebook มันจะ ต่างกันนะ fb จะลงสิ่งที่ลิงค์มาจาก IG อัปเดตรายวันว่าวันนี้เราไปไหน อยู่ไหน มีค่าคอม มี แคปชั่นบ่งบอกความคิดความรู้สึก แต่ถ้าเป็นรีวิวจะให้ข้อมูลเยอะ

หลังจากที่เริ่มทำเพจ ทำรีวิว เพราะต้องการจะหาที่นำเสนองานเขียนของเรา แชร์ ประสบการณ์ ก็ค่อยๆ พัฒนามาเป็นช่องทางที่จะสร้างรายได้ เพื่อที่เราจะได้มีเงินไปเที่ยว ต่อ เขียนรีวิวในฟันทิปมันไม่ใช่ของเราไง แต่ถ้าทำเป็นเพจ มันเป็นของเรา แล้วก็ ได้เขียน หนังสือด้วย ตอนไปเที่ยวนิวยอร์กก็ไปเสนออัมรินทร์ก็ผ่าน ได้พิมพ์ 7 มหัศจรรย์ใน นิวยอร์ก

พอเขียนบทความอัพขึ้นไป เห็นยอดวิวขึ้นปั๊บ อยากเขียนต่อทันที ถามว่าเงินค่าตอบแทนที่ได้เยอะมั๊ย มันไม่เยอะเลย แต่มีคนอ่านเราก็ดีใจแล้ว เงินเป็นแค่ส่วนประกอบ พอมีช่องทางที่จะมีรายได้จากการท่องเที่ยว เราก็เริ่มทำมากขึ้น ได้เที่ยวด้วย ได้เป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่นเที่ยวด้วย ได้เงินด้วย เราคิดเสมอว่าเราจะทำยังไงที่เราจะเลี้ยงตัวเองด้วยการทำสิ่งที่เราชอบ แต่เราก็ต้องมีคนรู้จัก ต้องมีคนซัพพอร์ต เราจะมานั่งเพ้อฝันอยู่ไม่ได้” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ตนไม่ได้เป็นเพียงนักเดินทางธรรมดาทั่วไป ที่เลือกใช้เวลาว่างไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเพียงเท่านั้น แต่เป็นผู้ที่มีความสนใจอย่างจริงจังในกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผู้แสวงหาความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ อยู่เสมอ เป็นผู้เผยแพร่ นำเสนอความรู้เหล่านั้นให้กับผู้อื่น

นอกจากนี้ ยังสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นผู้บุกเบิก ริเริ่มการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใหม่ๆ ที่คนไทยยังไม่ค่อยนิยมไป แสดงให้เห็นภูมิความรู้และประสบการณ์ที่มีมากกว่าคนทั่วไปที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปิดหูเปิดตา เป็นผู้ตอบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับคนทั่วไปที่มีข้อสงสัย เป็นผู้สร้างชุดความรู้เกี่ยวกับเคล็ดลับ ข้อควรระวัง สิ่งที่ต้องห้ามพลาดในการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างๆ จนยกระดับขึ้นกลายเป็นผู้มีสถานะผู้นำทางความคิด (opinion leader) ในที่สุด

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างถูกยกระดับขึ้นมาเป็นผู้มีทุนทางสัญลักษณ์ในฐานะนักเดินทางตัวจริงแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะต้องพยายามที่จะแสวงหาเนื้อหา (content) มาแนะนำเสนอให้กับผู้ที่ติดตามอ่านสื่อออนไลน์ของตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อหล่อเลี้ยงความน่าสนใจให้กับสื่อออนไลน์ให้มีผู้เข้ามาอ่านอยู่เสมอ การเขียนและโพสต์ภาพเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวเมื่อถูกยกระดับขึ้นมาเป็นทุนทางสัญลักษณ์จึงกลายเป็นความรับผิดชอบ (obligation) ที่มีต่อผู้ติดตามอ่านผสมรวมอยู่ในการโพสต์ตามความพอใจของตัวเองด้วย

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารมวลชนเป็นระดับของการสื่อสารที่ปรากฏชัดเจนที่สุดในช่วงระยะเวลานี้ ทั้งความถี่ ความสม่ำเสมอ โดยกลุ่มตัวอย่างจะทำการโพสต์เนื้อหาต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นในสื่อออนไลน์ของตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาติดตามได้อ่าน หากว่าเนื้อหายังมีความน่าสนใจ เช่น เคล็ดลับการจองที่พักให้คุ้มค่า บริการพิเศษต่างๆ ที่พบเจอได้ในสนามบินแต่ละแห่ง ส่วนลดที่นักท่องเที่ยวจะได้ในสถานที่ต่างๆ เทคนิคการจัดกระเป๋าเดินทาง หรือสิ่งห้ามพลาดเมื่อเดินทางไปเยือนสถานที่แห่งไหนๆ เนื้อหาที่น่าสนใจจะได้รับการกดถูกใจ และแชร์ต่อๆ ไปให้ผู้อื่นได้อ่าน ยังมี

ยอดผู้ติดตามอ่านสูงเท่าไร โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับการติดต่อเพื่อลงโฆษณาสินค้าก็ยังมีเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น การสื่อสารในสื่อออนไลน์จึงเป็นการผสมรวมกันระหว่างสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ เขียน ต้องการถ่ายทอด กับสิ่งที่คนอ่านต้องการ อยากอ่านและน่าจะถูกใจ กลุ่มตัวอย่างจะต้องผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองได้ทั้งความต้องการของตนเองและผู้ติดตามอ่านสื่อออนไลน์ เพื่อหล่อเลี้ยงทุนทางสัญลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงนักเดินทาง อันจะนำมาซึ่งรายได้ค่าโฆษณาและการติดต่อเพื่อให้สัมภาษณ์ในสื่อต่างๆ ออกรายการโทรทัศน์ สัมภาษณ์ลงนิตยสาร หรือสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นผลให้เกิดรายได้ที่จะนำมาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

ตารางที่ 4.16 การสื่อสารอัตลักษณ์ที่เกิดจากการต่อยอดอัตลักษณ์นักท่องเที่ยวให้กลายเป็นเป็นทุนทางสัญลักษณ์และทุนเศรษฐกิจ

การต่อยอดอัตลักษณ์นักท่องเที่ยวให้กลายเป็นเป็นทุนทางสัญลักษณ์และทุนเศรษฐกิจ	การสื่อสารอัตลักษณ์
การต่อยอดอัตลักษณ์นักท่องเที่ยวให้กลายเป็นเป็นทุนทางสัญลักษณ์และทุนเศรษฐกิจ	เป็นผู้มีทุนสัญลักษณ์ ในฐานะนักเดินทางผู้มีความรู้ เป็นที่รู้จัก และได้รับการโยงอัตลักษณ์เหล่านี้เข้ากับสินค้าและบริการต่างๆ เป็นผลให้นำมาซึ่งรายได้จากการโฆษณา ทำให้เป็นผู้มีอำนาจทางทุนทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งขึ้น

3. ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

“สมัยนี้การไปเที่ยวต่างประเทศไปง่ายขึ้นมาก ใครๆ ก็ไปได้ สมัยก่อนข้อมูลน้อย และต้องมีสตางค์ระดับเศรษฐกิจ เพราะการเดินทางทางอากาศมีราคาสูงมาก แต่เดี๋ยวนี้เรามี application ในโทรศัพท์ที่คอยแจ้งเตือนว่ามีโปรฯ ตัวเครื่องบินไปที่ไหนบ้าง” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

คำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างวัย 63 ปีอย่างป้าแป๋ว น่าจะเป็นเครื่องยืนยันได้เป็นอย่างดีถึงความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในทุกภาคส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตั้งแต่การแข่งขันกันทางด้านราคาของสายการบินราคาประหยัด ซึ่งมักจะจัดโปรโมชั่นตัวโดยสารราคาถูกออกมาจูงใจผู้บริโภคอยู่เป็นระยะ เริ่มตั้งแต่เที่ยวบินในประเทศ และขยายขยายออกไปยังเส้นทางต่างๆ ทั้งในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา มีทั้งการลดราคาตัว แกรมที่พักรฟรี หรือซื้อขาไป บินฟรีขากลับ หรือแม้กระทั่งตัวเครื่องบินราคา 0 บาทก็ยังมีให้เห็น สายการบินราคาประหยัดเหล่านี้ยังสามารถ

สื่อสารชนิดเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที ไม่ต้องรอให้ผู้บริโภคเป็นฝ่ายเริ่มต้นหาข้อมูลด้วยซ้ำ ด้วยเทคโนโลยี application ให้ผู้ใช้บริการดาวน์โหลดเอาไว้ในมือถือสมาร์ทโฟน และคอยส่งข่าวสาร การลดราคาและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ได้รู้กับแทบจะตลอด 24 ชั่วโมง การแข่งขันเพื่อดึงดูดความสนใจ จากผู้บริโภคของสายการบินราคาประหยัด ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบ (full service) อีกหลายแห่งต้องหันลงมาทำสงครามราคาเพื่อไม่ให้สูญเสียลูกค้า เหล่านี้ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วโดยสารทางอากาศมีราคาถูกลงมากหากเทียบกับการเดินทางทางอากาศในยุคก่อน



ภาพที่ 4.4 ภาพโปรโมชั่นของสายการบินราคาประหยัด



ภาพที่ 4.5 ภาพโปรโมชั่นของสายการบินราคาประหยัด

นอกจากนี้ ความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางเที่ยวบิน ที่พักในยุคปัจจุบันก็สามารถทำได้ง่ายขึ้นกว่าเดิมมาก จากเดิมที่ต้องอาศัยการหาข้อมูลการเดินทางจากหนังสือนำเที่ยว (guide book) หรือสอบถามจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์เดินทางมาก่อน หรือต้องพึ่งพาไกด์นำเที่ยว บริษัททัวร์ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ การเดินทาง ค่าใช้จ่าย หรือแม้กระทั่งข้อควรระวังในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนั้นๆ ได้จากเว็บไซต์ท่องเที่ยวและเว็บบอร์ดสาธารณะที่มีผู้มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางที่มีอยู่อย่างมากมายได้อย่างสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการรู้ในการเดินทางได้ทุกเรื่อง ตั้งแต่การทำวีซ่า การซื้อตั๋วเครื่องบิน ขั้นตอนการขึ้นเครื่องบิน หรือวางแผนเส้นทางการเดินทางด้วยตัวเอง ชนิดที่เรียกได้ว่าสามารถมองเห็นเส้นทางการเดินทางทั้งหมดตั้งแต่ออกจากสนามบินไปถึงที่พัก ไปจนร้านอาหารที่จะเลือกรับประทานได้เลยด้วยซ้ำ ข้อมูลการเดินทางที่มีอยู่อย่างมหาศาลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเหล่านี้ช่วยลดความกังวลและความไม่แน่ใจของนักท่องเที่ยว และทำให้การตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวทำได้ง่ายขึ้นกว่าในยุคสมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังล้าหลังกว่านี้อย่างมาก



ภาพที่ 4.6 Application ในโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ไม่เพียงแต่การวางแผนการท่องเที่ยว การเลือกจองที่พักล่วงหน้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนอย่าง agoda.com booking.com hotels.com expedia.com เหล่านี้ ก็สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกโรงแรมที่พักในสถานที่ที่ต้องการ ในราคาที่พอเหมาะกับงบประมาณที่ต้องการจ่าย สามารถอ่านข้อคิดเห็นคำติชมของผู้ที่เคยเข้าพักมาก่อนเพื่อประกอบการตัดสินใจ และยังสามารถเลือกจองที่พักในวันและระยะเวลาเข้าพักที่ต้องการได้ด้วยตัวเองอย่างสะดวกง่ายดาย บางเว็บไซต์ยังดึงดูดลูกค้าด้วยเงื่อนไขการจองที่สามารถยกเลิกได้ หรือจองวันนี้ แต่จ่ายเงินเมื่อเข้าพัก หรือได้รับคะแนนสะสมเพื่อเป็นส่วนลดในการจองที่พักครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวบางคนยังค้นหาที่พัก

จากเว็บไซต์ตัวแทนเหล่านี้ และทำการติดต่อกับโรงแรมเป็นการส่วนตัวด้วยการส่งอีเมล เพื่อซักถามรายละเอียดต่างๆ ที่ไม่ปรากฏในเว็บไซต์หรือต่อราคาเป็นการส่วนตัวด้วยตัวเองก็ยังสามารถทำได้



ภาพที่ 4.7 เว็บไซต์ให้บริการจองที่พัก

“เริ่มวางแผนนั่งรถไฟ เริ่มมองหา hostel โดยเลือกจาก hostel ที่ไม่ไกลสถานีรถไฟ มี women's dorm และดูรีวิวว่าห้องสะอาดไหม สะดวกไหม เป็นหลักอะคะ ออนไลน์ทุกอย่าง” (สัมภาษณ์, โบ เบอร์เกอร์สัน, 14 ธันวาคม 2558)

“ตอนนั้นจองตัวก่อนเดินทาง 2 เดือน ก็หาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและวางแผนการเดินทาง อะว่าจะไปเที่ยวที่ไหนบ้าง เดินทางยังไง เปิดเน็ตหาเอาเลย ชื่อหนังสือมาเล่มนึงด้วยคะกับตามรีวิวทางอินเทอร์เน็ต เอามาผสมกัน เดินทางไปกลับจากสนามบินมาเก๊าอะ ไม่ได้กังวลอะคะ เพราะภาษาก็พอพูดได้ ที่พักอะไรก็จองล่วงหน้าไปหมดแล้ว” (สัมภาษณ์, ปุ๊ก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

“ที่พักจะตรวจสอบดูจากเว็บ tripadvisor ว่าเป็นยังไง คือราคาถูกได้ แต่ต้องปลอดภัย คือต้องคุ้มกันทั้งราคาและความปลอดภัย” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“อ่านเอาจากในรีวิวภาษาอังกฤษ เพราะไม่ค่อยมีคนเขียนรีวิวภาษาไทย แล้วก็เมลไปถามศูนย์รถที่เน่น ถามว่าใช้เวลาที่ชั่วโมง แล้วก็เอาข้อมูลมาวางแผน วันนี้จะเที่ยวอะไร ทำเป็นตารางเลย เพราะปกติเวลาไปเที่ยวกับเพื่อนก็จะทำแบบนี้อยู่แล้ว การวางแผนเป็นเรื่องที่ทำเป็นประจำอยู่แล้ว

ใช้เตรียมตัวไม่นาน จะเข้าไปดูเว็บไซต์ท่องเที่ยวของเค้าเลย ต้องไปยังไง นั่งรถจาก ไหน ใช้เวลาจากตรงนี้ไปตรงนี้เท่าไร แล้วก็ดูว่าที่นี้มันมีอะไรเด่นๆ อย่างจากปราก ออกไปเชสก็ เชสก็มีอะไรน่าเที่ยว วันนี้น่าจะโอเคมัย แล้วก็มันเป็นทางต่อที่จะไปฮอลสแตทได้ ก็เลยเลือก เลือกที่พักจากความสะดวก ดูว่าจุดหมายของเราคือที่ไหนบ้าง คราวนี้จองของ air bnb เพราะเพื่อนเคยจองของที่นี่ เราก็พยายามดูรีวิวว่าที่ไหนใกล้ ที่ไหนโอเค เพราะเราจะทิ้งกระเป๋าใบใหญ่เอาไว้เลย แล้วแยกเอาใบเล็กไป ที่พักลักษณะแบบนี้จะดีกว่าโรงแรม แล้วก็พยายาม contact กับเจ้าของที่พักด้วยตัวเอง จะไม่ทำผ่านเอเจนต์ เค้าก็มีส่วนลดมีอะไรให้ บางทีก็ไม่ต้องมัดจำเงิน คุยกันทางอีเมล ก็ตกลงกันทางนั้น” (สัมภาษณ์, เซอร์, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“ซื้อหนังสือท่องเที่ยววันหยุดๆ จะใช้ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมากกว่า หาได้ทุกอย่าง เราอยากไปเที่ยวที่ไหน ค่าเข้าเท่าไร ป้ายรถอยู่ตรงไหน อย่างรัสเซียต้องหาข้อมูลละเอียดมาก เพราะเป็นประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ต้องเตรียมตัวเยอะ” (สัมภาษณ์, พัด, 26 พฤศจิกายน 2558)

การออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังสำหรับผู้หญิงนั้น ไม่ใช่กิจกรรมที่สามารถทำได้เพียงแค่นั้น เพราะมีเวลาว่าง แต่ยังต้องมีความพร้อมในปัจจัยด้านอื่นๆ ควบคู่กันไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านงบประมาณ ความพร้อมด้านข้อมูล ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลให้การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทำได้ง่ายขึ้น ผู้หญิงเดินทางสามารถเลือกที่พักและตัวโดยสารที่มีสอดคล้องกับกำลังทรัพย์ที่สามารถใช้จ่าย สามารถวางแผนการเดินทางด้วยตัวเองได้โดยละเอียด และตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร ค่าเดือนต่างๆ การระมัดระวังต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้หญิงเดินทางตามลำพัง ที่ต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในสวัสดิภาพ ด้วยไม่สามารถต่อสู้กับอันตรายหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวได้มากเท่าผู้ชาย การใช้ข้อมูลเพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงจากความเสี่ยง จึงช่วยลดทอนความวิตกกังวลในการก้าวออกจากบ้านไปสู่โลกกว้างอันเป็นพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคย ปัจจัยเหล่านี้มีส่วนอย่างมากที่ทำให้ผู้หญิงสามารถออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ง่ายดายขึ้นกว่าในยุคสมัยที่ผ่านมา

นอกจากปัจจัยด้านทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรมที่กล่าวถึงในข้างต้นแล้ว ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ ก็นับว่าส่งผลต่อศักยภาพการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงไม่น้อย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเข้าถึงข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการสื่อสารอัตลักษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้มีข้อค้นพบดังรายละเอียดต่างๆ ที่กล่าวมาในข้างต้นนี้แล้ว ในลำดับต่อไป ผู้วิจัยจะได้ทำการสำรวจข้อมูลการถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างลงในสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น

facebook instagram fanpage blog และ webboard เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ถึงวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังว่าจะปรากฏออกมาเป็นเช่นไร ซึ่งจะนำเสนอต่อไปในบทที่ 5



บทที่ 5

การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

หลังจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างดังที่ได้กล่าวถึงในบทที่ผ่านมาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากการวิเคราะห์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้ทำการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านภาพถ่ายและการเขียนบรรยายลงในสื่อออนไลน์ อาทิ facebook blog webboard และ website

โดยทำการเก็บข้อมูลสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้โพสต์ลงในสื่อออนไลน์ของตัวเองในช่วงก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และเลือกเก็บข้อมูล 1-2 ทริปเดินทางต่อกลุ่มตัวอย่าง 1 คน เพื่อนำภาพและข้อความมาทำการวิเคราะห์ด้วยท (textual analysis) ซึ่งผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับเบื้องหลังที่มาของข้อมูล (context of production) ได้แก่ ใครเขียนอะไร ถ่ายภาพอะไรมา กำลังคิดอะไรอยู่ พูดอะไรเกี่ยวกับสิ่งนั้น ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น รวมไปถึง เจตจำนงไร้สำนึก (unconscious intentions) ที่อาจแฝงอยู่ในข้อความหรือรูปภาพที่โพสต์ลงไปเหล่านั้นด้วย และตัวบทเอง (The text itself) ได้แก่ วิธีที่ภาพถูกถ่าย ภาษา วิธีการเล่าเรื่องที่ใช้ ลำดับการเล่าเหตุการณ์ เป็นต้น

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ด้วยทแล้ว ผู้วิจัยจะขอนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เป็นลำดับดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

2. การวิเคราะห์ด้วยท (textual analysis) เพื่อตีความการสื่อสารอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

1. พฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในหลายแง่มุม นับตั้งแต่แรงจูงใจในการใช้สื่อ ที่จะทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่พบในการวิเคราะห์ภาพและคำบรรยายในสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น facebook instagram blog เป็นต้น และแรงจูงใจที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิง

ลึกจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้พบว่า มีแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังการใช้สื่อออนไลน์ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าที่ปรากฏให้เห็น การเลือกภาพถ่ายและคำบรรยาย ความคิดเรื่องพื้นที่ส่วนตัว/พื้นที่สาธารณะในการใช้สื่อออนไลน์ ความสม่ำเสมอในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว และความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็น ซึ่งล้วนแล้วแต่มีส่วนในการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ที่งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษา

1.1 แรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์

Kartikaya P Bolar (2009) ได้ทำการวิจัยเพื่อระบุแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค พบว่าแรงจูงใจนั้นมีทั้ง 7 แบบด้วยกัน ได้แก่

1. เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์ (self-reflection and image-building) ผู้ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างภาพลักษณ์และข้อมูลส่วนบุคคลที่ดูแล้วสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่น
2. เพื่อประโยชน์ใช้สอย (utility) ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนฝูง และใช้งานบริการต่างๆ ที่ทางสื่อออนไลน์มีให้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านความบันเทิง
3. เพื่อรวบรวมข้อมูลและแก้ปัญหา (information-gathering and problem solving) ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลที่จำเป็นในการทำงานและแก้ไขปัญหาต่างๆ
4. เพื่อสร้างเครือข่าย (networking) ใช้เพื่อสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรักษาความสัมพันธ์กับผู้ที่มีความชอบในเรื่องต่างๆ คล้ายคลึงกัน
5. เพื่อฆ่าเวลา (simply-spending time) เป็นการฆ่าเวลาหรือใช้เวลาว่างที่มีให้หมดไปแทนการทำกิจกรรมอย่างอื่น
6. เพื่อรำลึกถึงความทรงจำ (revisiting-memories) เช่น ค้นหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้ติดต่อกันมานาน หวนกลับไปดูกิจกรรมหรือสิ่งต่างๆ ที่ผ่านมาแล้วในชีวิต
7. ใช้ตามคนรอบข้าง (peer influence) ใช้ตามแรงกดดันของเพื่อนฝูงหรือคนรอบข้าง (Bolar, 2009)

จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังใช้สื่อออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลเน็ตเวิร์คอย่าง facebook ในแง่ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเอง โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ข้อที่สอดคล้องกับแรงจูงใจของ Bolar คือ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน (utility) ใช้เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ (revisiting-memories) และใช้เพื่อ

สะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์ (self-reflection and image-building) ในขณะที่การใช้สื่อออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ในข้ออื่นๆ ที่เหลือนั้น ยังพบได้น้อยมาก

1) การใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน (utility)

กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะโซเชียลมีเดียยอดนิยมอย่าง facebook ในการติดต่อสื่อสาร แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิภาพความปลอดภัยและการเคลื่อนไหวของตนเอง เป็นระยะๆ ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการใช้สื่อออนไลน์ในการแจ้งข่าวสารนี้มีข้อดีที่ชัดเจนตรงที่สามารถทำได้สะดวกโดยอาศัยสัญญาณอินเทอร์เน็ตจากที่พัก ร้านอาหารหรือตามสถานที่ท่องเที่ยว ประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการโทรศัพท์หรือการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการอื่น และที่สำคัญที่สุดคือสามารถแจ้งข่าวสารให้กับคนจำนวนมากได้รับรู้พร้อมกันในเวลาเดียวโดยไม่ต้องเสียเวลาส่งข้อความบอกทีละคน ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเดินทางที่กลุ่มตัวอย่างแจ้งผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่

ก. ใช้บอกตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง

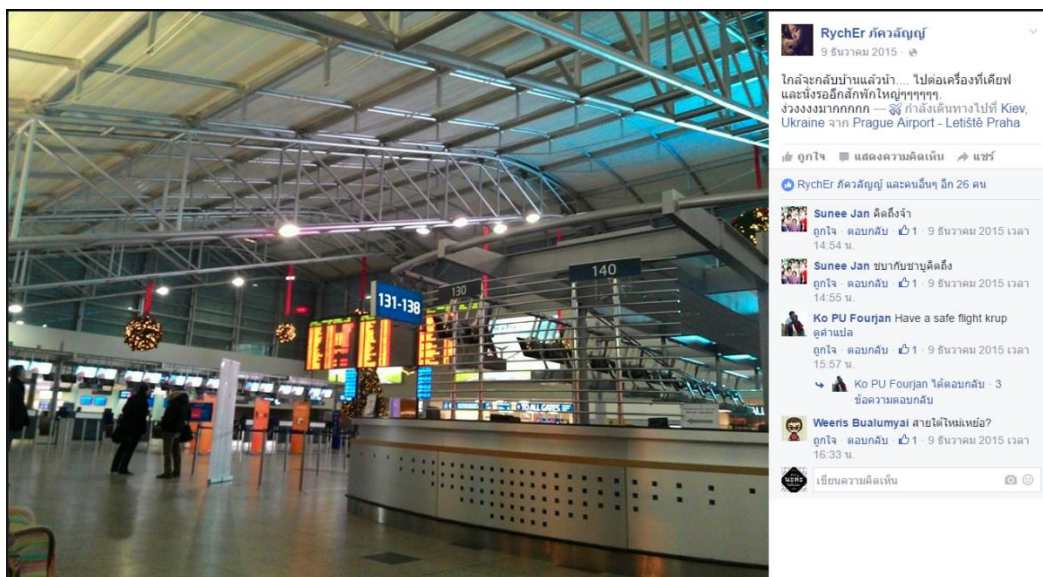
กลุ่มตัวอย่างจะโพสต์แจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ที่ตัวเองกำลังอยู่ในขณะนั้น รวมถึงให้ข้อมูลต่อไปด้วยว่าจากจุดนี้จะเดินทางต่อไปยังที่ใด ขณะนี้กำลังทำอะไรอยู่ เช่น อยู่ในระหว่างรอเครื่อง จะอยู่ที่ไหนนานเท่าไร พาหนะกำลังใช้หรือจะใช้โดยสาร กำลังเดินทางต่อไปยังที่แห่งใด เพื่อให้ครอบครัวและเพื่อนฝูงได้รับรู้เส้นทาง การเดินทางและได้รับรู้ว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งได้อย่างเรียบร้อยปลอดภัย ไม่ได้ประสบปัญหาหรือภัยอันตรายใดๆ



ภาพ 5.1 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง

“กำลังจะออกจากซูเครแล้วนะจ๊ะ จุดหมายถัดไปของเราคือเมืองที่ได้ชื่อว่าสูงงงงที่สุดในโลก มานั่งรอบัสกระโปงไปด้วยกันฮะ

Our next destination is the highest city in the world, Stay tuneeeeeee
 ที่ไหนซักแห่งระหว่างทาง โบลีเวีย (Somewhere along the way, Bolivia)”



ภาพ 5.2 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง

“ใกล้จะกลับบ้านแล้วน้า...ไปต่อเครื่องที่เคียฟและนั่งรออีกสักพักใหญ่ๆๆๆๆ ง่วงงงงงมากกกกก” เช็คอิน Prague Airport



ภาพ 5.3 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง

“ถึงครอบครัวและแฟน

- กำลังจะหารถไปเมืองอุบุด
- จองที่พักแล้ว ชื่อ The Style Ubud Hostel
- ร่างพังยับเยิน ปวดแขน ไหล่ หลัง สะโพก น่อง ข้อเท้า ครบทุกส่วน
- กำลังตัดสินใจว่าจะทิ้งกางเกงยีนส์ตีมี๊ยะเพราะกระเป๋าน้ำหนักมาก” เช็คอิน Kawah Ijen



ภาพ 5.4 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง

“พรงนี้เช็คเอาท์ตอนเช้า แต่ยังไม่ฝากกระเป๋าไว้ที่ GH จะเข้าไปเที่ยว Kyoto Museum ค่ะ เย็นถึงจะมารับกระเป๋าไปขึ้นรถบัสที่ฮิโรชิมา รถออก 3 ทุ่มกว่า ถึงฮิโรชิมา 6 โมงกว่า (จองตั๋วแล้ว) สรุปว่าท่องเที่ยวในเกียวโต 5 วัน เขาบอกว่าเมืองนี้เป็นเมืองขุนนาง (ขามูไรถือว่าเป็นชนชั้นสูง ปัญญาชนในสมัยนั้น) และปัจจุบันก็ยังอนุรักษ์สภาพบรรยากาศของเมืองหลวงเก่าอายุพันปีไว้เป็นอย่างดี”

ข. บอกเล่ากิจกรรมที่ได้ทำมาในแต่ละวัน

กลุ่มตัวอย่างจะโพสต์บอกเล่าถึงกิจกรรมต่างที่ได้ทำในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้ครอบครัวได้รับรู้การเคลื่อนไหวว่า ในแต่ละวันของการท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทำอะไรบ้าง เพื่อให้คลายกังวลว่าไม่ได้ทำเรื่องที่เกี่ยวข้องอันตราย โดยมากมักโพสต์บอกสิ่งที่ได้ทำมาในวันนั้นๆ เพื่อเป็นการสรุปให้เห็นภาพรวม



ภาพ 5.5 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบอกตำแหน่งแห่งที่ของตัวเอง

"มาถึงเดลิก็ซื้อปิ้งที่ Dilli Haat เพื่อนท์เฮนน่าและซื้อชุดอินเดียเพื่อใส่ไปทัชมาฮาลพรงนี้"

ค. บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเองเพื่อไม่ให้เกิดความเป็นห่วง

กลุ่มตัวอย่างจะโพสต์ถึงปัญหาต่างๆ ที่ประสบในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ตกเครื่อง กระเป๋าหาย พาสปอร์ตหาย รถเสีย ได้รับความเจ็บ เป็นต้น แต่จะเป็นการโพสต์เพื่อบอกให้รู้ว่าปัญหาต่างๆ ได้รับการแก้ไขเสร็จสิ้นไปเรียบร้อยแล้ว หรือสถานการณ์ไม่ได้เลวร้ายอย่างที่คิดและไม่มีอะไรให้ต้องเป็นห่วง



ภาพ 5.6 บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเอง

"ตกเครื่องเป็นที่เรียบร้อยละละคะ ว่าจะมาเล่าให้ฟังตอนทำใจได้ ตอนนี้นำที่ซุกหัวนอนและที่เกี่ยวก่อน ไปละ"



ภาพ 5.7 บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเอง

“หลังจากตะลอนอยู่ในทะเลเกลือมาครึ่งค่อนวัน ตามกำหนดการเราจะต้องไปต่อยัง Isla Incahuasi ซึ่งเป็นเกาะที่มีรูปร่างเหมือนปลา ตามโบรชัวร์ที่เราเห็นบนเกาะจะเต็มไปด้วยกระบองเพชรหน้าตาพิลึก แต่รถเสียคะ! ชั้บอยู่ดีๆ ระบบไฟฟ้าไม่ทำงาน พี่คนขับก็แปลงร่างไปเป็นช่างเครื่อง ปล่อยให้พวกเราเดินเล่นไปมา เห็นเกาะอยู่ลิบๆ ข้างหน้า รอบตัวสองข้างทางคือทุ่งคินัวที่เพิ่งลงแปลงได้ไม่นานนัก อย่างไรก็ตามเรื่องธรรมดาธรรมดาสำหรับทริปทะเลเกลือ คิดดูว่าเจ้ารถคันนี้ทั้งระหกระเหินพาเราตะลุยผ่านทั้งทะเลทราย ทั้งผืนเกลือ จะให้มันอยู่ยงคงกระพันก็ไม่ใช่ว่า ระหว่างทางในทะเลเกลือ เราเห็นกางเขนเล็กๆ ปักอยู่กลางทางก็อดสงสัยไม่ได้ หันไปถามพี่คนขับได้ความว่า มีรถยนต์มาเสียอยู่กลางทางที่นี่ เพราะสภาพภูมิประเทศไม่มีน้ำจืดและแดดที่ร้อนจัด กว่าจะมีรถคันอื่นผ่านมาเจอก็ล่วงไป 3-4 วัน และไม่มีผู้ใดรอดชีวิต ไ้เราฟังแล้วได้แต่ปากเหวือ ดินะที่มาเสียตรงนี้ หิวแล้วยังพอเดินไปเด็ดใบไม้ได้มั่ง ...เฮ้อ”

2) การใช้เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ (revisiting-memories)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ S. Sayre & C. King (2003) กล่าวว่า เมื่อการท่องเที่ยวสิ้นสุดลงและนักเดินทางได้ย้อนกลับคืนสู่ชีวิตปกติประจำวันของตัวเองแล้ว ก็จะมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อการทวนระลึกถึงประสบการณ์การท่องเที่ยว (Recalls the trip through souvenirs and photographs) เช่น เขียนบันทึก การถ่ายรูป การจัดเก็บของที่ระลึก เขียนรีวิวใน

สื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการเชื่อมต่อระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งเป็นประสบการณ์พิเศษและประสบการณ์ในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นประสบการณ์ปกติ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้สื่อออนไลน์เป็นสมุดบันทึกเรื่องราวการเดินทาง และเป็นไดอารี่ส่วนตัว เพื่อเก็บบันทึกความทรงจำจากการท่องเที่ยว โดยให้เหตุผลว่า เป็นสื่อที่สะดวกในการใช้งาน สามารถค้นหาเพื่อเปิดดูได้ง่าย ไม่ต้องเก็บรักษาหรือสิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัดวางเหมือนอัลบั้มภาพถ่ายหรือสมุดบันทึก ไม่สูญหายหรือเสื่อมสภาพได้ง่าย บางครั้งภาพถ่ายหรือไฟล์ภาพในแผ่นซีดีก็เสียหายจากการโดนน้ำหรือขีดข่วนจนไม่สามารถเรียกดูภาพได้ นอกจากนี้ การบันทึกภาพถ่ายและเรื่องราวลงในสื่อออนไลน์ยังมีการระบุนั้น เวลา และสถานที่ที่เหตุการณ์เกิดขึ้นเอาไว้โดยอัตโนมัติ จึงเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้งานได้ในอนาคตโดยไม่ต้องเสียเวลาจดบันทึกด้วยตัวเองเหมือนสื่อประเภทอื่น



ภาพ 5.8 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ

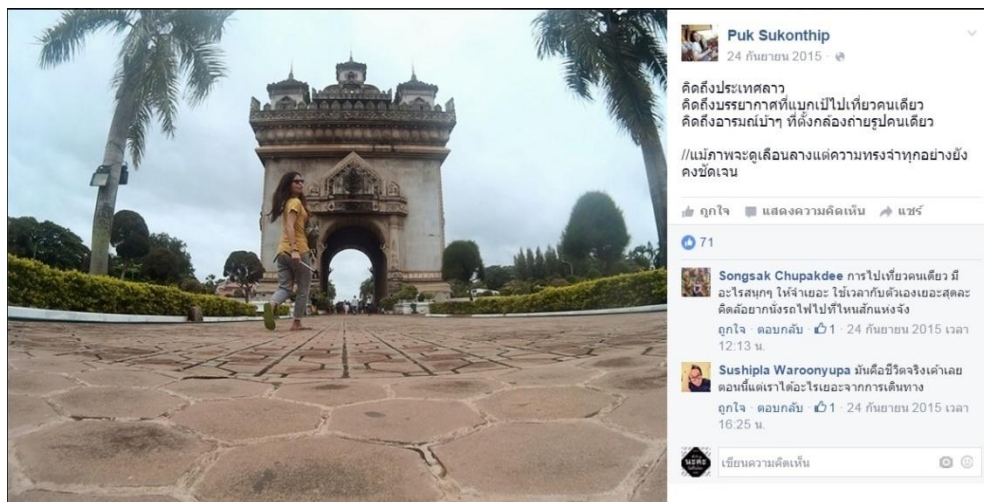
“Through the 86 cities solo backpack around da world - the last place I want to be is simply Hatyai - ตายตอนจบ”



ภาพ 5.9 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ
 “ถ้ามีประตูลิพิเศษแบบโดเรม่อน ตอนนี้คงได้ไปยืนอยู่ที่นั่นละ
 on the way to Annapurna base camp, Nepal”



ภาพ 5.10 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ
 “ดองไว้ให้คิดถึง จะครบรอบ 1 ปีแล้ว ขุดออกมาให้หายคิดถึงหน่อย”



ภาพ 5.11 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ

“คิดถึงประเทศลาว คิดถึงบรรยากาศที่แบกเป้ไปเที่ยวคนเดียว คิดถึงอารมณ์ดีๆ ที่ตั้งกล้องถ่ายรูปคนเดียว แม้ภาพจะดูเลือนลาง แต่ความทรงจำทุกอย่างยังคงชัดเจน”

3) ใช้เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์

ภาพถ่ายและข้อความที่กลุ่มตัวอย่างโพสต์ลงในสื่อออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้น เป็นพื้นที่ในการสะท้อนตัวตน ความเป็นผู้หิวนักเดินทาง ที่กลุ่มตัวอย่างประกอบสร้างขึ้นจากหลายๆ องค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็น การแสดงว่าตนเองเคยเดินทางไปถึงสถานที่แห่งนั้นมาแล้ว โดยมีภาพถ่ายของตัวเองและสถานที่นั้นๆ โพสต์ลงในสื่อออนไลน์พร้อมเช็คอินแสดงโลเคชัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นนักเดินทาง เป็นนักผจญภัย ผู้พิชิตที่ได้มาถึงสถานที่สำคัญแห่งนั้นที่ใครๆ ใฝ่ฝันจะได้ไปเยือน

การเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิด ทศนคติต่อสิ่งต่างๆ ที่ได้พบในระหว่างการเดินทาง และการแสดงมุมมองที่เปลี่ยนไปต่อโลกภายนอกและตัวเอง การแสดงสติปัญญา ไหวพริบ การแสดงรสนิยม และอุปนิสัย (taste & habitus) ตามแนวคิดของ P. Bourdieu ซึ่งปรากฏให้เห็นในกิจกรรมการท่องเที่ยว การซื้อหาของสะสม การผนวกเอาประสบการณ์หรือข่าวของต่างๆ ที่ได้มาจากการเดินทางท่องเที่ยวมาผนวกเข้ากับชีวิตประจำวัน งานอดิเรกยามว่างที่บ่งบอกว่าตัวเองคือนักเดินทางผู้ฝึกฝนสนใจการที่จะได้ออกไปสำรวจโลกกว้างอยู่ทุกขณะจิต หรือแม้แต่ข่าวสารข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างโพสต์หรือแชร์มา เหล่านี้เป็นเครื่องแสดงอัตลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกหยิบยกขึ้นมาวางเรียงและเย็บ

ประสานกัน จนกลายเป็นอัตลักษณ์ใหม่ของความเป็นผู้หญิงนักเดินทางที่ถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ออกไป



ภาพ 5.12 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์

แสดงภาพการสะสมหนังสือนำเที่ยว Lonely Planet จำนวนมาก บ่งบอกอัตลักษณ์ของความเป็นนักเดินทางตัวจริง



ภาพ 5.13 แสดงการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์

มุกตลกเกี่ยวกับคนที่เดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งจนกระทั่งไม่มีเงินเหลือ ซึ่งสะท้อนถึงสิ่งที่เจ้าตัวประสบในความเป็นจริงด้วย

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยเห็นว่า การวิเคราะห์โดยใช้ แนวคิดแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คของ Bolar ที่มีเพียง 7 ประการนั้น ยังไม่สามารถอธิบายถึงแรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างครอบคลุมมากพอ ผู้วิจัยจึงได้ลองวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงวัตถุประสงค์และแรงจูงใจในการใช้งานสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม และได้พบว่า ในระดับของการสื่อสารภายในตัวเองนั้น กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการใช้งานสื่อออนไลน์ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเองมากไปกว่านั้น ได้แก่

1) เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติ

กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ในการแสดงความคิดเห็น ความเห็น และมุมมองที่ตนมีต่อสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเจอในระหว่างการเดินทาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า การออกเดินทางท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้หันมาทบทวนขบคิดถึงสิ่งที่บางครั้งอาจมองข้ามไปในเวลาปกติ และการได้ออกไปเปิดหูเปิดตา ทำให้ได้พบกับโลกทัศน์ใหม่ๆ ที่อยากจะแบ่งปันและนำเสนอในแง่มุมมองของตัวเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ บางคนเห็นว่าการสื่อสารถึงความคิดเห็นและมุมมองต่อสิ่งต่างๆ ที่พบเจอในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีความสำคัญกว่าการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่ผู้ติดตามอ่านเสียอีก

“เราก็มาอัพเดทไดอารี่ว่าวันนี้เจออะไร ทำอะไร เป็นการเดินทางของเรา และเราก็ไม่ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทางอะไรมากมาย แต่เป็นความคิด ความเห็นของเราต่อสิ่งต่างๆ ที่ไปเจอมากกว่า การถกคิดหรือการเรียนรู้อะไรใหม่ๆ ที่เราได้รับ ส่วนคนที่มาอ่านแล้วเค้าได้ อะไรที่สุดแต่เค้า เพราะเราคิดว่าข้อมูลการเดินทางคุณเปิด google ก็ได้ เขียนไปก็ซ้ำซากกับคนอื่นเปล่าๆ” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

2) เพื่อประโยชน์ในการทำงาน

กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์เพื่อประโยชน์ในการทำงานของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ในการจัดบันทึกข้อมูลสำหรับนำกลับมาเรียบเรียงเป็นงานเขียนที่ตัวเองต้องการ หรือใช้เป็นพื้นที่ในการถ่ายทอดผลงานการเขียนเล่าเรื่องประสบการณ์การเดินทางเพื่อนำเสนอสำนักพิมพ์ เนื่องด้วยการเขียนเล่าเรื่องในสื่อออนไลน์มียอดผู้ติดตามอ่าน และกด like เพื่อแสดงความชื่นชอบให้เห็นอย่างชัดเจน เป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจถึงความนิยมของงานเขียนที่จะได้รับ อันเป็นประโยชน์ทางการค้าที่ค่อนข้างน่าเชื่อถือ ไปจนถึงเป็นพื้นที่แสดงความสนใจและเชี่ยวชาญเฉพาะตัวของกลุ่ม

ตัวอย่าง เช่น ผู้ที่มีอาชีพด้านการทำอาหาร ก็จะใช้สื่อออนไลน์ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพูดถึงอาหารท้องถิ่นและอาหารต่างๆ ที่ได้พบเจอระหว่างทาง มีการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องปรุงและประกอบอาหารชนิดต่างๆ ซึ่งผู้ที่เข้ามาติดตามก็จะทราบได้ทันทีว่าเจ้าของสื่อออนไลน์นี้มีความสนใจและเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในเรื่องใด ซึ่งสามารถนำอัตลักษณ์นี้ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์เมื่อทำธุรกิจจำหน่ายอาหารได้

“มี Fanpage กับ blog เพจที่ทำนี่เอาจริงๆ เอาไว้สำหรับเก็บข้อมูลกลับมาเขียนนิยายมากกว่า ไม่ได้ตั้งใจว่าจะแชร์เรื่องท่องเที่ยวเท่าไร มันเป็นเหมือนไดอารี่ส่วนตัวของเรา มากกว่า พูดตรงๆ ว่าไม่ได้ทำเพื่อคนอื่น อันนี้ทำไว้สำหรับตัวเอง เพราะเราเที่ยวเพื่อตัวเรา และเราก็มาอัปเดตไดอารี่ว่าวันนี้เจออะไร ทำอะไร เป็นการเดินทางของเรา เพื่อที่เราจะได้เอามาใช้งานในการเขียนนิยาย” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“เราเชื่อว่าโซเชียลเน็ตเวิร์กคือวิธีการสร้างตัวตน สำหรับตัวเรา เราได้อยู่แล้วว่าวันหนึ่งเราอาจจะอยากเป็นนักเขียน เพราะฉะนั้นโซเชียลเน็ตเวิร์กคือมาร์เก็ตติ้ง มันไม่ใช่สิ่งที่เป็นเรื่องส่วนตัวเลย คือการตลาดล้วนๆ นี่คือตัวฉัน ตัวฉัน specialize ในอาหารนะ เราไปเที่ยวเพื่อกินอาหารนะ ถ้าจะจ้างงานฉันก็ดูในนี้ละกัน แต่สิ่งที่เป็นส่วนตัวจริงๆ นี่เราจะไม่ลง ตอนนั้นก็พยายามที่จะถ่ายรูปและจัดบันทึก เพราะมันเริ่มจะกลายเป็นงานของเราแล้ว เราต้องการสร้าง identity ในการทำงานด้านอาหารของเรา ถ้าไม่ได้ต้องทำตรงนี้ ก็คงไม่โพสต์อะไรเลยมั้ง เพราะคนเราทุกวันนี้ก็ใช้โซเชียลในการสร้าง Identity นี่แหละ” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

“ในพันทิปจะลงอย่าง รีวิวร้านอาหารในเวียดนาม พยายามเขียนในสิ่งที่คนน่าจะชอบ พอติดกระดุมเม็ดแรก เราก็จะมีความภูมิใจ อีกส่วนหนึ่งเราก็กำลังสนใจเรื่องการตลาดออนไลน์ ก็เลยอยากจะลองสำรวจตลาดว่าคนในพันทิปชอบกระดุมแบบไหน facebook จะเป็นแบบพิมพ์ๆ ใส่ลงไปก่อน วันนี้ไปโน่นมา ไปนี่มา แต่ blog จะเอาสิ่งที่อยู่ใน facebook มาเรียบเรียงใหม่ อีกที บางทีกลับมาหลายเดือนแล้วค่อยมาเขียน facebook กับ blog นี่จะลงรูปตัวเองบ้าง เพราะมันจะให้ความรู้สึกส่วนตัวอยู่บ้าง แล้ว blog นี่ก็ใช้เป็นพอร์ตในการทำงานด้วย ว่าเรามีความสนใจหัวข้อเหล่านี้ แต่ pantip จะไม่ลงรูปส่วนตัวเลย กำลังคิดจะทำเพจเกี่ยวกับท่องเที่ยวอยู่เหมือนกัน แต่ตอนนี้เพจเที่ยวมีเยอะมาก ก็กำลังหาช่องว่างที่มีตรงไหนที่น่าทำ กำลังหาทางที่จะทำเงินจากมันอยู่” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“หลังจากที่เริ่มทำเพจ ทำรีวิว เพราะต้องการจะหาที่นำเสนองานเขียนของเรา แชนร์ ประสบการณ์ ก็ค่อยๆ พัฒนามาเป็นช่องทางที่จะสร้างรายได้ เพื่อที่เราจะได้มีเงินไปเที่ยวต่อ เขียนรีวิวในพันทิปมันไม่ใช่ของเราไง แต่ถ้าทำเป็นเพจมันเป็นของเรา แล้วก็ได้เขียนหนังสือ ด้วย ตอนไปเที่ยวนิวยอร์กก็ไปเสนออัมรินทร์ก็ผ่าน ได้พิมพ์ 7 มหัศจรรย์ในนิวยอร์ก” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

3) เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น

กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบประสบการณ์และความรู้สึกที่ตนเองได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการได้ขยายขอบฟ้าแห่งประสบการณ์ของตัวเอง ได้ค้นพบทักษะความสามารถในตัวเองที่ไม่เคยรู้มาก่อน การได้เปลี่ยนมุมมองที่เคยมีต่อโลก เปลี่ยนความคิด ความเชื่อเดิมที่เคยมี การเป็นผู้มีความฝันและตัดสินใจไปพิชิตได้จนสำเร็จ และอยากจะเป็นผู้เผยแพร่แนวความคิดดังกล่าวไปสู่ผู้อื่น ผ่านการโพสต์ภาพและคำบรรยายความคิด ความรู้สึกต่างๆ ที่ได้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ออกไปในสื่อออนไลน์ให้ผู้อื่นได้เห็นและรับรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบทำวันต่อวัน นำเสนอให้เห็นทุกการเคลื่อนไหว ตลอดช่วงระยะเวลาของการเดินทาง เสมือนว่าผู้ติดตามอ่านได้เดินทางท่องเที่ยวไปพร้อมกับกลุ่มตัวอย่างด้วยนั้น เป็นรูปแบบการถ่ายทอดเรื่องราวที่มีประสิทธิภาพและส่งผลให้มีผู้ออกเดินทางตามรอยเป็นจำนวนมาก

การโพสต์เรื่องราวการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น ยังสามารถใช้อธิบายด้วยแนวคิด Self-concept Theory ของ Solomon ได้ว่า เป็นกระบวนการหนึ่งของการสร้าง Ideal Social Self หรือสิ่งที่บุคคลนั้นอยากให้บุคคลอื่นมองว่าตนเองเป็นอย่างไร หรือเป็นคนแบบใด กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพัง ต้องการนำเสนอภาพของตนเองในฐานะผู้หญิงที่มีความมั่นใจ กล้าหาญ รักการผจญภัย มีความรอบรู้และเป็นผู้ได้เห็นโลกกว้าง ไม่จำกัดตัวเองอยู่กับความคิดหรือความเชื่อแบบเดิมๆ และอยากจะทำให้ผู้หญิงคนอื่นๆ ได้หันมาสนใจและชื่นชมตัวตนของผู้หญิงแบบใหม่นี้บ้าง (Solomon, 1983)

“แค่อยากแชร์สิ่งที่พบเจอจากการเดินทาง อยากรู้จักคนที่ชอบการเดินทางเหมือนกัน อยากเป็นเหมือนแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงที่อยากเที่ยวคนเดียวแต่ไม่กล้า ได้กล้าทำในสิ่งที่พวกเขาชอบเหมือนกันกับเรา เวลาเดินทางอยากเจอผู้หญิงคนไทยมาคนเดียวเหมือนกันบ้าง ไม่ใช่เจอแต่เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“เดินทางแล้ว อยากแชร์ให้คนอื่นเกิด inspire บ้าง เหมือนที่เราดูรูปคนอื่นก็เกิดเหมือนกัน อยากให้ผู้หญิงคนอื่น ได้ลองไปเที่ยวคนเดียวเพราะบางคนกลัว เพราะไม่เห็นภาพ ไม่มีแรงบันดาลใจ อยากให้ผู้หญิงออกไปเที่ยวคนเดียวบ้าง ผู้หญิงจะได้มองโลกกว้างขึ้น ทุกวันนี้เราอยู่ในสังคมที่ผู้หญิงส่วนใหญ่คิดอะไรแคบๆ มองโลกแคบในออฟฟิศรอบๆ ติดสบาย คิดถึงแต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ร้อนนิดฝนหน่อยก็ไม่ทน โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ มีลูกน้องทุกวันนี้ดำเนินค่าเหนื่อยก็ร้อง ออกไปผจญภัยบ้างจะได้มีภูมิ” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“ที่โพสต์เพราะได้แชร์ประสบการณ์ที่เจอมาให้กับคนอื่นที่อาจจะไม่มีโอกาสได้ไปเห็นเองคะ คิดว่าสร้างแรงบันดาลใจให้คนอยากออกเดินทางด้วยส่วนหนึ่ง ตอนแรกที่เราเริ่มเขียนเพราะเพื่อนๆ ออกแนวรบเร้าให้เขียนมาระยะหนึ่ง จนเราคิดว่ามั่นใจน่าจะเป็นประโยชน์กับคนอื่นถ้าเค้าได้มาอ่านเพราะก่อนไปเที่ยวเราก็อ่านรีวิวอ่านเหมือนกัน เลยลองเขียนดูค่ะ ปรากฏว่าได้เสียงตอบรับดีมาก ๆ จนเราตกใจ เลยทำเรื่อยมาถ้ามีเวลา” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

“ตอนลงรูปญี่ปุ่น ก็มีเพื่อนซื้อตั๋วเครื่องบินตาม ไปเที่ยวตามรอยเรา มาถามข้อมูลเรา ซึ่งอันนี้เรายินดีที่จะตอบ อยากให้ข้อมูล อยากให้คนได้ไปเปิดโลกเหมือนเรา เลยไม่ได้เก็บไว้ดูคนเดียว แต่เปิดให้คนอื่นได้เห็นด้วย”(สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“การไปเที่ยวของเราไม่ได้ไปแค่ถ่ายรูปสวยๆ แล้วจบ แต่เราเอากลับมา รีวิว เขียนเป็นเรื่องราว ถ่ายทอดเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นได้อยากไปเที่ยวตามด้วย ด้วยความที่เป็นคนชอบเขียน เราก็หาที่ปล่อยของนะแหละ เราก็คิดว่าการท่องเที่ยวของเรานั้นน่าจะเป็นแรงบันดาลใจให้คนอยากออกไปเที่ยวได้บ้าง ก็เลยเขียนรีวิว” (หมวย, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

“จุดประสงค์หลักคืออวดรูป ให้เพื่อนๆ รู้ว่ายังไม่ตาย และจุดประกายให้เพื่อนๆ อยากตามมาเที่ยวบ้าง พอกลับจากปีนัง มีเพื่อนสองคนไปเที่ยวปีนังเพราะโบ เราารู้สึกภูมิใจ ดีใจหลายคนก็ไปลาตักท์เพราะเห็นรูปโบ หลายคนเห็นเราเป็นไอดอลเลย ชอบมาพูดว่าหนูอยากเป็นแบบพี่โบ เค้าจะชื่นชมมาก” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

4) เพื่อเปิดมุมมองใหม่ในการท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเดินทางที่เลือกการออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ด้วยไม่ต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามอำนาจการกำหนดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่จะนำพาทุกคนไปยังสถานที่เดียวกัน ทำกิจกรรมเหมือนกัน อีกทั้งยังพยายามที่จะสร้างหรือกำหนดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในแบบของตัวเอง ที่ไม่เป็นไปตามที่สื่อต่างๆ นำเสนอ เช่น แม้จะไปเที่ยวญี่ปุ่นเหมือนกัน แต่กลุ่มตัวอย่างก็จะพยายามเสาะหาเมืองหรือสถานที่แปลกๆ ที่ผู้คนไม่รู้จักหรือไม่นิยมเดินทางไป รวมถึงพยายามที่จะขัดขืนอำนาจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่พยายามบอกแก่นักท่องเที่ยวว่า การเดินทางไปยังสถานที่ที่ยากลำบากทั้งหลายนั้น จำเป็นที่จะต้องใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จึงจะไปถึงได้อย่างสะดวกและปลอดภัย แต่กลุ่มตัวอย่างพยายามที่จะแสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็สถานที่ใดก็สามารถเดินทางไปด้วยตัวเองได้หากรู้วิธี และข้อสำคัญที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างพยายามถ่ายทอดเรื่องราวที่ช่วยเปลี่ยนอุดมคติที่ผู้อื่นมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ว่าไม่ได้เป็นอย่างที่เคยรับรู้มาเสมอไป เช่น เมืองที่เต็มไปด้วยคนผิวสีอย่างนิวยอร์กไม่ได้อันตรายและน่ากลัวเหมือนที่เคยดูในภาพยนตร์ สร้างความเข้าใจถึงวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนจีน เพื่อให้เกิดการยอมรับและหันมาสนใจว่า หลายๆ เมืองในประเทศจีนก็เต็มไปด้วยภูมิประเทศที่งดงามและมรดกทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจไม่แพ้ประเทศอื่นๆ เป็นต้น

นับเป็นแรงจูงใจที่มีจุดมุ่งหมายในการขัดขืนและต่อรองอำนาจการกำหนดสัญญะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ใช้สื่อในการหล่อหลอมความคิดของนักท่องเที่ยวให้กลายเป็นลูกค้าเป็นสำคัญเลยทีเดียว

“อยากให้คุณได้เห็นที่เราได้ไปมา แล้วก็ได้อ่านที่เราถ่ายทอดค่ะ ได้รู้จักอีกมุมหนึ่งที่บางทีหนังสือไม่ได้เขียนไว้ หรือบางที่ที่ทัวร์ไม่ได้พาไป” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“เขียนรีวิวในพันทิปเพราะอยากให้คุณที่กำลังจะไปเที่ยวมีคู่มือ เพราะตอนที่ตัวเองจะไปเที่ยว เราหาข้อมูลลำบากมาก เคยเขียนรีวิวเมืองจีน อุ้ยอัน ซื่ออัน ตอนนั้นกว่าเราจะไปได้ เราหาเยอะมาก ต้องเขียนถามคนจีนด้วยซ้ำ ว่าเราจะไปที่นั่นที่นี้ได้ยังไง แล้วเราก็ชอบที่จะบอกเล่าด้วย ให้คนเค้าได้รู้ว่า ที่นี้ไปเที่ยวได้นะ มันไม่ได้ไปลำบาก มันไม่ได้น่ากลัว ไม่ได้เหนียวอย่างที่คิด ไม่จำเป็นต้องซื้อแพ็คเกจทัวร์ เราไปเองได้นะ อย่างเมืองจีนคนก็จะมีภาพในหัวว่าสกปรก เหม็น มีแต่คนอะไรอย่างนี้ แต่เราอยากบอกว่า จีนเดี๋ยวนี้นี้ไม่ได้เป็นแบบนั้นแล้วนะ ไม่ได้สกปรกขนาดนั้นแล้วนะ เค้ามีซั๊กโครกแล้ว แต่วัฒนธรรมของเค้าคนอาจจะยังไม่ค่อยกอดซั๊กโครกกัน มันก็จะมึกลิ่นหน่อย ก็เท่านั้นเอง บ้านเรามีอะไรดี เมืองนอกก็มีอะไรดีเหมือนกัน” (สัมภาษณ์, เซอริ, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

5) เพื่อเป็นพื้นที่ในการเก็บภาพถ่าย

การท่องเที่ยวและการถ่ายภาพนั้น ได้กลายเป็นสิ่งที่ถูกเชื่อม (Welded) ด้วยกันตั้งแต่ ศตวรรษที่ 19 วัฒนธรรมการถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว (Tourist photography) นั้น นักท่องเที่ยว จะไม่ถ่ายแต่เฉพาะภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว หรือถ่ายเฉพาะรูปตัวเองเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องมีรูปของตัวเองอยู่ในสถานที่แห่งนั้น โดยวัฒนธรรมการถ่ายรูปในการท่องเที่ยวนี้ ได้ถูกยกระดับจากการถ่ายเพื่อเก็บไว้เป็นการบันทึกความทรงจำ มาเป็นพิธีกรรมของการประกาศความเป็นผู้พิชิต สามารถทำตามเป้าหมายได้สำเร็จในการเดินทางมาถึงจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจเอาไว้ ซึ่งไม่สามารถถ่ายรูปแล้วเก็บเอาไว้ดูคนเดียวได้ แต่จะต้องโพสต์เพื่อเผยแพร่และแบ่งปันให้ผู้อื่นได้รับรู้ด้วย การถ่ายภาพตัวเองและสถานที่หรือสัญลักษณ์เป็นจุดหมายปลายทางและโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ นับว่าเป็นพิธีกรรมสมัยใหม่ของการท่องเที่ยวยุคปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2546)

เทคโนโลยีการถ่ายภาพที่เปลี่ยนไปเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภูมิทัศน์การถ่ายภาพเพื่อการท่องเที่ยวในยุคสมัยนี้เปลี่ยนไปอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ต้องกังวลถึงค่าใช้จ่ายในการซื้อฟิล์มและล้างอัดรูปภาพเหมือนในยุคก่อน การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัลทำให้สามารถเก็บและส่งไฟล์ภาพถ่ายเอาไว้ในคอมพิวเตอร์ได้ ไม่ผูกพันเสียหายเหมือนกระดาษอัดภาพ และยังถ่ายภาพได้มากเท่าที่หน่วยเก็บความจำของกล้องจะอำนวย ทำให้การถ่ายภาพในปัจจุบันนี้ นักท่องเที่ยวจะมีภาพกลับมานับพันๆ ภาพต่อการเดินทางในแต่ละครั้ง

ปัญหาหนึ่งที่มีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างก็คือ เมื่ออุปกรณ์การถ่ายภาพประเภทดิจิทัลเกิดเสียหายหรือชำรุดในระหว่างการเดินทางโดยที่ยังไม่มีโอกาสดึงไฟล์ภาพออกมาเก็บเอาไว้ในคอมพิวเตอร์ ก็จะต้องสูญเสียภาพถ่ายที่มีอยู่ไปอย่างน่าเสียดายและอาจไม่สามารถเรียกกลับคืนมาได้ กลุ่มตัวอย่างจึงป้องกันปัญหาดังกล่าวด้วยการอัปโหลดภาพถ่ายขึ้นไปเก็บไว้ในพื้นที่ของโซเชียลมีเดียอย่าง facebook ซึ่งสามารถทำการจัดเก็บรวบรวมเป็นอัลบั้ม สะดวกต่อการกลับมาเปิดดูในภายหลัง และไม่ต้องกลัวว่าจะสูญหาย

“เผื่อกล้องหาย รูปหาย ลงในเฟส มีรูปเป็นความทรงจำแน่นอน” (สัมภาษณ์, ชาเตีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“โพสต์เพราะเราอยากเก็บเป็นอัลบั้มการท่องเที่ยวของเรา เก็บไว้เพราะตั้งใจว่าจะเอามาเขียนรีวิว เป็นเหมือน short note ส่วนตัวของเรา” (สัมภาษณ์, เซอร์รี่, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

“รูปที่เอามาลงโซเชียลมีเดียมันก็จะอยู่อย่างนั้น เราก็จะย้อนกลับไปดูได้ มันไม่หายไปไหน เหมือนที่รับฝากรูป จดอัลบั้มเอาไว้ ตอนแรกๆ ที่ไปเที่ยวก็คิดว่าจะถ่ายภาพเยอะแยะมากมาย ก็เอาโน้ตบุ๊กไปด้วย ปรากฏฮาร์ดดิสก์พัง รูปหายหมดเลย ที่เหลืออยู่ก็คือรูปที่เราลงโซเชียลไว้แค่นั้น ก็เลยคิดว่า facebook นี่แหละ เป็นที่รับฝากรูปที่ดีที่สุดแล้ว” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

6) เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารของชุมชนคนรักการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเริ่มต้นจากการถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเองในเบื้องต้น โดยอาจเริ่มจากการใช้ webboard หรือ facebook ส่วนตัว หรือเล่าให้เพื่อนฝูง ญาติสนิทที่ใกล้ชิดฟังในแอปพลิเคชันการสื่อสารอื่นๆ เช่น line ต่อมาเมื่อมีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น และอยากแบ่งปันเรื่องราวให้ผู้อ่านอื่นๆ ที่สนใจข้อมูลการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น จึงได้เริ่มทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อออนไลน์เป็นแบบ fan page ซึ่งทำให้ผู้อื่นที่แม้ไม่ใช่คนรู้จักก็สามารถติดตามและเข้ามาอ่านเนื้อหาได้ และขยายตัวกลายเป็นชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และข้อมูลต่างๆ กัน

ชุมชนออนไลน์นี้ได้กลายเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างทุนทางสัญลักษณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ให้เป็นที่รู้จักทางสังคมในฐานะนักเดินทางผู้มีความรู้และประสบการณ์ และทุนทางสัญลักษณ์นี้เอง ที่จะกลายเป็นอำนาจในมือของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ที่จะสถาปนาอัตลักษณ์ใหม่ๆ ของผู้หญิงที่แตกต่างไปจากที่สังคมกำหนดให้เพิ่มขึ้นได้

“หนังสือดิฉันมาสัมภาษณ์ เคื่อก็บอกว่าคุณป่าต้องมีเพจ ต้องมีช่องทางนะ มันจะได้กว้างขึ้น คนอื่นที่สนใจเรื่องเที่ยวจะได้เข้ามา เคื่อยากให้มีการแลกเปลี่ยนกัน เราก็เข้าใจ ลูกชายก็เลยถามว่าแม่จะเขียนมั๊ย เราก็บอก ปกติแม่ก็เขียนอยู่แล้ว ถ้าหากว่าทำเป็นเพจ แล้วมันทำให้คนอื่นอ่านได้เยอะขึ้น สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนระหว่างคนที่ท่องเที่ยวเหมือนกันได้มากขึ้น ก็เอาสิ เราก็ทำเหมือนเดิม งานก็เท่าเดิมแหละ เพราะปกติก็เขียนอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, ป้าแป๋ว, 1 ธันวาคม 2558)

“การเขียนรีวิวกินเที่ยว ตอนนั้นไม่ได้อยากเขียนเลย พอดีพี่ที่นับถือกัน เราเจอกันที่หลวงพระบาง เคื่แนะนำมาว่าเคื่ชอบเวลาเราโพสต์ความคิดของเราลงเฟซ ชอบการเขียนของเราเลยอยากให้รีวิวกินเที่ยว เพราะน้อยคนมากที่จะไปอินเดียเนปาลคนเดียว ตอนนั้นแบบผลตอบรับ

กลุ่มทลาย 5 วันกับห้าหมื่นกว่าแชร์ facebook ส่วนตัวมีคนแอดมาห้าร้อยกว่าคน เราเลยคิดที่จะตั้งเพจขึ้นมาเลย” (สัมภาษณ์, ไซเจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

7) แสดงความสำเร็จในฐานะผู้พิชิตการเดินทาง

ในแต่ละทริปเดินทาง กลุ่มตัวอย่างจะต้องทำการโพสต์ภาพที่ถือได้ว่าเป็นภาพแห่งการประกาศชัยชนะของการเดินทางครั้งนั้น โดยภาพดังกล่าวจะแสดงถึงสัญญาณแสดงถึงว่า นักเดินทางได้เดินทางมาพิชิตจุดหมายปลายทางได้เป็นที่สำเร็จลงเรียบร้อยแล้ว เช่น หากเป็นการเดินทางไปปารีส ก็จะต้องเป็นภาพของหอไอเฟล หากเดินทางไปอียิปต์ ก็จะต้องเป็นภาพของปิรามิด หากเดินทางไปไอซ์แลนด์ ก็จะต้องเป็นภาพของแสงเหนือ และองค์ประกอบที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันก็คือ ในภาพของจุดหมายปลายทางนั้นจะต้องมีภาพของกลุ่มตัวอย่างเองปรากฏอยู่ในนั้นด้วย เป็นหลักฐานความสำเร็จ บ่งบอกถึงการได้เป็นผู้พิชิตเป้าหมายที่ตั้งใจลงได้แล้ว เสมือนนักปีนเขาต้องปักธงและถ่ายภาพเมื่อได้ขึ้นไปถึงยอดนั่นเอง

“อยากแชร์ ไม่โพสต์ไม่ได้ เดียวโลกไม่รู้ที่เราไป อยากให้คนอื่นรู้ว่า ฉันมาถึงตรงนี้แล้วนะ ฉันทำได้แล้วนะ” (สัมภาษณ์, วี, 9 ธันวาคม 2558)

“เวลาเลือกรูปโพสต์ ไม่ได้คิดอะไรมาก คิดแค่ว่าเป็นภาพที่สวยงาม และสื่อว่าเป็นสถานที่นี้ เป็นแลนด์มาร์คของมัน ไม่ค่อยลงรูปตัวเอง แต่ก็ต้องมีรูปเราบ้าง เพื่อเป็นการบอกว่าฉันได้ไปที่นั่นนะ บางทีก็ถ่ายเองบ้าง ขอให้เค้าถ่ายบ้าง ขอให้มามีรูปเราบ้างซักรูป สองรูป” (สัมภาษณ์, พีฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

ตารางที่ 5.1 แรงจูงใจในการใช้สื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังและระดับการสื่อสารที่ปรากฏ

การสื่อสารมวลชน	การสื่อสารภายในตัวเอง
1) การใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน ก. ใช้บอกตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง	1) เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติ

ข. บอกเล่ากิจกรรมที่ได้ทำมาในแต่ละวัน	
ค. บอกเล่าถึงปัญหาที่ประสบและยืนยันถึงความปลอดภัยของตัวเองเพื่อไม่ให้เกิดความเป็นห่วง	
2) การใช้เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ (revisiting-memories)	2) เพื่อประโยชน์ในการทำงาน
3) ใช้เป็นพื้นที่เพื่อสะท้อนตัวตนและสร้างภาพลักษณ์ (self-reflection and image-building)	3) เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น
	4) เพื่อเปิดมุมมองใหม่ในการท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น
	5) เพื่อเป็นพื้นที่ในการเก็บภาพถ่าย
	6) เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารของชุมชนคนรักการท่องเที่ยว
	7) แสดงความสำเร็จในฐานะผู้พิชิตการเดินทาง

1.2 การเลือกภาพถ่ายและคำบรรยาย

พฤติกรรมในการเลือกภาพถ่ายและใช้คำบรรยายของกลุ่มตัวอย่างในการโพสต์เรื่องราวการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารภายในตัวเองที่แตกต่างกันไปมากมายหลากหลาย ในการตัดสินใจเลือกภาพที่จะโพสต์ขึ้นสื่อออนไลน์และคำบรรยายที่เลือกใช้ โดยสามารถจำแนกได้ ดังนี้

ก. กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เน้นการถ่ายภาพในระหว่างท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีความเห็นว่า สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวคือการสัมผัสประสบการณ์ และสิ่งที่ปรากฏให้เห็นอยู่เบื้องหน้าให้มากที่สุด ความทรงจำ ณ ขณะเวลานั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การมัวพะวงกับการถ่ายภาพอยู่ตลอดเวลาทำให้เสียโอกาสที่จะได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ อย่างเต็มที่ จึงลดความถี่ในการถ่ายภาพขณะเดินทางท่องเที่ยวลง เลือกถ่ายมาแต่เฉพาะช่วงเวลาที่สำคัญ หรือภาพที่มีประโยชน์ในการเล่าเรื่องและถ่ายทอดประสบการณ์จริงๆ เพียงเท่านั้น

“เราเที่ยวเอาเรื่องราว ไม่ได้เที่ยวเพื่อถ่ายรูป เพราะฉะนั้นรูปที่เราจะเลือกลง ต้องเป็นรูปที่เล่าเรื่อง ไม่ใช่รูปที่จะต้องสวยงาม ขอให้เมื่อมาประกอบแล้วพอดีกับสิ่งที่เราพูด เราไม่ใช่ถ่ายรูป ใช้แค่มือถือแค่นั้น ยิ่งเที่ยวเยอะยิ่งถ่ายรูปน้อยลง รู้สึกว่าเสียเวลา เราอยากจะเอ็นจอยกับสิ่งที่เราเห็นตรงนั้นมากกว่า” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

“เวลาเราไปเที่ยวเราไม่ทำ Travel Journey เลย แล้วก็ไม่มีเขียนรีวิวดูๆ ลงในโซเชียลเน็ตเวิร์คด้วย เพราะรู้สึกว่ามันไม่ใช่เรื่อง เมื่อก่อนนี้กระทั่งพกกห้องยังไม่พกเลย เพราะสิ่งเดียวที่เราจะถ่ายก็คือของกิน เพราะมันเป็นสิ่งเดียวที่เราสนใจ และเราจะโพสต์มันลงโซเชียล เพราะมันเป็นเหมือนบันทึกคร่าวๆ ว่าเราไปเจออะไรมาบ้าง แต่ว่าสิ่งที่เจอตรงหน้าจริงๆ บรรยากาศที่เราไปเจอตรงหน้าจริงๆ เราแทบจะไม่เคยถ่ายทอดมันลงโซเชียลเลย คือก็มีโพสต์รูปบ้าง มีบ้าง แต่ไม่มีมารีวิวยืดยาวแบบนั้น ช่วงแรกๆ ที่ไปเที่ยว เวลาเราพกกห้องไปเที่ยวด้วย เราจะพยายามถ่ายรูปมากเกินไปจนเราลืมที่จะสนใจสิ่งรอบตัว ไม่ได้มองทุกอย่างด้วยตาเรา มัวแต่มองผ่านกล้อง ซึ่งมันต่างกันมากนะ” (สัมภาษณ์, แก้ว, 3 ธันวาคม 2558)

“ตอนแรกๆ ที่เริ่มเที่ยวก็ถ่ายรูปเยอะนะ แต่พอเที่ยวมากๆ เข้า เริ่มถ่ายรูปน้อยลง เพราะเริ่มคิดแล้วว่า การไปเที่ยวจริงๆ แล้วคือเราต้องเอ็นจอยกับมัน กับสิ่งที่อยู่ตรงหน้า แล้วก็ไฉนฝรั่งพูดว่า คนจีนนี่ยังโงะ ลงรถมาก็ถ่ายรูปๆๆ แล้วก็ขึ้นรถไม่เอ็นจอยกับอะไรเลยเธอ ยืน แอ็กชั่น ถ่ายรูป จบ เราได้ฟังแล้วก็ เออ จริงด้วย หลังๆ เราก็เลยหันไปสนใจสิ่งที่อยู่ตรงหน้ามากกว่า ของที่ระลึกก็ไม่ซื้อเลย เพื่อประหยัดเงินไว้ จะใช้วิธีเก็บตัวที่เข้าพิพิธภัณฑ์ เก็บตั๋วรถไฟ ชื่อบ้างก็คือไปสการ์ตเล็กๆ แค่นั้น สำหรับเราแล้ว ภาพถ่ายก็คือ souvenir แล้ว” (สัมภาษณ์, พี่ฝน, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

ข. กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการบอกเล่าความเป็นจริงในการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบและความสวยงามของภาพถ่าย และความสวยงามของตัวเองเป็นเรื่องรอง แต่มุ่งเน้นที่จะนำเสนอภาพเหตุการณ์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความเป็นจริงมากที่สุด เป็นธรรมชาติมากที่สุด ภาพที่โพสต์ลงในสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่จึงเป็นภาพที่ถ่ายและโพสต์ขึ้นไปแทบจะในทันที โดยไม่ผ่านการตกแต่งภาพ รวมถึงยังมีการถ่ายทำเป็นคลิปวิดีโอแบบถือเองถ่ายเอง ซึ่งเป็นการยากที่จะควบคุมความสวยงามขององค์ประกอบ และทำให้ผู้ติดตามมองเห็นสภาพความเป็นจริงของทั้งบรรยากาศและกลุ่มตัวอย่างเองที่อยู่ในคลิปวิดีโอ

นับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์สังคมหรือ social self ซึ่งคือภาพของตัวเราที่ปรากฏออกมาให้สังคมเห็นและรับรู้ว่าเป็นคนอย่างไรน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในขณะที่ผู้หญิงส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะควบคุม social self หรือภาพของตัวเองที่ปรากฏผ่านสื่อออนไลน์ค่อนข้างสูง คือ ภาพของตัวเองจะต้องออกมาดูแล้วสวยงาม มีมุมภาพที่ดึงดูดเด่นในตัวออกมา เป็นภาพที่ดูดี ไม่อ้วน ไม่ดูทรุดโทรม เป็นต้น แต่กลุ่มตัวอย่างนี้มองว่า ตัวตนที่แท้จริง (actual self) และตัวตนที่สื่อออกไปให้สังคมได้รู้ (social self) ควรจะเป็นสิ่งเดียวกัน ไม่ควรเสียเวลาปรับเปลี่ยนบิดเบือน หรือแต่งเติมให้เสียเวลา

“แคปชั่น ตามภาพและอารมณ์ตอนนั้นเลยคะ ว่า ใคร ทำอะไรที่ไหน เมื่อไหร่ ยังไง โปสต์ทั้งหมดคะ ถ่ายมายังไง โปสต์หมด ไม่แต่งด้วย เอากันแบบสดๆ บรรยากาศ ผู้คน อาหาร ที่อยู่ จัดให้สด แสงสด คนสด เลยคะ เพื่อใครอยากมา มันแบบนั้นๆ ลงคลิปวิดีโอด้วย มันสด กว่าคะ มันเคลื่อนไหว ชยับ มัน เรียบลลล อยากให้คนดู ดูแล้ว เหมือนได้ไปด้วยกันคะ รูปบางที่เราถ่าย มันแคปมาแค่บางส่วน มีแต่มุมสวยๆ มันไม่ได้ทั้งหมด” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“เลือกภาพที่บอกเรื่องราวในภาพ แคปชั่นจะคิดเองคะ ไม่ชอบแคปชั่นที่ลอกคนอื่นมา มันดูเวิ่นเวื่อเพื่อฝัน ไม่ใช่แนวคะ เป็นคนออกแนวขี้รำคาญ เกลียดข้อความเวิ่นเวื่อ เพื่อฝัน ทุกอย่างที่เราเขียนจะเป็นความจริงเกี่ยวกับในภาพเท่านั้น” (สัมภาษณ์, หมอนก, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“บางทริบจะทำคลิปวิดีโอด้วย เพราะอยากให้เห็นสิ่งที่ภาพนิ่งมันไม่ได้เห็น อย่างเช่นไปปิ้งเขา ถ้าเป็นภาพนิ่งก็เห็นแค่นั้น ไม่รู้ว่ามันปิ้งยากหรือง่ายยังไง” (สัมภาษณ์, ปาย, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“เลือกภาพตามความชอบของตัวเองและสิ่งที่บอกเล่าเรื่องราวที่ได้เจอมา แล้วก็เล่าประสบการณ์ที่เจอมาเป็นส่วนใหญ่ แคปชั่นก็คิดเองเกือบหมดเลยคะ” (สัมภาษณ์, ปอ, 16 ธันวาคม 2558)

ค. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกภาพโดยเน้นองค์ประกอบและความสวยงามของภาพ

กลุ่มตัวอย่างมุ่งเน้นการเลือกภาพถ่ายที่ดูสวยงาม เป็นภาพถ่ายของการท่องเที่ยวในอุดมคติ มีองค์ประกอบที่น่าสนใจ บ่งบอกถึงสถานที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวว่าเป็นที่แห่งไหน ภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏก็จะต้องดูสวย มีความน่าดู น่ามอง ภาพทิวทัศน์และองค์ประกอบอื่นๆ ที่ปรากฏในภาพก็ต้องสวยงามสอดคล้องลงตัว

การให้ความสำคัญกับความสวยงามของภาพถ่ายการท่องเที่ยวเหล่านี้ เกิดจากความต้องการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่อยากให้ภาพถ่ายเป็นตัวแทนแสดงถึงภาพในอุดมคติของความ เป็นนักเดินทางผู้หญิง (Ideal Social Self) ที่เป็นผู้หญิงสวยและท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่ดังงาม เห็นภาพที่ออกมาแล้วมีความน่าดู น่าชื่นชม

“รูปที่เลือก เป็นรูปที่ชอบที่สุด สวย และเกี่ยวข้องกับเรื่องที่โพสต์” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

“ต้องเป็นรูปที่มีวิถีชีวิต มีงานต้องถื่น มีหน้าตัวเอง ประมาณนี้ แล้วตัวเราก็ต้องสวยคะ อันนี้จริง ไม่สวยไม่โพสต์คะ รูปต้องมี identity ของความเป็นประเทศที่ไปเที่ยวอยู่ เห็นแล้ว ที่นี้ นะ ประเทศนี้นะ เป็นแบบนี้ นะ ต้องมีแลนด์มาร์ก เราสวยก่อน สถานที่ตามมา เลือกรูปไม่นานคะ ถ่าย เลือก แล้วก็อัพเลย” (สัมภาษณ์, ซาเดีย, 20 พฤศจิกายน 2558)

“ถ้าในรูปมีตัวเอง คือเป็นสถานที่วันนี้ องค์กรประกอบดี หน้าสวย ดูไม่อ้วน แต่โบดูเยอะนะ คัดเสื้อผ้า หรือพ วันนีใส่ชุดไหน เลือกชุดให้เข้ากับสถานที่ อย่างเดินเยอะต้องไม่ใสคู้้นั้น กินอะไรก็ได้ แต่เรื่องแต่งตัวถ่ายรูปนี้ ไม่ได้ เป็นแบกแพ็กเกอร์ที่พกรองเท้า 3 หมวก 2 กระเป๋า 3 ในชีวิตประจำวันไม่มีโอกาสแต่งขนาดนี้ คนไม่มองเรา ไม่แคร์สายตาใคร คนไทยขึ้นินหา รำคาญสายตา อย่างโบใส่สั้น เสื้อกล้าม เติญยุโรปสบายใจ เดินเมืองไทยคนนินทา ไหนๆก็ไปแล้ว ขอสวยๆ มีรูปดีๆ” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

“เวลาไปเที่ยวเราจะโพสต์รูปเป็นอัลบั้มเลย เป็นคนชอบถ่ายรูป เราจะเลือกภาพที่มันสวย สถานที่สวย ถ้าเป็นรูปเซลฟี่ก็ต้องเป็นรูปที่เราดูสวย” (สัมภาษณ์, พีโอ, 2 ธันวาคม 2558)

“ภาพที่เลือกมาโพสต์คือ ต้องเป็นภาพที่สวยงาม น่าอวด รูปมันสวย อยากให้คนเห็น การโพสต์โซเชียลพวกนี้มันเป็นการใช้ตามความเคยชิน คือใช้จนเป็นเรื่องปกติไปแล้ว เป็นพื้นที่ในการบันทึกเรื่องราว เหมือนไดอารี่” (สัมภาษณ์, วัน, 3 ธันวาคม 2558)

ง. กลุ่มตัวอย่างที่ลงภาพทั้งหมดเพื่อเป็นบันทึกความทรงจำ

กลุ่มตัวอย่างในแบบสุดท้าย คือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้พื้นที่สื่อออนไลน์ในการเก็บภาพการท่องเที่ยวทั้งหมดของตัวเอง โดยมีทั้งภาพที่โพสต์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละวัน และภาพที่ลงเป็นอัลบั้มการท่องเที่ยวในแต่ละทริปซึ่งจะโพสต์ลงเอาไว้ทั้งหมด รวมถึงภาพที่ยังจะมีเลือกขึ้นมาทบทวนโพสต์หลังจากกลับจากการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ อีกด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการให้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่สำหรับเก็บความทรงจำ เนื่องจาก facebook มีทั้งวันและเวลา สถานที่ระบุเอาไว้ให้ เมื่อเปิดขึ้นมาดูก็จะสามารถเตือนความทรงจำได้ว่า เหตุการณ์เหล่านั้นเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ และมีความรู้สึกเป็นสุขเมื่อได้ย้อนกลับไปดูภาพการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา

“แค่อายุโพสต์ ปรกติ ก็โพสต์เรื่องราวทุกอย่าง ลงในโซเชียลอยู่ แล้ว เรื่องราวไปเที่ยวมันเหมือน บันทึกความทรงจำ เวลาที่ผ่านมา มันจะเลื่อนกลางลงทุกที ว่าเราเคยไปที่ไหนมา” (สัมภาษณ์, หมอนก, 9 กุมภาพันธ์ 2559)

“ทริปอินเดียเป็นทริปแรกในชีวิตเลยแหละที่ถ่ายวิดีโอแล้วนำมาตัดต่อ รู้สึกว่าคนเราจะชอบภาพเคลื่อนไหวมากกว่าภาพนิ่ง เค้าจะสนใจมากกว่า เราอยากทำเก็บไว้ดูเองด้วย และคิดว่าทริปต่อไป ก็ก็จะถ่ายวิดีโอแบบนี้เอาไว้เรื่อยๆ รู้สึกเหมือนยังเที่ยวอยู่ตลอดเวลาที่ดูวิดีโอ มันได้อารมณ์กว่ากัน” (สัมภาษณ์, ไข่เจียว, 7 กุมภาพันธ์ 2559)

“เลือกรูปลง เพราะมันสวย และเป็นความทรงจำของเรา ว่าเราเคยมาที่นี่แล้ว บางรูปก็ไม่ได้มีความหมาย ไม่ได้มีแคปชั่นอะไรหรอก แค่อายัพ เราชอบวิว หรือเป็นรูปที่ดูแล้วให้ความรู้สึกที่ดี ไม่ได้ต้องการ like แค่นั้นสิ่งที่อยากบันทึกไว้ เราอยากแชร์ให้เพื่อนเราเห็นว่า มันสวยงามนะ” (สัมภาษณ์, ยินดี, 17 กุมภาพันธ์ 2559)

“รูปนี้ไม่เลือกค่า ใส่ไปหมดแหละ เอาไว้ดูเอง เวลาคิดถึง เราไว้เป็นความทรงจำนะ ไม่สวยสำหรับคนอื่น แต่เป็นความทรงจำสำหรับเรา ย้อนกลับไปดูได้ ว่าปีโน้น เดือนนี้เราไปทำอะไรอยู่ที่ไหน” (สัมภาษณ์, พี่ก้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

“โพสต์ไปรูปมันก็อยู่ไปเรื่อยๆ เราวางก็นั่งดู มีความสุขจริงๆ โพสต์เป็นความสุขตัวเองมากกว่าค่ะ โพสต์เพื่อตัวเราเองด้วย โพสต์เพื่อคนมาดูด้วย เพราะเป็นคนชอบถ่ายรูปมาก เวลาเที่ยวไปถ่ายรูป เหมือนหลุดไปอีกโลกนึงเลย จะมีความสุขมาก ก็จะอัปรูปไว้ เหมือนเป็นไดอารี่ ประสบการณ์ชีวิตมากกว่า เราจะคิดว่า เมื่อวันหนึ่งเกิดอะไรขึ้น ถ้าเราไม่ได้ไปเที่ยวแล้ว อย่างน้อยเราก็อมเรื่องราวพวกนี้ไว้ดู จะได้ไม่เสียดายค่ะ” (สัมภาษณ์, จีบ, 13 ธันวาคม 2558)

1.3 มุมมองเรื่องพื้นที่ส่วนตัว/พื้นที่สาธารณะ

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองเกี่ยวกับการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์แตกต่างกัน และกลุ่มเป้าหมายคนเดียวกัน ก็มีมุมมองเกี่ยวกับความเป็นพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวของสื่อออนไลน์ต่างประเภทกันไม่เหมือนกันด้วย

กลุ่มเป้าหมายที่มองว่า พื้นที่สื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ที่มีการจำกัดหรือคัดกรองผู้ที่จะเข้าถึงได้อย่างมีกระบวนการอย่าง facebook ที่ผู้ที่จะเห็นเนื้อหาที่โพสต์ได้จะต้องได้รับการตอบรับเป็นเพื่อนเสียก่อนนั้น แต่หากภาพและข้อความถูกโพสต์ขึ้นไปอยู่บนพื้นที่สื่อออนไลน์แล้ว เนื้อหาเหล่านั้นก็ไม่อาจเรียกว่าเป็นเรื่องส่วนตัวได้ เพราะมีผู้คนรับรู้มากมาย กลุ่มตัวอย่างที่มีมุมมองเช่นนี้ จึงมีความระมัดระวังในการใช้สื่อออนไลน์มากเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นความพยายามที่จะไม่โพสต์เนื้อหาติดต่อกันบ่อยครั้งเกินไป หรือหากต้องการโพสต์ก็จะตั้งค่าให้ตนเองเป็นผู้อ่านเห็นได้เพียงคนเดียว เพราะเกรงว่าจะสร้างความรำคาญให้กับผู้อื่น

“ปักเช็คอินให้ตัวเอง กลับมาดูว่าช่วงเวลานี้เราไปที่ไหนมาบ้าง เป็นเหมือนบันทึก timeline ให้ตัวเอง อย่างนี้ เมื่อก่อนชอบเขียนไดอารี่ค่ะ แต่เดี๋ยวนี้ไม่เขียน มาดูใน facebook แทน บางครั้งก็เช็คแล้วก็ only me บางสิ่งบางอย่างเราก็กลัวคนรำคาญค่ะ หรือบางอย่างแค่อยากเช็คไว้ แต่ไม่ได้ต้องการบอกใคร ตัวเรว่ามันไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัวนะค่ะ มันเป็นสังคม” (สัมภาษณ์, ปูก, 6 กุมภาพันธ์ 2559)

“ส่วนใหญ่กลับมาโพสต์ที่หลังเพราะเก็บรูปสวยๆไว้ให้คุณดู แต่ถ้าไปคนเดียวไม่อยากจะ social มาก อยากชิมช๊อปกับสถานที่ท่องเที่ยวจริงๆ บางทริปก็เป็นความลับ โพสต์ไม่ได้” (สัมภาษณ์, แองจี, 20 เมษายน 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า facebook เป็นพื้นที่ส่วนบุคคล มีสิทธิเต็มที่ที่จะโพสต์เนื้อหาอะไรก็ได้ บ่อยครั้งแค่ไหนก็ได้ โดยไม่ได้คาดหวังว่าจะสร้างความพอใจให้กับผู้ที่เข้ามาติดตามอ่านหรือไม่ สื่อออนไลน์จึงถือเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการแสดงความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติต่อสิ่งต่างๆ ได้ตามความพอใจ トラบใดที่ไม่ผิดกฎหมายหรือสร้างความเดือดร้อนให้กับใคร

“เพจมีคน follow ก็จริง แต่เราก็อ้างรู้สึกว่านี่คือพื้นที่ของเรา ไม่ได้มีอารมณ์ว่าเป็น fansite เป็นเหมือนที่เก็บข้อมูลของเรามากกว่า เราอัพโน่นนี่เต็มไปหมดเลย ชาววิทยาศาสตร์บ้าง งานเขียนบ้าง เรื่องเที่ยวบ้าง เราไม่ได้คิดจะหาผลประโยชน์จากเพจพวกนี้ด้วย เราไม่อยากจะอยู่ในจุดที่ไปเที่ยวเพราะถูกบังคับให้ไปเที่ยว หรือจ้างให้ไปเที่ยว แล้วเราต้องมาทำอะไรตอบแทนเค้า” (สัมภาษณ์, ไอซ์, 11 พฤศจิกายน 2558)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อออนไลน์แต่ละประเภทมีลักษณะของความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัวที่ไม่เท่ากัน และเป็นที่น่าแปลกใจว่า สื่อ facebook ที่กลุ่มตัวอย่างและผู้เข้ามาอ่านเนื้อหาที่มีความรู้จักกันในระดับหนึ่งแล้ว ว่าเป็นใคร ทำอาชีพอะไร อยู่ที่ไหน หน้าตาเป็นอย่างไร แต่การโพสต์ภาพและเรื่องราวการท่องเที่ยวต่างๆ กลับไม่ต้องใช้ความระมัดระวังมากเท่าการโพสต์ในเว็บบอร์ดสาธารณะอย่าง pantip กลุ่มตัวอย่างบางคนเลือกที่จะไม่โพสต์รีวิวการท่องเที่ยวลงในเว็บบอร์ดสาธารณะเลย เพราะมีความรู้สึกอึดอัดที่จะต้องสื่อสารกับคนที่ไม่รู้จัก ไม่รู้ว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีหรือไม่ อย่างไรก็ตามจากผู้เข้ามาอ่านเนื้อหาที่เขียน และที่สำคัญคือไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะที่มีผู้เข้าอ่านนับแสนคนว่าตัวเองเป็นใคร หรือหากจะโพสต์ลงใน pantip ก็จะไม่เลือกลงเฉพาะรูปที่ไม่มีตัวเองอยู่ในนั้น และระมัดระวังไม่เปิดเผยข้อมูลที่ทำให้รู้ว่าตัวเองเป็นใคร

ประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการเปิดเผยตนเองในการสื่อสารระหว่างบุคคล (สุกันยา ชลาพงศ์, 2540) ที่กล่าวว่า การเปิดเผยตัวตนในการสื่อสารออนไลน์ให้ผู้ที่เราสื่อสารด้วยได้รับรู้ว่าเราเป็นใครนั้น เป็นการทำให้สานสัมพันธ์ด้วยการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปในทิศทางที่ตนต้องการ เพื่อที่จะได้เรียนรู้เรื่องราวของผู้อื่น เพื่อสร้างและถนอมรักษามิตรภาพให้ยั่งยืน เพื่อบอกเล่าความสุข ความสมหวัง และความฝัน เพื่อระบายอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ

ซึ่งการสื่อสารใน facebook นั้น ผู้โพสต์และผู้เข้ามาติดตามอ่านก็ต้องมีการเปิดเผยตัวตนต่อกัน ต่างฝ่ายต่างรู้ว่าอีกฝ่ายเป็นใคร มีข้อมูลส่วนตัวอย่างไร สอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น การโพสต์เนื้อหาใน facebook จึงสามารถทำได้อย่างอิสระและระมัดระวังน้อยกว่า ทั้งการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และการโต้ตอบกันเพื่อสร้างมิตรภาพนั่นเอง

“รีวิวใน facebook กับพันทิปมันต่างกัน facebook คือเพื่อนเรา แต่ pantip มันจะไปไกลกว่ามาก หนูอยากบอกว่าหนูไปเจออะไรมาบ้าง อยากบอกความรู้สึก แต่ปิดหน้านะ ไม่ได้เปิดเผยตัว กลัวคนหมั่นไส้ว่ามาอวดว่าไปเที่ยววีเปล่า แต่ใน facebook เราไม่ต้องกังวลเรื่องนี้” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

“ตามเว็บบอร์ดไม่เคยตั้งหรือตอบกระทู้ไรเลยอยู่แล้ว ไม่ชอบเอาเรื่องตัวเองไปเล่าให้โลกรู้ แต่ถ้ามีเพื่อนมาถามข้อมูล ยินดีตอบ ใน facebook” (สัมภาษณ์, โบ, 15 เมษายน 2559)

1.4 ความสม่ำเสมอในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างมีความสม่ำเสมอในการโพสต์สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ในการท่องเที่ยวสูง กล่าวคือจะมีการโพสต์สื่อออนไลน์ในการท่องเที่ยวทุกครั้ง แม้ว่าบางครั้งจะเป็นการโพสต์แต่ตั้งค่าไม่ให้คนอื่นเห็นได้ด้วยเหตุผลจำเป็นใดๆ ก็ตาม

การโพสต์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ก่อนออกเดินทางที่กลุ่มตัวอย่างจะโพสต์ถึงการเตรียมตัว ตั้งแต่การซื้อตั๋วเครื่องบิน การจองโรงแรม การหาข้อมูล การตั้งคำถามเกี่ยวกับประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง การจัดกระเป๋าเดินทาง

และเมื่อออกเดินทางไปแล้ว ก็จะมีการโพสต์กิจกรรมที่ทำ ณ เวลานั้นตั้งแต่เริ่มออกท่องเที่ยวจนกระทั่งหมดวันและกลับเข้าที่พัก หรือหากมีความไม่สะดวกในเรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก็จะใช้วิธีเก็บรวบรวมภาพและเรื่องราวทั้งหมด แล้วทยอยโพสต์ขึ้นไปบนพื้นที่สื่อออนไลน์เมื่อเดินทางกลับเข้าที่พักแล้ว

ไม่เพียงแต่เท่านั้น กลุ่มตัวอย่างยังมีการรวบรวมข้อมูลและภาพประกอบ เพื่อเขียนสรุปทริปทั้งหมดโดยภาพรวมหรือให้รายละเอียดเพิ่มเติมอีกครั้ง เมื่อเดินทางกลับมาถึงเมืองไทยแล้ว พร้อมตอบข้อสอบถามทั้งหลายที่มีผู้ส่งไปถึงในระหว่างการเดินทาง และสุดท้ายคือการรวบรวมภาพทั้งหมดลงในอัลบั้ม ระบุสถานที่ วันและเวลาจึงเป็นอันครบถ้วนพิธีกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เมื่อผ่านพ้นการท่องเที่ยวมาไ้ระยะเวลาหนึ่งแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังมีการนำภาพที่ตัวเองชื่นชอบเป็นพิเศษมาโพสต์ขึ้นสื่อออนไลน์เพื่อเป็นการทวนระลึกถึงความทรงจำที่ดี และความประทับใจที่มีในการท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ อยู่เป็นระยะอีกด้วย

กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารความเป็นผู้รักและชื่นชอบในการเดินทางอย่างแน่นหนาและเข้าไปเข้ามา และปรากฏขึ้นทั้งก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และ ภายหลังจากการเดินทางสิ้นสุดลง

“โพสต์ลง facebook อยากให้คนอื่นเหมือนได้มาเที่ยวกับเราค่ะ เหมือนมาเป็นเพื่อนเรา เที่ยวไปโพสต์ไปค่ะ วันต่อวัน โพสต์ทั้งหมดค่ะ ถ่ายมายังไงโพสต์หมด ไม่แต่งด้วย เอากันแบบสดๆ บรรยากาศ ผู้คน อาหาร ที่อยู่ จัดให้สด แสงสด คนสด เลยค่ะ” (สัมภาษณ์, ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“อัพรูปสิ่งที่เจอในวันนั้น real time เลย แคปชั่นก็เล่าเรื่องราวที่เจอในวันนั้น แบบยาวๆ ไปเลย ส่วนหนึ่งก็เผื่อว่าเกิดอะไรขึ้น เราหายตัวไป เค้าจะได้รู้ว่านี่คือจุดสุดท้ายที่ฉันอยู่ คนที่ดูจะได้ไม่เป็นห่วงด้วย” (สัมภาษณ์, ปอนด์, 24 กุมภาพันธ์ 2559)

“พันทิป เพจ facebook มันจะต่างกันนะ fb จะลงสิ่งที่ลิงค์มาจาก IG อัปเดตรายวันว่าวันนี้เราไปไหน อยู่ไหน มีคำคม มีแคปชั่นบ่งบอกความคิดความรู้สึก แต่ถ้าเป็นรีวิวจะให้ข้อมูลเยอะ” (สัมภาษณ์, หมวย, 9 มีนาคม 2559)

1.5 ความรู้สึกต่อผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากกล่าวว่า การมีผู้เข้ามาติดตามอ่านเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเอง และแสดงความคิดเห็นในเชิงยกย่องชื่นชมถึงความกล้าที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง การแสดงความชื่นชมความสวยงามของภาพถ่าย หรือการแสดงความคิดเห็นว่าอยากจะมีโอกาสได้ไปท่องเที่ยวในรูปแบบเดียวกันนี้บ้าง เป็นความคิดเห็นที่สร้างความรู้สึกยินดีและมีความสุข รวมถึงยังเป็นกำลังใจสำคัญที่ทำให้อยากโพสต์เล่าถึงเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองต่อไปเรื่อยๆ

คำพูดแสดงความยกย่องความยกย่อง ชื่นชม การได้รับการกล่าวถึงในฐานะต้นแบบที่อยากเอาเป็นเยี่ยงอย่าง (role model) การได้รับการยอมรับเหล่านี้ นับเป็นความต้องการที่อยู่ในระดับขั้นเกือบสุดท้ายของของทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) ที่ A. Maslow (1968) เป็นผู้นำเสนอขึ้นมาเลยทีเดียวทีเดียวการก้าว คำชื่นชมของผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็น มีส่วนในการช่วยสร้างความนับถือตัวเอง (self-respect) ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ส่งผลให้กลายเป็นคนที่มีความมั่นใจมากขึ้น ได้รู้จักตัวตนของตัวเองมากขึ้น รู้ศักยภาพและความสามารถของตัวเอง และสามารถทำสิ่ง

ต่างๆ ได้สำเร็จโดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นกระบวนการที่ช่วยสร้างการยอมรับจากผู้อื่น ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการด้านความนับถือยกย่อง (esteem from others) ความต้องการมีเกียรติยศ ได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจ มีเป็นที่ชื่นชมกล่าวขานถึง ได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่ทำ รู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่าและเป็นที่ต้องการของผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้รับโดยตรงจากผู้เข้ามา แสดงความคิดเห็นในหน้าเพจ บล็อก หรือเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานนั่นเอง

“เวลามีคนเข้ามาคอมเมนต์รู้สึกดีมากๆ โปสต์ยาวๆ ทั้งนั้น เค้าอ่านจบ แปลว่าเค้าอยากเที่ยวกะเราจริงๆ อยากติดตาม ไม่มากหรอกคะ ก็เป็นกลุ่มเพื่อน พี่ น้อง ที่เรารู้จัก บางคนก็เป็นเพื่อนที่ไปเจอกันในต่างแดน ก็มาตามเรา อ่านคอมเมนต์ อะไรแบบนี้เราก็แอบดีใจ” (ฉัตร, 4 กุมภาพันธ์ 2558)

“พอเขียนบทความอัพขึ้นไป เห็นยอดวิวขึ้นปุ๊บ อยากเขียนต่อทันที ถามว่าเงินค่าตอบแทนที่ได้เยอะมั๊ย มันไม่เยอะเลย แต่มีคนอ่านเราก็ดีใจแล้ว เงินเป็นแค่ส่วนประกอบ” (สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

“คนมาเมนต์ก็จะถามว่า ไปคนเดียวหรือ รูปสวย รอดติดตามนะ เกาหลีมีแบบนี้ด้วยหรือน่าไปจัง ซึ่งทำให้เราดีใจมาก” (สัมภาษณ์, ไข่มุก, 20 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ดี ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ให้ความสนใจกับการกดชื่นชมหรือแสดงความคิดเห็นจากผู้อื่น ขอเพียงได้โพสต์ถึงการท่องเที่ยวที่สร้างความสุขให้กับตัวเอง ก็เป็นที่เพียงพอแล้ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวนี้ เป็นผู้มุ่งเน้นที่จะใช้สื่อออนไลน์เพื่อเป็นพื้นที่ในการเก็บบันทึกความทรงจำมากกว่าจะเป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางของตัวเอง

“ประสบการณ์ท่องเที่ยวพีมีเยอะนะแต่คงไม่มีใครฟังมั้ง ในเฟสโปสต์แค่รูปกรูบกริบคะ เพราะเฟสพีตั้งแต่เพื่อนเห็น อีกอย่างเพื่อนในเฟสพีจะรับเฉพาะคนที่พีรู้จักตัวเป็นๆหรือคนที่แชนมาคุยด้วยขอเป็นเพื่อนดีๆ ไม่รับแบบเรื่อยเปื่อยคะ พีไม่ใช่พวกบ้าไลค์อะคะ คนในเฟสพีเค้าไม่ค่อยรู้เรื่องเอาจริงๆ คนในเฟส ครั้งนึงเป็นญาตินะ” (สัมภาษณ์, พีก็้อย, 8 กุมภาพันธ์ 2559)

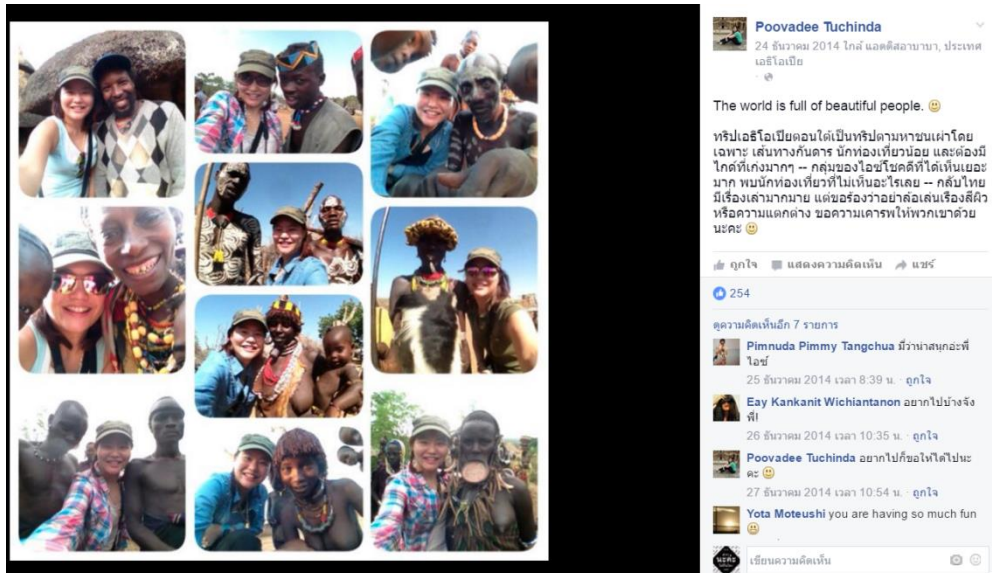
2. การวิเคราะห์ตัวบทเพื่อตีความการสื่อสารอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการใช้สื่อออนไลน์ในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเอง การโพสต์เล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนี้ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวคือพิธีกรรมของสังคมสมัยใหม่ตามแนวคิดของกลุ่มนักมนุษยวิทยา การเดินทางท่องเที่ยวไม่ใช่แค่การไปหาโรงแรมที่พักนอนเล่นหย่อนใจเพียงเท่านั้น แต่จะต้องมีรูปแบบกิจกรรมที่พิเศษ มีความศักดิ์สิทธิ์ เป็นการเตรียมตัวออกไปผจญภัยยังดินแดนที่ไม่เคยรู้จัก มีพิธีกรรมการเตรียมข้าวของ อุปกรณ์เสบียงอาหาร และการท่องเที่ยวก็ไม่ใช่เพียงการไปเดินดูวิวทิวทัศน์ ตึกกรมร้านรวงต่างๆ เท่านั้น แต่จะต้องมีการ ‘เล่าเรื่อง’ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ต่างๆ เหล่านี้เพื่อสะท้อนตัวตนของผู้ออกเดินทางท่องเที่ยว ว่าตนเป็นใคร สนใจเรื่องอะไร มีทุนวัฒนธรรมแค่ไหน มีความคิด มุมมองต่อสิ่งต่างๆ อยากรู้อะไรสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในภาพถ่ายซึ่งถูกโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ กล้องสมาร์ทโฟน หนังสือแนะนำเที่ยวที่ใช้ ยี่ห้อกระเป๋าเดินทาง รองเท้า ข้าวของที่ซื้อมาเป็นทีระลึก การเลือกชุดแต่งกาย ทั้งที่ห่มมัดทะแมงดูคล่องตัวสมเป็นนักเดินทาง หรือการเลือกสวมชุดประจำชาติของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนสถานะความเป็นนักเดินทางที่เจ้าตัวจัดวางตัวเองเอาไว้ อันรูปแบบของการท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่นี้เอง

การเล่าเรื่องยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการแสดงอัตลักษณ์ของบุคคล เพราะการเล่าเรื่อง (story telling) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่คนเราทำเสมอในกระบวนการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เราเล่าให้เพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวถึงสิ่งที่ทำหรือพบเห็น เราผสมผสานสิ่งที่เราอยากเป็นอยากทำ สิ่งที่เราชอบและไม่ชอบในเรื่องเหล่านั้น การเล่าจึงเป็นกระบวนการผลิตซ้ำตัวตนของเราในชีวิตประจำวัน เป็นกระบวนการที่เราแสดงอัตลักษณ์ของเราออกมาในปริบทสาธารณะ ในการเล่าเรื่องของตนออกมานั้น กระบวนการสร้างปัจเจกภาพทำงานในหลายระดับ ส่วนหนึ่งผู้เล่ากำลังสัมพันธ์และต่อรองกับความทรงจำและอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของผู้รับฟังที่มีอิทธิพลต่อเขาก็มีอิทธิพลมากในการสร้างภาพนั้น การเล่าเรื่องในที่สาธารณะจึงถือเป็นการเมืองเชิงอัตลักษณ์ (อภิญา เพื่อฟูสกุล, 2546)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลในส่วนของการถ่ายภาพและข้อความที่กลุ่มตัวอย่างโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการวิเคราะห์การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ว่ามีการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ประกอบสร้าง (construct) อย่างไร และเพื่อเป็นการ

ตรวจสอบทวนซ้ำ (cross check) การสื่อสารอัตลักษณ์จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกมาแล้วก่อนหน้านี้ ว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันอย่างไรด้วย



ภาพ 5.14 ภาพการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเอธิโอเปีย

“The world is full of beautiful people. :)”

ทริปเอธิโอเปียตอนใต้เป็นทริปตามหาชนเผ่าโดยเฉพาะ เส้นทางกันดาร นักท่องเที่ยวน้อย และต้องมีไกด์ที่เก่งมากๆ -- กลุ่มของไอซ์โซคิตีได้เห็นเยอะมาก พบนักท่องเที่ยวยุโรปที่ไม่เห็นอะไรเลย -- กลับไทยมีเรื่องเล่ามากมาย แต่ขอร้องอย่าล้อเล่นเรื่องสีผิวหรือความแตกต่าง ขอความเคารพให้พวกเขาด้วยนะค่ะ”

การวิเคราะห์ภาพ

กลุ่มตัวอย่างโพสต์ภาพถ่ายที่ถ่ายร่วมกับชนพื้นเมืองเผ่าต่างๆ ของประเทศเอธิโอเปียในชุดพื้นเมือง ซึ่งการเข้าถึงชนพื้นเมืองแต่ละเผ่าจะต้องเดินทางลึกเข้าไปในเขตพื้นที่อยู่อาศัยซึ่งทำได้ยากลำบาก ต้องอาศัยไกด์นำเที่ยว และต้องผ่านการเดินทางที่สมบุกสมบันมากมาย บางพื้นที่ใช้เวลาหลายวัน นับเป็นการเดินทางที่ต้องใช้ความตั้งใจและทุนทรัพย์จำนวนไม่น้อย อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเองก็จะต้องเป็นผู้มีความสนใจและมีความรู้เกี่ยวกับชนพื้นเมืองในแอฟริกาพอสมควร จึงจะเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเช่นนี้

เอธิโอเปียเป็นจุดหมายปลายทางที่มีความสุดโต่ง (exotic) ด้วยมีความแตกต่างทั้งภาษาและวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง ซ้ำยังเป็นประเทศที่คนไทยไม่มีความคุ้นเคยด้วยไม่ได้รับการนำเสนอเรื่องราวในสื่อต่างๆ มากนัก และไม่มียุทธศาสตร์ประกอบของความเป็นประเทศศิวไลซ์ที่นักท่องเที่ยวจากประเทศส่วนใหญ่นิยมเดินทางไป แต่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ผ่านการใช้ชีวิตและเรียนหนังสือในยุโรปมาเป็นเวลาหลายปี ทำให้มีความคุ้นเคยและผ่านประสบการณ์ท่องเที่ยวในยุโรปมาก่อนอย่างมาก จึงมีความสนใจมองหาจุดหมายปลายทางที่มีความแปลกแตกต่างออกไป

ภาพที่ถ่ายคู่กับชนพื้นเมืองในแต่ละเผ่า ต่างเต็มไปด้วยรอยยิ้มทั้งกลุ่มตัวอย่างเองและชาวพื้นเมืองเอธิโอเปีย ให้ความรู้สึกของมิตรภาพและบรรยากาศของการได้พบปะและเรียนรู้วัฒนธรรม

การวิเคราะห์คำบรรยาย

บ่งบอกว่า นอกจากการเดินทางที่ยากลำบากต้องอาศัยความตั้งใจและพยายามในการเข้าถึงแล้ว ยังเป็นการเดินทางที่ต้องอาศัยโชคช่วยด้วย เนื่องจากชนพื้นเมืองที่ได้พบนั้นไม่ได้ถูกบริหารจัดการในลักษณะของสินค้าวัฒนธรรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่นั่งคอยให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชีวิตความเป็นอยู่ แต่ดำเนินไปวิถีชีวิตตามปกติ การจะได้พบเจอแต่ละเผ่านั้นต้องอาศัยจังหวะเวลาที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างจึงรู้สึกโชคดีที่การเดินทางในครั้งนี้ไม่พลาดหวังเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

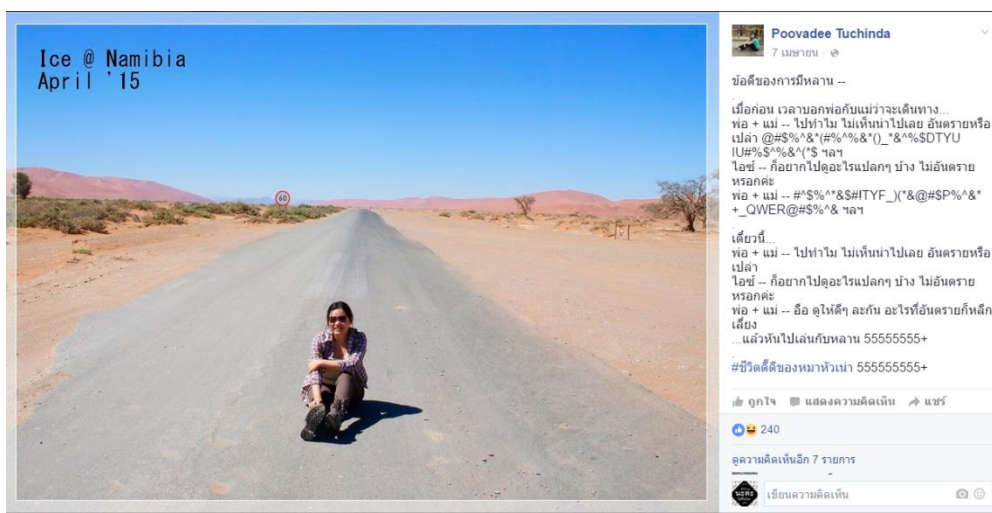
นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังขอร้องผู้ที่ติดตามสื่อออนไลน์ของตนเอง ให้ระมัดระวังการแสดงความคิดเห็นด้วยการใช้คำพูดที่แสดงการไม่เคารพความแตกต่างในเชื้อชาติ สีผิว และการแต่งกาย สื่อให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจและให้เกียรติเพื่อนมนุษย์ทุกคนอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก และต้องการถ่ายทอดความคิดเห็นไปสู่ผู้ที่ติดตามอ่านเรื่องราวการท่องเที่ยวของเธอด้วย

การสื่อสารอัตลักษณ์

แสดงถึงการเป็นนักเดินทางที่มีความสนใจในจุดหมายปลายทางที่แปลก แตกต่างจากคนทั่วไป มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ ไม่ย่อท้อต่อสภาวะการเดินทางที่ยากลำบาก แม้จะต้องนอนกลางดินกินกลางทราย นั่งรถสมบุกสมบันเป็นระยะเวลาหลายวัน มีความสนใจและเรียนรู้เกี่ยวกับชนเผ่าต่างๆ ในแอฟริกาซึ่งไม่ใช่ข้อมูลที่พบเจอหรือถูกนำเสนอผ่านทางสื่อในประเทศไทยมากนัก ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องศึกษาหาข้อมูลด้วยตัวเองจนเกิดเป็นความสนใจที่จะเดินทางไปให้เห็นกับตา ต้องอาศัยทักษะภาษาอังกฤษที่ดีในการร่วมทางไปกับผู้นำเที่ยวและนักท่องเที่ยวจากชาติอื่นๆ เป็นระยะเวลาหลายวัน

เป็นผู้มีความเคารพในความแตกต่างของเชื้อชาติ สีผิว ภาษาและวัฒนธรรม และเชื่อว่าทุกคนมีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียมไม่สมควรที่จะถูกนำมาพูดถึงอย่างล้อเลียนหรือดูถูก มีความพร้อมด้านงบประมาณ ด้วยเป็นการเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายสูง

ภาพถ่ายและเรื่องราวการท่องเที่ยวนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นผู้มีอำนาจทั้งทางทุน เศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมเป็นอย่างสูง



ภาพ 5.15 ภาพการท่องเที่ยวประเทศนามิเบีย

ข้อดีของการมีหลาน --

เมื่อก่อน เวลาบอกพ่อกับแม่ว่าจะเดินทาง...

พ่อ + แม่ -- ไปทำไม ไม่เห็นน่าไปเลย อันตรายหรือเปล่า

@#\$%^&*(#%^&*()*&^%\$DTYUIU#%^&^(*\$ ฯลฯ

ไอซ์ -- ก็อยากไปดูอะไรแปลกๆ บ้าง ไม่อันตรายหรือหอกคะ

พ่อ + แม่ -- #^\$%^&*&\$#!TYF_)(*&@#\$P%^&*+_QWER@#\$%^& ฯลฯ

เดี๋ยวนี้...

พ่อ + แม่ -- ไปทำไม ไม่เห็นน่าไปเลย อันตรายหรือเปล่า

ไอซ์ -- ก็อยากไปดูอะไรแปลกๆ บ้าง ไม่อันตรายหรือหอกคะ

พ่อ + แม่ -- อือ ดูให้ดีๆ ละกัน อะไรที่อันตรายก็หลีกเลี่ยง

...แล้วหันไปเล่นกับหลาน 55555555+

#ชีวิตดี๊ดีของหมาหัวเน่า 5555555555+

วิเคราะห์ภาพ

กลุ่มตัวอย่างอยู่บนถนนสายหนึ่งกลางทะเลทรายในประเทศนามิเบีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านภูมิประเทศที่น่าตื่นตาทั้งเนินทราย หุบหญ้า สัตว์ป่าหายาก และเต็มไปด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวผจญภัย (adventure) ต่างๆ ที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและทำกิจกรรมสูงเมื่อเทียบกับค่าเงินของประเทศไทย ทั้งยังต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนานหลายวัน

วิเคราะห์คำบรรยาย

บทสนทนาระหว่างกลุ่มตัวอย่างและผู้ปกครองแสดงถึงความเป็นห่วงและไม่เห็นด้วยที่ลูกสาวจะออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยเฉพาะหากเป็นจุดหมายปลายทางที่ไม่ใช่ประเทศที่มีความเจริญแล้วหรือขึ้นชื่อเรื่องความปลอดภัยอย่างยุโรปหรือญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงอำนาจในการต่อรองของกลุ่มตัวอย่าง ที่สามารถอธิบายและยืนยันความตั้งใจของตัวเองที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้ปกครองต้องยินยอมให้ไปในที่สุด

คำบรรยายภาพยังแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงโสด ยังไม่มีครอบครัว และใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งจนกระทั่งผู้ปกครองไม่เห็นประโยชน์ที่จะหวังห้ามหรือทัดทาน แต่เปลี่ยนเป็นการเตือนให้ระมัดระวังตัวไม่ให้เป็นอันตรายแทน

การสื่อสารอัตลักษณ์

จุดหมายปลายทางในภาพแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้มีทุนทางเศรษฐกิจ เพราะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่ห่างไกลและยากจะเข้าถึงสำหรับคนไทย ในขณะที่บทสนทนาเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงนักเดินทางที่สามารถเอาตัวรอดและดูแลตัวเองได้ จนครอบครัวคลายความเป็นห่วงและกังวลเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง



ภาพ 5.16 ภาพกิจกรรม sky diving ในประเทศนามิเบีย

“ตอนแรกว่าจะไม่โพสต์ล่ะ เพราะหน้าตาโดนลมเป่าซะจนดูตลกมาก แกรมโดนน้องชายไซโคว่า ไม่ได้กระโดดเอง ((น้องชายเคยโดดเองค่ะ บลึ่มาก แง่ง)) แต่ดูไปดูมาก็เพลินดี ไหนๆ ซ้อมมาแล้ว แบ่งกันดูละกันค่ะ อีอิ :)”

มีคนถามข้อมูลมา ตอบตรงนี้นะคะ --- ไอซ์กระโดดที่ Swakopmund ในประเทศนามิเบีย ซึ่งเป็นเมืองทะเลทรายที่ติดทะเล ทิวทัศน์แปลกตาดี -- ใช้เวลาบินจากพื้นด้วยเครื่องบินเล็กประมาณ 20 นาที เพื่อกระโดดจากที่ความสูง 10,000 ฟุต ซึ่งถือว่าไม่สูงมากนักนะ และราคาก็นับว่าถูกกว่ากระโดดที่ประเทศอื่นเยอะ (ยิ่งสูงยิ่งแพงค่ะ 555+) ไอซ์จ่ายค่ากระโดดรวมค่าตากล้องและวีดีโอก็ประมาณ 3,000 Namibian Dollars ค่ะ

ระยะเวลาที่กระโดดมีช่วง Free fall น่าจะสัก 3-5 วินาที ที่เหลือก็ลอยไปมาอยู่เกือบ 5 นาที -- ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่พิเศษมากๆ ความรู้สึกเกือบจะเป็นอิสระบนท้องฟ้าเป็นความอัศจรรย์ >_<

ไอซ์เป็นคนกลัวความสูงนะค่ะ แต่บอกตรงๆ ว่า ถ้ามีโอกาสอีก จะโดดอีกค่ะ ;)

ทุกคนที่โดดด้วยกันวันนั้นหลายคนกลัวมากตอนก่อนโดด แต่พอโดดแล้วใบหน้าทุกคนมีรอยยิ้มกันหมดเลย และบอกเป็นเสียงเดียวกันว่า "สุดยอด!"

วิเคราะห์ภาพ

เป็นการกระโดดติ่งพสุธาจากเครื่องบิน โดยกลุ่มตัวอย่างทำการกระโดดพร้อมนักกระโดดร่มที่คอยดูแลนักท่องเที่ยวซึ่งกระโดดลงมาพร้อมกัน มุมภาพแสดงให้เห็นว่าถูกถ่ายมาจากบนเครื่องบิน แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ากำลังอยู่กลางอากาศโดยมีก้อนเมฆและภูมิประเทศอยู่เบื้องล่าง

วิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมตั้งพสุธา ทั้งสถานที่ ความสูง เครื่องบินที่ใช้ ราคา และรายละเอียดเกี่ยวกับแพ็คเกจการถ่ายภาพและวิดีโอ และบรรยายความรู้สึกที่ได้จากประสบการณ์การทำกิจกรรมผาดโผนนี้ ว่าให้ความรู้สึกที่ตื่นเต้นและตื่นตา เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป รวมถึงยังบ่งบอกถึงความภูมิใจในการเอาชนะความกลัวความสูงของตัวเองได้สำเร็จ จนทำให้ได้สัมผัสประสบการณ์ที่สุดยอดเช่นนี้

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างแสดงถึงอัตลักษณ์ของผู้ที่เปิดรับประสบการณ์ใหม่ ยินดีลองทำสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อนและท้าทายข้อจำกัดในตัวเอง เป็นผู้เอาชนะความกลัวในตัวเองได้ เชื่อว่าการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อประสบการณ์ถือเป็นเรื่องที่คุ้มค่าที่จะทำ



ภาพ 5.17 ภาพกิจกรรมการขี่อูฐในประเทศโมร็อกโก

“รับคำท้ามาจากคุณ Nukpida Chanlenglert นักเดินทางรอบโลกคนสวย ให้จัดเมืองในใจมาสิบแห่ง จัดเลย ไม่ยาก

1. Chefchaun, Morocco ทั้งเมืองเป็นสีฟ้าน่ารักที่สุด น่าเดินที่สุด สีฟ้าของบ้านเมืองทำให้เกิดแสงอบอุ่นแปลกแปลกเวลาที่เราเดินผ่านตรอกซอกซอย เดินแล้วสวย เดินแล้วเลอค่า
2. Safranbolu, Turkey หมู่บ้านเล็กเล็กมีชื่อเสียงเรื่องหญ้าชีฟรอน หมู่บ้านก่อสร้างด้วยไม้แบบออโตโตมัน มีคาเฟ่น่ารักน่ารัก มีโรงอาบน้ำ มีร้านอบขนมปัง ผ้าปัก ดอกไม้ กุ๊บกิ๊บ จูบจูบ

3. Cusco-Machupichu, Peru เมืองนี้ก็ชอบมากมาย มรดกทางอารยธรรมสูงส่งที่ยังคงหลงเหลือ เข้าถึงได้ คนพื้นเมืองหน้าตาโบราณแบบอินเดียนแดงเดินปะปนกับตัวอัปปาก้า โอ้ยย ฟิน
4. San Pedro de Atacama, Chile เมืองน่ารักน่าเดินอีกเมืองที่ต้นมาสร้างอยู่ท่ามกลางทะเลทราย ที่แห้งแล้งที่สุดในโลก แต่ต้นหนาวสุดใจ ที่ติดใจคือ คนชิลีน่ารัก สุภาพ เป็นมิตรมากมาก ที่พอใจอีก อย่างคือไม่ต้องอาบน้ำ 55
5. Kashgar, China เมืองศูนย์กลางเส้นทางสายไหม ไกล่พรหมแดนปากีสถาน ชอบมัสนิด อุฐสอง หนอนน่ารัก ผู้คนหน้าตาแบบอุซเบกิสถาน ที่สำคัญแพะปิ้งโรยเครื่องเทศปาปริก้าไม่ละหับบาท สั่งกิน เลยวันละ 50 ไม้ รักหมดใจ
6. Pushkar, India เมืองเล็กเล็กโอบล้อมทะเลสาบในทะเลทรายทาร์ เขตราชสถาน มีแต่นักเดินทาง อิบปีมาค้นหาตัวเอง แต่ไม่พบอะไร พบแต่กัญชา เมืองมีสีสันดี นั่งดูฝรั่งพยายามแต่งตัวเป็นอินเดียนก็ สนุกแล้ว
7. Goreme, Turkey เมืองที่บ้านคนไปอยู่ในถ้ำ และจอมปลวก เกสต์เฮาส์ก็ไปซุกอยู่กันนั้น อยู่ แล้วเหมือนเป็นมด ไต่ดินก็ซุกกันเป็นเมืองโบราณ ตื่นตาตื่นใจมากกับภูมิทัศน์แปลกตา
8. Luxor, Egypt อลังการงานสร้าง แคข้ามแม่น้ำไนล์ไปอีกฟากจะเจอหุบเขาที่ใช้ฝังฟาโรห์ ต้องขี่ลา ผ่านหุบเขาไปอีก 3 ชั่วโมง ตื่นเต้นมากกก ลึกกลับเหมือนในหนังสือการ์ตูนชั้นแนล จีโอกราฟฟิก
9. La paz, Bolivia เมืองหลวงของโบลิเวีย เสน่ห์ของเมืองอยู่ที่ผู้คนไม่ยิ้มให้กันเลย มีเครื่องรางของ ขลังเสน่ห์ยาแฝดขายเต็มถนน บรรยากาศอิมคริมเหมือนเมืองแมมมด อาหารก็ไม่อร่อย แต่แปลกกลับ ชอบ หรือโดนสิง 55
10. Ubud, Bali Indonesia น่าจะอยู่ในใจใครหลายคน เมืองบ้าน วัด วัง นาข้าว น่าอยู่ เข้ามอเตอร์ไซค์ได้ ไม่ต้องเดิน ที่สำคัญถูกมากกก ปลอดภัยได้ซักระยะหนึ่ง”

การวิเคราะห์ภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่อยู๋อยู่กลางทะเลทรายในโมร็อกโก แอฟริกา ซึ่งเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศเต็มไปด้วยทะเลทราย เป็นประเทศมุสลิมที่มีสภาพสังคมและวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์อย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นส่วนผสมของศาสนาอิสลามและอารยธรรมอาหรับ ทำให้สถาปัตยกรรมและงานศิลปะต่างๆ เต็มไปด้วยเสน่ห์เฉพาะตัว และมีทะเลทรายซาฮาราเป็นภูมิประเทศทางธรรมชาติที่สวยงามแปลกตา เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับผู้ชื่นชอบประเทศที่มีความสุดโต่ง (exotic) แตกต่างจากจุดหมายปลายทางทั่วไป

การวิเคราะห์คำบรรยาย

คำบรรยายภาพ กล่าวถึง 10 เมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและอยู่ในความทรงจำเป็นพิเศษกว่าเมืองอื่นๆ ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมา หากพิจารณาแล้ว ล้วนแต่เป็นจุดหมายปลายทางที่มีความสุดโต่ง (exotic) ทั้งสิ้น ด้วยไม่ใช่ประเทศที่อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ละเมืองและประเทศยังมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและสภาพความเป็นอยู่ที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งจากการบรรยายโดยสั้นๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ก็บ่งบอกได้ว่าได้มีโอกาสลงไปสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเมืองอย่างแท้จริง จนรู้ถึงสิ่งที่เป็นจุดเด่นและน่าสนใจของแต่ละเมืองเป็นอย่างดี

การสื่อสารอัตลักษณ์

แสดงถึงความเป็นนักเดินทางที่ชื่นชอบในจุดหมายปลายทางที่มีความแปลก แตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม มีความชื่นชอบในความจริงแท้และความเป็นของดั้งเดิมของจุดหมายปลายทาง ไม่นิยมท่องเที่ยวในประเทศที่เจริญแล้วด้วยวิธีโลซีที่ซึ่งทุกแห่งมีความเหมือนกันไปหมด คือเต็มไปด้วยความทันสมัยและสะดวกสบาย แต่เป็นผู้แสวงหาการเดินทางเพื่อให้ได้เรียนรู้โลกใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมที่เคยรู้จัก



ภาพ 5.18 ภาพกองหนังสือนำเที่ยว Lonely Planet

“Sadia's the collection
ใครใครก็ควรจะมีของสะสม”

วิเคราะห์ภาพ

ภาพหนังสือนำเที่ยว Lonely Planet จำนวนมากกองเรียงกันอยู่ เป็นหนังสือนำเที่ยวหลากหลายประเทศ หลายทวีป Lonely Planet เป็นหนังสือนำเที่ยวที่มีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับหนังสือนำเที่ยวทั่วไป (ราคาเล่มละตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป) นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้อ่านจะต้องมีทักษะการอ่านภาษาอังกฤษค่อนข้างดี เป็นหนังสือนำเที่ยวที่ได้รับการยอมรับทั่วโลกว่ามีเนื้อหาทันสมัย ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และมีรายละเอียดค่อนข้างครอบคลุมครบถ้วน จึงทำให้ได้รับการยกย่องว่าเป็นคัมภีร์การเดินทางของนักเดินทางตัวจริง

วิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างมีหนังสือ Lonely Planet เป็นของสะสม เป็นสิ่งที่ให้ความสนใจซื้อหาเอาไว้ในครอบครองและเก็บรักษา เป็นของที่มีคุณค่าที่เจ้าตัวให้ความสำคัญ

การสื่อสารอัตลักษณ์

หนังสือ lonely planet เป็นของสะสมที่แสดงถึงรสนิยม ในฐานะนักเดินทางที่เลือกใช้หนังสือนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนของชนชั้นกลางระดับสูง เนื่องจากทั้งราคาและภาษาที่ใช้ในการตีพิมพ์หนังสือ นอกจากนี้ยังสื่อสารถึงอัตลักษณ์ความเป็นนักอ่าน ผู้ค้นคว้าหาข้อมูลความรู้ของผู้ที่ต้องการรู้ข้อมูลที่ละเอียด ลึกซึ้งและจริงจัง แตกต่างจากการค้นหาข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดูรวดเร็ว ทว่าฉาบฉวยกว่า อย่างไรก็ตามแม้ว่าการใช้หนังสือ lonely planet จะสะท้อนความเป็นชนชั้นกลางระดับสูงสำหรับคนไทย แต่สำหรับความเป็นนักเดินทางแล้ว หนังสือนำเที่ยว lonely planet กลับสื่อถึงภาพของนักเดินทางที่มีงบประมาณจำกัด และชื่นชอบการท่องเที่ยวชอกชอนไปในเมืองเล็กๆ และเส้นทางต่างๆ ที่อาจไม่ได้เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกระแสหลัก หรือกล่าวได้ว่าเป็นหนังสือนำเที่ยวที่สื่อถึงภาพของความเป็นนักเดินทางแบบแบกเป้ที่สนใจการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ไปเห็นความจริงแท้ของจุดหมายปลายทาง



ภาพ 5.19 ภาพการเดินทางชมตลาดสดในเมืองซูเคร ประเทศโบลิเวีย

“แต่สิ่งที่น่าตื่นตาที่สุดในซูเครสำหรับเราคือตลาดสดค่ะ ตั้งแต่เข้ามาในโบลิเวีย ตลาดสดที่ใหญ่โตตระการตามาก เรียกได้ว่าหาของสดอะไรมีทุกอย่าง อาหารสด อาหารแห้งแต่ละชนิดถูกแบ่งขายเป็นสัดส่วน มีทั้งผักผลไม้หลากสีสัน มันฝรั่งทุกพันธุ์ทุกขนาดเท่าที่เราจะนึกออก เนื้อสัตว์เออ ชีสเออ มีมันทุกอย่าง แลนมตลาดสดยังเป็นที่พักของคนที่นี้อีกด้วย เพราะนอกจากอร่อยแล้ว ราคายังถูกแสนถูกเมื่อเทียบกับปริมาณ นอกจากอาหารจานหลักยังมีอาหารจานด่วน อาหารว่าง ซากาแฟ แยกขายเป็นสัดส่วน แลนมที่ขาดไม่ได้คือเครื่องดื่มสุดฮิตอีกอย่างของคนที่นี่ นั่นคือน้ำผลไม้ปั่นที่ตั้งขายเรียงเป็นแถวแลนมยังมีคนแน่นตลอดทั้งวัน

But the best spectacle I had in Sucre is the main market. Since arrived in Bolivia, Sucre market is one of the biggest and the craziest I had ever seen. Everything is zoning and very in order in its own way. From multicolor fruits and veggies, mountain of potatoes in every size that you can imagine to meat and cheese. This market also where locals go for ready made food. You can find good and cheap local cuisine in the food center. Fast food and snacks are also available. Or just enjoy one of Bolivians favorite drink - fruit shake, I always go with banana and milk.”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพคือตลาดท้องถิ่นในเมืองที่เต็มไปด้วยร้านค้าขนาดเล็กซึ่งขายสินค้าและอาหารพื้นเมือง ผลไม้พื้นเมือง และผู้ที่มาใช้บริการจับจ่ายในตลาดนี้ก็เป็นคนท้องถิ่นเอง ภาพแสดงถึงบรรยากาศที่

เกิดขึ้นในชีวิตปกติประจำวันที่มีผู้คนมากหน้าหลายตามาซื้อหาสินค้าและรับประทานอาหารในตลาดแห่งนั้น มุมของภาพถ่ายบ่งบอกว่าเป็นการแอบซุ่มสังเกตมองความเป็นไปรอบๆ ตัวที่เกิดขึ้น โดยที่ผู้คนในตลาดไม่รู้ตัวว่าถูกถ่ายภาพ

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างใช้การเขียนบรรยายทั้งสองภาษา แสดงถึงความเป็นผู้มีทักษะภาษาอังกฤษเป็นอันดี และคุ้นเคยกับการใช้ภาษาอังกฤษในการเขียนเพราะเป็นการบรรยายที่มีเนื้อหายาว เขียนด้วยภาษาที่สละสลวย กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวเพราะทำให้ได้เห็นว่ามีวิถีชีวิตที่แตกต่างที่นิยมใช้การรับประทานอาหารของผู้คนในเมือง เป็นวิธีหนึ่งในการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารที่สนุกและน่าสนใจสำหรับเจ้าตัว นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้ในการสังเกตการณ์ชีวิตประจำวันของคนท้องถิ่นได้อย่างใกล้ชิด ว่ามีความนิยมรับประทานอาหารและเครื่องดื่มแบบไหน การเดินทางจึงเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ได้เข้าไปสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

การสื่อสารอัตลักษณ์

ภาพและคำบรรยายนี้สื่อถึงอัตลักษณ์การเป็นนักเดินทางที่มีความสนใจที่จะได้ลงไปสัมผัสถึงความจริงแท้ (authenticity) ของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน กลุ่มตัวอย่างต้องการได้ไปเห็นบ้านเมืองจริงๆ ที่ไม่ใช่หมู่บ้านหรือเมืองจำลองที่สร้างเอาไว้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ต้องการได้ลองรับประทานอาหารพื้นเมืองในบรรยากาศที่เป็นปกติธรรมดาอย่างที่ชาวเมืองทำกันเป็นกิจวัตร ไม่ใช่ในห้องอาหารบุฟเฟต์ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปริมาณมากๆ และเป็นอาหารที่รู้จักคุ้นเคยอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ได้ไปเห็นการเดินทาง การแต่งกาย การใช้ชีวิตอย่างแท้จริงของคนในเมือง ซึ่งการจะทำได้ก็ต้องเป็นการพาตัวเองเข้าไปอยู่ในพื้นที่ชีวิตปกติของคนท้องถิ่น ไม่ใช่พื้นที่ที่จัดไว้เพื่อสาธิตหรือแสดงแก่นักท่องเที่ยว

อัตลักษณ์นักเดินทางนี้สอดคล้องกับสิ่งที่ แม็คแคนเนลล์ (MacCannell) กล่าวว่า นักเดินทางก็คือนักแสวงบุญ (pilgrim) ยุคใหม่นั่นเอง ที่ต้องออกเดินทางเพื่อค้นหาสิ่งที่เป็นของจริงแท้ (authenticity) ในเวลาและสถานที่ที่ห่างไกลออกไปจากที่ที่ตัวเองใช้ชีวิตอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน นักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่แสดงความชื่นชมตื่นตาไปกับชีวิตจริง (real lives) ของผู้อื่นที่มีความเป็นจริงอันยากที่จะหาได้จากประสบการณ์ชีวิตของตัวเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)



ภาพ 5.20 ภาพการแบ่งปันบทความและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูถูกเชื้อชาติแบบเหมารวม

การวิเคราะห์ภาพและคำบรรยาย

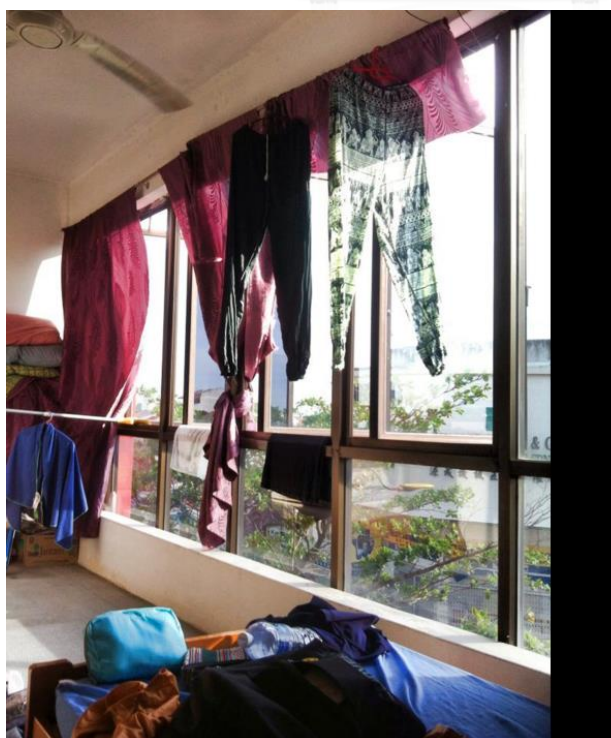
กลุ่มตัวอย่างได้แชร์บทความเกี่ยวกับการดูถูกคนลาวที่เกิดจากคนไทย และได้แสดงความคิดเห็นต่อบทความดังกล่าว โดยทำการเปรียบเทียบการโดนดูถูกของคนลาวกับสถานการณ์จริงที่ตนเองได้พบในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในแถบตะวันตกที่มีการปฏิบัติต่อผู้หญิงไทยในเชิงดูถูก และมองภาพของผู้หญิงไทยในลักษณะของการเหมารวมตามภาพ

ต้นแบบ (stereotype) ที่ว่า ผู้หญิงไทยมีภาพของโสเภณีและความเป็นผู้หญิงขายบริการที่ต้องการเดินทางไปแสวงหาโชคและหาเงินในประเทศที่เจริญแล้ว

กลุ่มตัวอย่างบรรยายว่ารู้สึกโกรธและไม่พอใจที่ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมารวมว่าผู้หญิงไทยเป็นเหมือนกันหมดเช่นนั้น แต่ก็ได้ลองนึกเปรียบเทียบกับการดูถูกคนลาวแบบเหมารวมที่คนไทยชอบทำแล้ว จึงพบว่าเป็นการกระทำที่ไม่แตกต่างกัน จึงได้แชร์บทความนี้และเขียนแสดงความคิดและมุมมองว่า เราควรจะมองเห็นทุกคนเท่าเทียมกัน เลิกตัดสินใครจากภาพลักษณ์ภายนอกและการตีความแบบภาพเหมารวมดังที่เคยปฏิบัติกันมาเสียที

การสื่อสารอัตลักษณ์

สื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นผู้เข้าใจในความแตกต่างของเชื้อชาติ ภาษา สีผิว และวัฒนธรรม เป็นผู้ยอมรับความแตกต่างและสนใจที่จะเรียนรู้ความต่างต่างนั้น และเชื่อว่าการทำเช่นนั้นจะช่วยลดความขัดแย้งและเกลียดชังที่เกิดขึ้นในสังคม การเดินทางท่องเที่ยวช่วยเปิดโลกกว้างให้ออกไปมองเห็นสิ่งต่างๆ ที่ช่วยเปลี่ยนแปลงความคิด ความเข้าใจ หากไม่ได้เดินทางท่องเที่ยว ก็คงไม่มีโอกาสได้เข้าใจว่าการต้องถูกผู้อื่นดูถูกและตัดสินแบบเหมารวมว่าต้องเป็นแบบนี้แบบนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเสียใจและขุ่นเคืองมากแค่ไหน



เที่ยวแบบเที่ยวๆ
ถูกใจเพจแล้ว · 15 พฤษภาคม 2015 · ๑

เมื่อก่อนสมัยแบคแพคเที่ยวคนเดียวครั้งแรก ไป 20 วัน ขนเสื้อผ้าไปซะ 20 ชุด มีแยกชุดนอนต่างหากอีกกว่า 3 ชุด เสื้อในกางเกงในเหยียบ กางเกงยีนส์อีกแบกเป็นจวนหลังแทบหัก จนได้ประจักษ์กับตัวเองว่าเหยียบ!! พวกฝรั่งแบคแพคเค้าซึกผ้าในห้องแล้วตากกันเลยนี่หว่า เค้ามีบริการซึกผ้านี้หว่า ดูจะแบกมาทำไมเยอะแยะฟรีเหยียบยย!!!

หลังจากนั้น ไปเป็นเดือนนี้ หอบแค่เสื้อผ้าไปไม่กี่ชุด ใส่ซ้ำในกรณีที่ไม่เน่ามาก ที่สำคัญต้องเบาและแห้งง่าย เช่นพวกกางเกงผ้า เลือเบาอย่างแขนกดเลือกสวมเลือกที่ฟ้าไว้ และถ้าในไฮสเทลมมีหน้าต่างรับลม หรือมีระเบียบต้องรับจัดการซึกที่นั่นที่ เพราะค่าบริการซึกให้ซักห้องเที่ยวอย่างเราตามโรงแรมในเมืองท่องเที่ยวต่างประเทศนี่แพงวากกกก อย่งที่ มาเลเซีย 2-3 กิโล 70 กว่าบาททท ปราดดด!!!

ซึกผ้าครั้งที่ 4 ในรอบ 18 วัน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

50 ความคิดเห็น

Surin Maket 55 ครัว เคยอ่านหนังสือ ของนักแบคแพค ท่านหนึ่ง เขาเขียนว่า ไปเที่ยวครั้งหนึ่ง เขามีแค่ 3 ชุด 1ใส่พอออกงานได้ 2 ชุดเดินทางถูกใจ · ตอบกลับ · 1 · 19 พฤษภาคม 2015 เวลา 20:53 น.

เขียนความคิดเห็น

ภาพ 5.21 ภาพการซักทำความสะอาดเสื้อผ้าระหว่างเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

“เมื่อก่อนสมัยแบคแพคเที่ยวคนเดียวครั้งแรก ไป 20 วัน ขนเสื้อผ้าไปซะ 20 ชุด มีแยกชุดนอนต่างหากอีกกว่า 3 ชุด เสื้อในเกงในเปียบ กางเกงยีนส์อีก แยกเป้จนหลังแทบหัก จนได้ประจักษ์กับตัวเองว่า เทียบ!! พวกฝรั่งแบคแพคเค้าซักผ้าในห้องแล้วตากกันแบบนี้หว่า เค้ามีบริการซักรีดนี้หว่า ตูจะแบกมาทำไมเยอะเยอะพระเนี่ยยย!!!

หลังจากนั้น ไปเป็นเดือนนี้ หอบแค่เสื้อผ้าไปไม่กี่ชุด ใส่ซ้ำในกรณีที่ไม่เน่ามาก ที่สำคัญต้องเบาและแห้งง่าย เช่นพวกกางเกงผ้า เสื้อเบาๆอย่างแขนกุดเสื้อกล้ามเสื้อกีฬาไร้งี้ และถ้าในโฮสเทลมีหน้าต่างรับลม หรือมีระเบียงต้องรีบจัดการซักทันที เพราะค่าบริการซักรีดให้นักท่องเที่ยวอย่างเราตามโรงแรมในเมืองท่องเที่ยวต่างประเทศนี่แพงม๊ากกกก อย่างที่มาเลเซีย 2-3 กิโล 70 กว่าบาทททปรี๊ดดด!!!

ซักผ้าครั้งที่ 4 ในรอบ 18 วัน”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพการตากเสื้อผ้าที่เพิ่งซักทำความสะอาดเสร็จแล้ว โดยใช้ไม้แขวน แขวนไว้กับราวผ้ามาฉิมหน้าต่างในห้องพักแบบง่ายๆ ใต้บริเวณที่ตากเสื้อผ้าลงมาคือเตียงนอน ถูนอนและสัมภาระในการเดินทาง แสดงถึงการพักแรมในที่พักที่มีความเรียบง่าย ปราศจากความหรูหราหรือสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย กลุ่มตัวอย่างนำเสื้อผ้าติดตัวมาเพียงจำนวนหนึ่ง ไม่เพียงพอสำหรับใส่ในทุกวันของการเดินทาง จึงลงมือซักและตากเสื้อผ้าในห้องพักของตัวเอง

การวิเคราะห์คำบรรยาย

บรรยายถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการแพ็คกระเป๋าเดินทางของตัวเอง จากที่เดิมจะนำเสื้อผ้าและข้าวของต่างๆ มาเป็นจำนวนมากจนทำให้ต้องแบกสัมภาระที่มีน้ำหนักมาก ก่อนจะเรียนรู้จากการสังเกตเห็นนักเดินทางต่างชาติ ที่ใช้วิธีการซักและตากเสื้อผ้าในระหว่างการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างจึงหันมาใช้วิธีเดียวกัน โดยจะเลือกเสื้อผ้าที่มีน้ำหนักเบา เนื้อผ้าแห้งง่าย และเลือกซักเสื้อผ้าเมื่อมาถึงที่พักที่มีระเบียงหรือพื้นที่ให้ตากผ้า ซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างซักรีดและทำให้สัมภาระที่ต้องขนมาในการเดินทางมีน้ำหนักเบาขึ้น

การสื่อสารอัตลักษณ์

สื่อถึงอัตลักษณ์ของการเป็นนักเดินทางแบบแบกเป้ (Backpacking) ซึ่งเป็นรูปแบบการออกเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมของหนุ่มสาวตะวันตกในช่วงยุค 60 เพื่อออกเดินทางเสาะหาประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในโลกกว้าง เพื่อค้นหาตัวเอง เพื่อที่จะได้ลองสัมผัสและใช้ชีวิตในอีกรูปแบบวัฒนธรรมอย่างจริงจัง นักเดินทางแบกเป้ในยุคก่อนเป็นผู้ใช้รูปแบบการเดินทางแบบประหยัดงบประมาณ นำข้าวของติดตัวไปน้อยชิ้น เสื้อผ้าเพียงไม่กี่ชุด เลือกพักอาศัยในที่พักราคาถูก รับประทานอาหารท้องถิ่น หรือแม้แต่โบกรถเพื่อขอโดยสารในถิ่นท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ยากและปราศจากการคมนาคมด้วยขนส่งมวลชนสาธารณะ และออกเดินทางครั้งหนึ่งเป็นระยะเวลายาวนานหลายเดือนหรือเป็นปี เพื่อที่จะได้ลองใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากโลกเดิมของตนเองอย่างแท้จริง

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ จะไม่สามารถดำเนินรูปแบบการเดินทางแบบแบกเป้ได้อย่างเต็มที่ ด้วยข้อจำกัดเรื่องเวลาในการเดินทาง ที่ไม่สามารถออกเดินทางท่องเที่ยวครั้งละนานนับเดือนหรือนับปี และปัจจัยต่อมาคือค่าเงินของประเทศไทย ที่มีค่าน้อยกว่าค่าเงินของประเทศตะวันตกที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และแข็งแกร่งกว่า ในขณะที่นักเดินทางชาวตะวันตกสามารถทำงานเพียงไม่กี่เดือนเพื่อสะสมเงินในการออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานานนับปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายในประเทศแถบเอเชียที่มีค่าน้อยกว่าหลายเท่าตัว ทำให้ปัจจัยด้านทุนเศรษฐกิจของนักเดินทางตะวันตกมีปัญหาน้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว กลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยต้องใช้เวลาสะสมเงินนาน 1-2 ปี หากจะต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในแถบยุโรปซึ่งมีค่าครองชีพสูงกว่าประเทศไทยมากเพียง 1-2 สัปดาห์ ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานานๆ จึงถูกจำกัดให้สั้นลงด้วยเงื่อนไขด้านงบประมาณด้วยเช่นกัน

แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างก็พยายามที่จะคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวแบบแบกเป้ในส่วนที่พอจะทำได้ เช่น เมื่อเดินทางท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงและการเดินทางไม่สะดวกสบายพอที่จะใช้กระเป๋าลาก เช่น อินเดีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ครั้งละนานหลายวัน ก็จะมีการเลือกใช้วิธีการเดินทางแบบนักท่องเที่ยวแบกเป้ เช่น ใช้กระเป๋าสัมภาระแบบแบกขึ้นหลัง นำเสื้อผ้าติดไปน้อยชิ้นเพื่อช้กทำความสะอาดระหว่างทาง เนื่องจากสภาพอากาศไม่หนาวเย็น ไม่จำเป็นต้องนำเครื่องกันหนาวที่มีน้ำหนักมากไปด้วย เป็นต้น



ภาพ 5.22 ภาพการสวมชุดประจำชาติเกาหลี มีภาพพระราชวังเกาหลีเป็นฉากหลัง

กฎข้อที่ 7 ของการเที่ยวคนเดียว

"ถึงแม้เราตั้งใจจะเที่ยวคนเดียว แต่ก็อย่าลืมเปิดรับมิตรภาพใหม่ๆ นะ (คนเกาหลีน่ารักมาก ใจดีสุดๆ เลิฟเลย)"

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพถ่ายมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวและตัวตนในอุดมคติที่ต้องการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ (ideal social self) ไม่ว่าจะเป็นฉากหลังที่บ่งบอกถึงพระราชวังอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศเกาหลี กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในชุดประจำชาติสีสันสดใส มีการจัดแต่งทรงผมให้เข้ากับชุด มุมภาพและแสงสว่างช่วยให้ใบหน้าและรูปร่างมีความงดงามน่ามอง และดูสวยงามเมื่ออยู่ในชุดประจำชาติที่ช่วยเน้นย้ำว่ากำลังท่องเที่ยวอยู่ในประเทศใด บรรยากาศของแสงอาทิตย์สว่างไสว สื่อให้เห็นถึงบรรยากาศอันอบอุ่น สวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว

เป็นภาพที่ทุกองค์ประกอบบ่งบอกว่า กลุ่มตัวอย่างได้แปลงกายเป็นสาวเกาหลี อยู่ในชุดประจำชาติเกาหลีและฉากหลังซึ่งเป็นสถานที่แห่งประวัติศาสตร์ของประเทศเกาหลี ในบรรยากาศที่สื่อให้เห็นว่าเกาหลีเป็นประเทศที่มีความงดงาม อากาศดี แสงแดดสดใส และเต็มเปี่ยมด้วยมรดกทางวัฒนธรรม

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างต้องการแสดงให้เห็นว่า แม้จะเป็นการท่องเที่ยวตามลำพัง ก็สามารถหาเพื่อนใหม่หรือคนพูดคุยได้ในระหว่างการท่องเที่ยว การเป็นผู้หญิงเที่ยวคนเดียวไม่จำเป็นต้องคอยแต่ระมัดระวังและหวาดระแวงอยู่ตลอดเวลา พื้นที่การท่องเที่ยวเป็นโอกาสสำคัญที่จะได้พบเพื่อนใหม่ที่จะได้แลกเปลี่ยนความคิดและข้อมูลการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างต้องการบอกให้ผู้อื่นได้รู้ว่า คนเกาหลีไม่ได้เป็นคนเฉยชา ดุดันหรือน่ากลัวเหมือนภาพต้นแบบที่ได้รับรู้มาจากการเสพสื่อต่างๆ แต่มีความจริงใจและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

การสื่อสารอัตลักษณ์

สื่อถึงอัตลักษณ์การเป็นผู้หญิงนักเดินทาง ที่ยังไม่ละทิ้งความเป็นผู้หญิงที่ให้ความสำคัญในความสวยงามของสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรงผม เสื้อผ้า รูปร่าง หน้าตา การเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องจัดการทุกอย่างด้วยตัวเองและต้องดูแลความปลอดภัยให้ตัวเอง ไม่จำเป็นที่ผู้หญิงจะต้องละทิ้งความเป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงามและอ่อนหวานไป แต่ยังสามารถเป็นผู้หญิงเต็มตัวได้

นอกจากนี้ยังสื่อสารอัตลักษณ์ของการเป็นนักเดินทางเพื่อออกค้นพบมิตรภาพใหม่ๆ พื้นที่การเดินทางไม่ได้มีแต่อันตรายที่จะต้องระแวดระวังอยู่ตลอดเวลา แต่ยังมีแง่มุมดีๆ ของการได้พบกับผู้คนใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และพบกับมิตรภาพในระหว่างทาง

ในขณะที่ภาพการสวมชุดประจำชาติ ทำผมติดเครื่องประดับเกาหลี และมีฉากหลังเป็นพระราชวังเกาหลีนั้น สื่อให้เห็นถึงการเดินทางมาถึงยังประเทศเกาหลีโดยสมบูรณ์แล้ว และเป็นการเดินทางที่กลุ่มตัวอย่างประสบความสำเร็จและพึงพอใจ เป็นความสุขและความทรงจำที่สวยงามเช่นเดียวกับองค์ประกอบที่สวยงามลงตัวของภาพถ่ายภาพนี้



ภาพ 5.23 ภาพหนังสือและกระป๋องเบียร์ลาว บนรถไฟที่กำลังเดินทางสู่เมืองหลวงพระบางที่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพของหนังสือและกระป๋องเบียร์เป็นสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของสองสิ่งทีกลุ่มตัวอย่างต้องการสื่อให้เห็น หนังสือคือตัวแทนของความเป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรม ความเป็นผู้รักการอ่าน การแสวงหาความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือในภาพไม่ใช่หนังสืออ่านเล่นเบาสมองหรือนวนิยายรักที่มักเป็นสัญลักษณ์ที่ถูกผูกโยงไว้กับความเป็นเพศหญิง แต่เป็นหนังสือ “แต่ดเข้าร้อนเกินกว่าจะนั่งจิบกาแฟ” ของจเด็จ กำจรเดช ซึ่งได้รับรางวัลซีไรต์ในปี 2554 หนังสือในภาพจึงแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นนักอ่านตัวจริงของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนภาพกระป๋องเบียร์ การหันฉลากยี่ห้อให้เห็นเป็นการบ่งบอกว่า เป็นเบียร์ยี่ห้อดังประจำประเทศลาวที่นักท่องเที่ยวทุกคนคุ้นเคยและรู้จักดี สื่อถึงว่ากลุ่มตัวอย่างกำลังจะเดินทางไปยังประเทศลาว และความหมายที่สองที่สื่ออยู่ในภาพของกระป๋องเบียร์ คือการขัดขืนอำนาจของสังคมที่ยังคงมองภาพของผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นเรื่องไม่ดี ไม่สมควร แต่กลุ่มตัวอย่างทำการโพสต์ภาพหนังสือวรรณกรรมคู่กับกระป๋องเบียร์ เพื่อสื่อความหมายว่า การดื่มและการอ่านหนังสือคือการผ่อนคลายในรูปแบบหนึ่ง ที่จะช่วยให้หลุดพ้นไปจากสภาพความเป็นจริงที่น่าเบื่อหน่ายได้ (escape) ซึ่งมีความหมายเดียวกับการออกเดินทางท่องเที่ยวนั่นเอง

การสื่อสารอัตลักษณ์

การเดินทางท่องเที่ยวคือการพักผ่อน คือการหลบหนีไปจากรูปแบบชีวิตอันซ้ำซากจำเจ เป็นพื้นที่และเวลาแห่งอิสระที่เราจะสามารถทำสิ่งที่เราชอบและสนใจได้อย่างเต็มที่

ผู้หญิงนักเดินทางเป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรม เป็นผู้รักการอ่านและสนใจในวรรณกรรมอย่างจริงจัง



ภาพ 5.24 ภาพหนังสือการจัดกระเป๋าเดินทาง

“เหตุ - วันลาพักผ่อนที่ยังเหลืออีกเยอะ+เงินในกระเป๋าที่มีน้อยนิด+วันหยุดราชการยาว+คิดแล้วว่าคงจะไม่ได้ทำงานอีกนาน

ผล - ให้งบตัวเองแค่ 5 พันบาทขาดตัว+ตัดสินใจภายในหนึ่งวัน+จองตั๋วภายในหนึ่งวัน+ที่พักที่จองบ้างไม่ได้จองบ้าง+ไปมันหน้าฝนนี้แหละคนน้อยดี

#กายพร้อมใจพร้อมเราทำได้”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพของการจัดกระเป๋าเดินทาง ที่ประกอบไปด้วยอุปกรณ์ที่สื่อถึงการเดินทางท่องเที่ยวในฤดูฝน ไม่ว่าจะเป็นเสื้อกันฝน ร่ม รองเท้าแตะ ซองกันน้ำสำหรับใส่โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ถ่ายภาพ

หนังสือเดินทาง และเงินจำนวน 5,000 บาท สื่อให้เห็นถึงการเตรียมตัวพร้อมออกเดินทางอย่างง่ายๆ ไม่จำเป็นต้องมีข้าวของสัมภาระมากมาย นำไปเพียงของที่จำเป็น เป็นการเดินทางแบบประหยัด ด้วยใช้งบประมาณเพียง 5,000 บาทเท่านั้น

การวิเคราะห์คำบรรยาย

เป็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยกลุ่มตัวอย่างประเมินจากปัจจัยที่มีอยู่คือ มีวันลาพักผ่อนที่จะลาพักผ่อน และเป็นโอกาสสำคัญก่อนที่จะต้องมีภาระรับผิดชอบที่กินระยะเวลายาวนานในภายหลัง และปัจจัยงบประมาณที่มีจำกัด จึงตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังประเทศใกล้เคียงที่เดินทางง่าย มีค่าใช้จ่ายไม่สูง การจองที่พักก็ทำอย่างรวดเร็ว ใช้เวลาตัดสินใจไม่มาก และการเดินทางไปท่องเที่ยวนอกฤดูซึ่งเป็นที่ยอมรับกัน ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่น่าจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาย่อมเยาลงไปอีก

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเลือกจุดหมายปลายทางในการเดินทางจากงบประมาณที่มีอยู่เป็นสำคัญ แม้ว่าจะมีวันลาในการเดินทางอย่างเหลือเฟือ แต่หากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ การท่องเที่ยวก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ ทุนเศรษฐกิจจึงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ในการกำหนดรูปแบบและจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

การเลือกเดินทางไปยังประเทศที่มีความแตกต่างจากความคุ้นเคยในชีวิตประจำวันไม่มากนัก (the different) ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้สามารถควบคุมงบประมาณในการท่องเที่ยวทำได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อเป็นประเทศที่เคยเดินทางไปเยือนมาแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะสามารถรู้ได้ล่วงหน้าว่าจะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องอะไร เป็นจำนวนประมาณเท่าไรบ้าง ซึ่งทำให้การวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายทำได้ง่ายกว่า

ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถตัดสินใจและวางแผนในการเดินทางได้อย่างรวดเร็วและเรียบง่าย ด้วยไม่ต้องรอกถามความคิดเห็นหรือความพึงพอใจจากใคร แต่สามารถเลือกในสิ่งที่ตัวเองต้องการและลงมือทำได้ทันที การเดินทางคนเดียวคืออิสระในการใช้ชีวิต



ภาพ 5.25 ภาพรอยสัก Life is a Journey บนต้นขา

“my no.8 tattoo :: Life is a journey.

ชีวิตมีไว้ใช้ ถ้าไม่บาป, ไม่ผิดกฎหมาย, ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน ... ก็ทำๆ ไปเถอะคะ”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพรอยสักที่เขียนว่า Life is a journey ที่สักอยู่บนต้นขาของกลุ่มตัวอย่าง ในพื้นที่ที่สามารถเลือกที่จะเปิดเผยให้เห็นได้เมื่อสวมกางเกงขาสั้น แต่หากเป็นในยามที่แต่งกายด้วยชุดปกติธรรมดาแล้ว รอยสักนี้จะถูกปกปิดอยู่ใต้ร่มผ้า

รอยสักในร่มผ้าถือเป็นพื้นที่ในการต่อต้านอำนาจของสังคม ภายนอกนั้นกลุ่มตัวอย่างจะแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่สังคมเรียกร้องต้องการให้เป็น ไม่ว่าจะเป็นคนทำงานที่ต้องแต่งกายเรียบร้อยตามกฎระเบียบของบริษัท เป็นลูกที่อยู่ในโอวาท เป็นแม่ที่ต้องเสียสละและทุ่มเทให้กับครอบครัว แต่เมื่อเผยรอยสักที่ปกปิดเอาไว้ กลุ่มตัวอย่างก็สลับสับเปลี่ยนตัวเองจากผู้ถูกใช้อำนาจ มาเป็นผู้มีอำนาจในการแสดงตัวตนที่ตัวเองเป็น คือผู้รักอิสระและชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวได้

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างบอกว่า นี่เป็นรอยสักลำดับที่ 8 ของตัวเองแล้ว สื่อถึงว่าเป็นผู้ที่นิยมชมชอบในศิลปะการสักและใช้รอยสักเป็นเครื่องแสดงตัวตน รวมถึงการกล่าวว่า การใช้ชีวิตตามที่ตัวเองต้องการ หากไม่ได้สร้างความเดือดร้อนให้กับใครก็ไม่น่าจะไม่ใช่อะไรผิด สามารถทำได้ ทุกคนควรมีอิสระในการ

เลือกใช้ชีวิตในแบบที่ตัวเองเป็น และไม่จำเป็นต้องฟังการตัดสินจากใครว่าสิ่งที่เราเป็นนั้นเป็นเรื่องผิดหรือถูก ความหมายเดิมของรอยสักนั้น อาจเป็นของคนไม่ดี เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำและไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม แต่กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรอยสักมากถึง 8 แห่งแล้วนั้น ต้องการบอกว่า รอยสักเป็นสิ่งที่เกิดจากความชื่นชอบและเลือกที่จะทำ รอยสักแต่ละรอยมีความหมายที่ผู้สักเป็นคนเลือกและประกอบสร้างให้ ไม่ใช่สิ่งที่สังคมจะมากำหนดหรือตัดสินให้ว่าหมายความว่าอย่างไร

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างประกอบสร้างความหมายจากทั้งพื้นที่ของรอยสัก พื้นที่การท่องเที่ยวและพื้นที่สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่มีอิสระ มีสิทธิที่จะเลือกวิธีแสดงตัวตนของตัวเอง และไม่สนใจในสิ่งที่สังคมเรียกร้องต้องการให้เป็น

การเปิดเผยรอยสักในภาพที่โพสต์ขึ้นในสื่อออนไลน์ ซึ่งถือเป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้หญิงจะสามารถเปิดเผยอัตลักษณ์ที่ถูกกดหรือข่มเอาไว้ของตัวเองออกมา และยังเป็นพื้นที่ในการแสดงนิยามอัตลักษณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญของการต่อสู้สนามรบของการเมืองเรื่องอัตลักษณ์นี้ด้วย กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ในการแสดงการขัดขืนและต่อต้าน ซึ่งมีมิติที่กว้างออกไปยิ่งกว่าเพียงการใช้ถ้อยคำที่แสดงความไม่ยอมที่จะกลายเป็นผู้หญิงในแบบที่สังคมเรียกร้องและหล่อหลอม (interpellate) ยัดเหยียดตำแหน่งแห่งที่ทางสังคม แต่รวมไปถึงเลือกที่จะสร้าง “ตำแหน่งแห่งที่ของปัจเจก” (subject positioning) ขึ้นมาภายในวาทกรรมการเป็นผู้หญิงนักเดินทางที่ท่องเที่ยวตามลำพัง มีการประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบใหม่ๆ ของการต่อต้านด้วยวิธียกย้ายถ่ายเทพื้นที่ (dislocation) ได้ไม่สิ้นสุด ในที่นี้ก็คือการเปิดเผยรอยสักที่มีความหมายเกี่ยวกับการเดินทาง (รอยสักไม่ใช่เครื่องหมายของคนไม่ดีแต่เป็นสิ่งบ่งบอกตัวตน)



ภาพ 5.26 ภาพแผนที่และการระบุจุดหมายปลายทางที่เคยไปเยือนมาแล้ว

“แผนที่โลกบนผนังห้องนอน มองแล้วมีแต่ความสุข จะเดินทางไปอีกเรื่อยๆ my journey”

การวิเคราะห์ภาพ

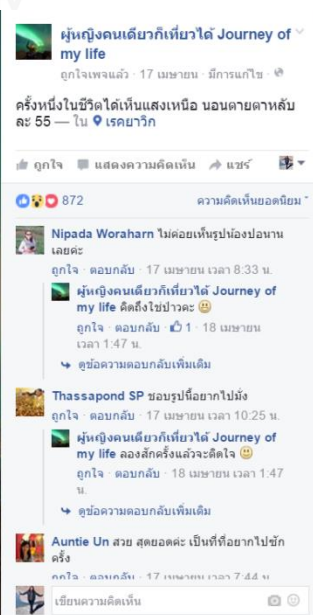
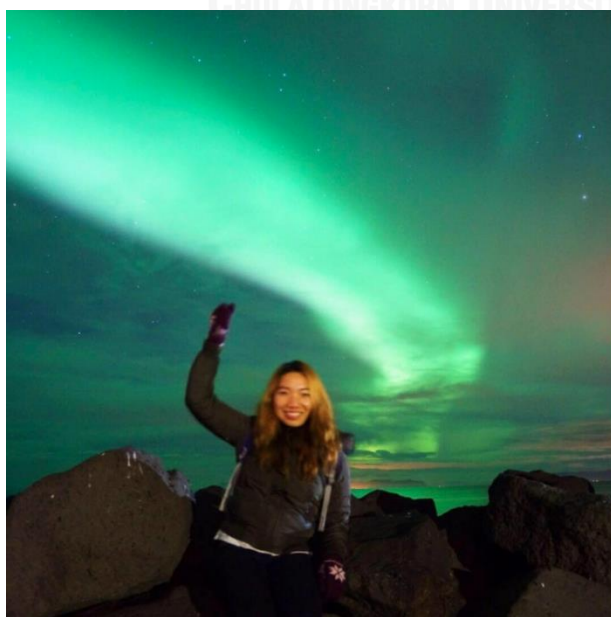
ภาพแผนที่โลกขนาดใหญ่ที่ติดอยู่บนผนังห้องนอน โดยกลุ่มตัวอย่างได้ติดภาพถ่ายของตัวเองที่ถ่ายกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลงไปบนตำแหน่งเมือง และประเทศของสถานที่เหล่านั้น สื่อให้เห็นว่า เป็นผู้ที่เดินทางไปเยือนสถานที่แห่งไหนมามากเท่าไรแล้ว

การวิเคราะห์คำบรรยาย

การเดินทางท่องเที่ยวคือความสุข และเป็นสิ่งที่จะยังคงเดินทางทำต่อไปเรื่อยๆ การติดภาพแผนที่โลกเอาไว้บนผนังห้องนอน บ่งบอกว่าการเดินทางเป็นกิจกรรมสำคัญในการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง เป็นกิจกรรมที่สื่อถึงตัวตนที่ต้องการบอกให้สังคมรับรู้ ว่าเป็นผู้รักในการเดินทาง และตั้งตารอที่จะได้เดินทางในครั้งต่อไป ไปอย่างไม่รู้เบื่อ

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างสื่อสารอัตลักษณ์ให้เห็นว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวคือความสุข ภารกิจหรือสิ่งอื่นใดที่สังคมกำหนดว่าเป็นอุดมคติที่ต้องทำ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานหนักเพื่อความมั่นคงในอาชีพ การสร้างฐานะให้เป็นปึกแผ่น การแต่งงานหรือมีครอบครัวที่สมบูรณ์ หรือการสะสมทรัพย์สินมีค่า ไม่ใช่สิ่งที่คุณค่าให้ความสำคัญเท่ากับการเดินทางเพื่อสำรวจโลกและได้เปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ



ภาพ 5.27 ภาพกลุ่มตัวอย่างและแสงเหนือในยามค่ำคืนที่ประเทศไอซ์แลนด์

"ครั้งหนึ่งในชีวิตได้เห็นแสงเหนือ นอนตายตาหลับละ 55"

การวิเคราะห์ภาพ

กลุ่มตัวอย่างอยู่ในชุดกันหนาว ยีนยัม และชูกำปั้นข้างหนึ่งขึ้นเป็นการประกาศความสำเร็จด้วยความดีใจ ฉากหลังเป็นภาพแสงออโรราหรือแสงเหนือบนท้องฟ้ายามค่ำคืน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่จะพบได้ในทวีปยุโรปเหนือเท่านั้น

การวิเคราะห์คำบรรยาย

“ครั้งหนึ่งในชีวิต...ที่ได้...” “ถ้าไม่ได้มาเห็น....ก็เหมือนมาไม่ถึง....” เป็นคำพูดสื่อถึงไวยากรณ์การจ้องมองที่ใช้กันมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเป็นการกำหนดกฎเกณฑ์สิ่งที่จะต้องดู สิ่งที่จะต้องเห็น และวิธีที่จะมองสิ่งต่างๆ ในฐานะสัญญาของจุดหมายปลายทางแห่งการเดินทางที่กำหนดโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่นว่า ชีวิตนี้จะต้องได้เห็นปราสาทหินนครวัดก่อนตาย มาแล้วไม่ได้เห็นเทพีเสรีภาพเท่ากับมาไม่ถึงนิวยอร์ก เรียกว่ามาถึงปารีสไม่ได้ถ้าไม่ได้ถ่ายรูปกับหอไอเฟล

แสงออโรราหรือแสงเหนือในภาพ ก็เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ถูกกำหนดให้เป็นสัญญาสำคัญของการท่องเที่ยวยุโรปเหนือ โดยเฉพาะประเทศไอซ์แลนด์ หากว่าผู้ใดได้มาเห็น ก็ถือว่าได้มาถึงไอซ์แลนด์โดยสมบูรณ์แบบ และไม่ได้พลาดอะไรไปอีกแล้ว

การสื่อสารอัตลักษณ์

การถ่ายภาพกับแสงเหนืออันเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่หาชมได้ยาก และไม่ใช่ว่าผู้เดินทางไปที่ท่องเที่ยวประเทศไอซ์แลนด์ทุกคนจะให้เห็น หากไปไม่ถูกฤดูกาลหรือไม่มีจังหวะที่เหมาะสมเจาะพอดีที่จะปรากฏให้เห็น และภาพของกลุ่มตัวอย่างที่เต็มไปด้วยรอยยิ้มและชูกำปั้นอยู่ในภาพ เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ถึงความเป็นนักเดินทางที่ได้ทำภารกิจสำเร็จลุล่วงเอาไว้ในภาพถ่ายนี้

วัฒนธรรมการถ่ายรูปในการท่องเที่ยวได้ถูกยกระดับจากการถ่ายเพื่อเก็บไว้เป็นการบันทึกความทรงจำ มาเป็นพิธีกรรมของการประกาศความเป็นผู้พิชิต สามารถทำตามเป้าหมายได้สำเร็จในการเดินทางมาถึงจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจเอาไว้ ซึ่งไม่สามารถถ่ายรูปแล้วเก็บเอาไว้ดูคนเดียวได้ แต่

จะต้องโพสต์เพื่อเผยแพร่และแบ่งปันให้ผู้อื่นได้ร่วมรับรู้ด้วย การถ่ายภาพตัวเองและสถานที่หรือสัญลักษณ์เป็นจุดหมายปลายทางและโพสต์ลงในสื่อออนไลน์ นับว่าเป็นพิธีกรรมสมัยใหม่ของการท่องเที่ยวยุคปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

การสื่อสารอัตลักษณ์ที่สำคัญในภาพนี้ จึงเป็นการประกาศความสำเร็จในฐานะผู้ที่พิชิตจุดหมายการเดินทางสำเร็จลงได้ ทั้งยังเป็นการแสดงว่าภารกิจการออกเดินทางครั้งนี้สำเร็จเสร็จสิ้นลงแล้ว และสามารถเดินทางกลับได้ด้วยความรู้สึกที่ได้รับการปลดปล่อย เพราะเป้าหมายสำคัญของการเดินทางมาไอซ์แลนด์ ซึ่งก็คือการได้มาเห็นแสงเหนือได้บรรลุลงเรียบร้อยแล้ว



ภาพ 5.28 ภาพอาหารพื้นเมืองอินโดนีเซีย

“ข้าวราดแกงสไตล์บาห์ลี

หน้าตาของสิ่งนี้อาจจะดูไม่น่าอภิรมย์ จนบางคนเกิดคำถามในใจว่า “นี่มีงไปกินอะไรมาเนี่ย” เฮ้ย! ขอบอกว่ามันอร่อยมากกกกก กินเข้าไปคำแรกเราปักหมุดไว้เลยว่า ถ้ามาบาห์ลีอีกยังไง ก็ต้องกลับมากิน เราเจอร้านนี้จากคอลัมน์ Ubud’s Top 10 ในนิตยสารแจกฟรีชื่อ Ubud

Life ในนั้นแนะนำว่าให้ Spice Up Your Morning ด้วยการไปกินอาหารเช้าแบบชาวบาห์ลี และร้านที่ดีที่สุดในอุบุดก็คือ Betutu Ayam Pak Sanur

ซึ่งกว่าจะอ่านเจอ นี่ก็เป็นวันสุดท้ายของเราในอุบุดแล้ว แม้จะกลัวซีแตกบนรถระหว่างทาง จากอุบุดไปภูตาขนาดไหน ยิ่งไงก็ต้องลองสักตั้งวะ และคิดไม่ผิดจริงๆ ที่ตัดสินใจเดินจากโฮสเทลไปหนึ่งกิโลเมตร เพราะปกติอาหารประมาณนี้ที่เราชิมมา 5-6 ร้าน จะใช้ไก่เป็นวัตถุดิบหลัก

แต่ร้านนี้เหนือขึ้นไปอีกขั้นคือมีทั้งไก่และเป็ด แถมตุ๋นกับเครื่องเทศจนเปื่อยนุ่มเนื้อร้อนออก จากกระดูก รสชาติเข้มข้นเผ็ดร้อนถึงเครื่องเทศ และมีที่เด็ดอีกอย่างคือก้อนขยุกขยิก (ด้านซ้ายของภาพ) ทำจากไข่ขาวไข่แดงตีรวมกันแล้วเอาไปทอด แต่ไม่เหมือนไข่เจียวนะ ข้างในจะมีรูอากาศพรุนๆ อร่อยมาก

ร้านนี้ไม่ควรไปเกิน 10 โมงเช้า กับข้าวบางอย่างอาจจะหมดก่อน คนท้องถิ่นส่วนใหญ่จะซื้อ กลับไปกินที่บ้านเป็นมือเช้า ร้านอยู่ไม่ไกลจากตลาดอุบุดเดินถึงกันได้สบายๆ ร้านสะอาด สะอาดมีโต๊ะให้นั่งกิน แต่เรานัดรถมารับไปภูตาไว้ตอน 9 โมงเช้า กลัวกินไม่ทัน เลยซื้อใส่ห่อ มานั่งกินข้างทาง ซึ่งเขาไม่มีช้อนให้นะ ใช้มือนั่งจกเอา

ราคา: 20,000 Rp. (52 บาท)

พิกัด: ถนน Jl. Arjuna No.19 อุบุด, บาห์ลี ไม่ใช่ถนนเส้นหลักเป็นถนนในซอยย่อย จุดสังเกตคือป้ายร้านสีแดง”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพอาหารพื้นเมืองที่พอจะมองออกว่าเป็นภาพของเนื้อไก่ที่ปรุงด้วยเครื่องเทศ มีลักษณะเหมือนแกงแห้งๆ ผสมด้วยผักต่างๆ ใส่อยู่ในห่อกระดาษละเอียดๆ ดูเหมือนอาหารที่หาซื้อจากข้างทาง ไม่ใช่อาหารในภัตตาคารหรือร้านอาหารราคาแพง

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลมากมายเกี่ยวกับอาหารในภาพ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่ซื้อหา ข้อมูลจากสื่ออันเป็นที่มาของการเลือกรับประทานอาหารในภาพ วัตถุดิบที่ใช้ รสสัมผัสและรสชาติเมื่อได้รับประทาน เวลาที่ควรไปซื้อรับประทาน ราคา วิธีสังเกตป้ายชื่อร้าน ไปจนถึงวิธีรับประทานที่จะต้อง

ใช้มือกิน เป็นคำบรรยายที่แสดงให้เห็นถึงความสนใจในอาหารท้องถิ่นอย่างแท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง และการมองว่า การลองรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นอีกวิธีที่จะได้เปิดประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านการกิน

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเชื่อว่า อาหารคือตัวแทนของวัฒนธรรมประจำชาติ หรือท้องถิ่นนั้นๆ การได้ลองชิมอาหารพื้นเมืองหรืออาหารขึ้นชื่อของแต่ละสถานที่ที่ไปเยือน นับได้ว่าเป็นการไปถึงสถานที่นั้นแล้วอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม การรับประทานอาหารท้องถิ่นหรืออาหารพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างนั้น เป็นไปในลักษณะของการกินเพื่อให้ได้ชื่อว่าได้ “ลองชิม” แล้ว เพื่อให้ได้สัมผัสกับประสบการณ์ทั้งด้านรสชาติ รูปร่างหน้าตา วัตถุดิบ วิธีการรับประทาน และนำมาถ่ายทอดต่อในสื่อออนไลน์ แต่หากอาหารนั้นมีรสชาติไม่อร่อยหรือไม่รับประทาน ก็จะเพียงแค่ลองชิมเพื่อให้รู้สึกดีและได้ประสบการณ์การลิ้มลอง และเลือกรับประทานอาหารที่คุ้นเคยต่อไป

กลุ่มตัวอย่างไม่เพียงแต่จะเลือกชิมอาหารที่มีชื่อเสียงสำหรับนักท่องเที่ยวหรืออาหารที่ได้รับคำแนะนำเอาไว้ในหนังสือแนะนำเที่ยวว่าเป็นอาหารประจำชาติขึ้นชื่อที่ควรลองรับประทานเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจที่จะลองชิมอาหารที่เป็นงานอดิเรกของคนท้องถิ่น และมีความสนใจใคร่รู้ว่าจะคนท้องถิ่นรับประทานอาหารแบบไหนในชีวิตปกติประจำวัน มีความชื่นชอบการเดินทางสำรวจแนวชายอาหารข้างถนนในย่านต่างๆ หรือสอบถามข้อมูลร้านอาหารที่ควรไปลิ้มลองจากคนท้องถิ่นหรือพนักงานในที่พัก เพื่อที่จะได้สัมผัสอาหารท้องถิ่นอย่างแท้จริง ไม่ใช่ภัตตาคารที่มีการตกแต่งดัดแปลงอาหารให้มีความสวยงามและปรับเปลี่ยนรสชาติให้คุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลว่า การเดินทางร้านอาหารท้องถิ่นที่อร่อยและราคาถูกนั้น ควรไปสำรวจดูได้ตามตลาดพื้นเมือง มหาวิทยาลัย หรือในพื้นที่ขนส่งมวลชนสาธารณะต่างๆ ที่จะเป็นศูนย์รวมร้านอาหารจำนวนมากที่คนท้องถิ่นนิยมใช้บริการและมีราคาไม่แพงเหมือนร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างยินดีที่จะลิ้มลองอาหารแปลกๆ ที่ไม่เคยรับประทานมาก่อน ขอเพียงแค่ดูแลแล้วมีความสะอาด ไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือส่งผลต่อสุขภาพ เช่น ท้องเสีย แพ้อาหาร เสี่ยงต่อโรค เป็นต้น แต่หากเป็นอาหารที่มีความแปลกแตกต่างหรือไม่คุ้นเคยมาจนเกินไป ก็จะเลือกที่จะปฏิเสธไม่ลองรับประทาน นอกจากนี้ก่อนการรับประทานอาหารแต่ละอย่าง จะต้องมีการบันทึกภาพและสอบถามข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับอาหารชนิดนั้นๆ เพื่อนำข้อมูลมาบอกเล่าต่อในสื่อออนไลน์ด้วย



ภาพ 5.29 ภาพกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการวัยเกษียณกับการแต่งกายขณะออกเดินทางท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการวัยเกษียณในวัย 63 ปี ผมทงอกขาว ใบหน้ามีริ้วรอยบ่งบอกความมีอายุ แต่กลับแต่งกายในชุดเดินทางอย่างทะมัดทะแมง สวมกางเกงยีนส์ รองเท้าบูตเดินทาง สะพายเป้เดินทางใบใหญ่อยู่ข้างหลัง และเป้ใบเล็กอีกใบด้านหน้า ยืนตัวตรงไม่งอข้อมเหมือนภาพผู้สูงอายุในอุดมคติที่เคยพบเห็น มีรอยยิ้มสดใส อารมณ์ดี และมีสุขภาพแข็งแรง

การสื่อสารอัตลักษณ์

ร่างกายภายนอกทั้งสีผม ริ้วรอยบนใบหน้าของกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในภาพบ่งบอกถึงความเป็นผู้สูงอายุ ทว่าการแต่งกายและเครื่องใช้ในภาพนั้นบ่งบอกถึงความเป็นนักเดินทาง ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่มีความขัดแย้งกับภาพของผู้สูงอายุที่สังคมกำหนดให้ว่า เป็นผู้มีชีวิตที่ถอยห่างจากโลก ไม่สามารถช่วยเหลือหรือดูแลตัวเองได้ และไม่สามารถออกเดินทางไปไหนได้โดยไม่มีผู้อื่นพาไป แต่ภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏกลับยืนสะพายเป้ใบใหญ่และเต็มไปด้วยรอยยิ้มที่สดใส บ่งบอกถึงความสุขในการได้เดินทางท่องเที่ยว

ภาพนี้จึงเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ที่เด่นชัดโดยไม่ต้องอาศัยคำบรรยาย ของผู้สูงอายุที่ออกสู่พื้นที่การท่องเที่ยวว่า ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่ยังสามารถดูแลสุขภาพให้แข็งแรง สามารถเดินทางไปไหนๆ และทำกิจกรรมที่ตัวเองต้องการได้ตามใจปรารถนา วัยไม่ใช่สิ่งที่จะมาตีกรอบห้ามไม่ให้ผู้สูงอายุออกเดินทางท่องเที่ยว การติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การค้นคว้าหาข้อมูลความรู้เรื่องการ

ท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ อยู่เสมอ และรู้จักการดูแลรักษาสุขภาพให้แข็งแรง เป็นเครื่องสร้างอำนาจ และอัตลักษณ์ใหม่ให้กับผู้สูงอายุ ให้สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ไม่แตกต่างกับคนวัยหนุ่มสาว



ภาพ 5.30 ภาพกลุ่มตัวอย่างซึ่งนอนกลิ้งอยู่ในหิมะอย่างมีความสุขบนยอดเขาจุงเฟราซ์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพกลุ่มตัวอย่างกำลังนอนกลิ้งอยู่ในหิมะและหันมายิ้มให้กล้องอย่างมีความสุข บนยอดเขาจุงเฟราซ์ ยอดเขาที่สูงที่สุดในยุโรป ซึ่งอยู่ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์

การสื่อสารอัตลักษณ์

ภาพนี้เป็นอีกหนึ่งภาพที่สื่ออัตลักษณ์ถึงความเป็นผู้สามารถพิชิตจุดหมายปลายทางในการเดินทางได้สำเร็จ โดยยอดเขานั้นได้รับการวางตำแหน่งสัญญาณว่าเป็นเหมือนจุดหมายปลายทางของการผจญภัยหรือการเดินทางในโลกของการเดินทางท่องเที่ยวมาช้านานแล้ว ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ยังคงใช้การได้ขึ้นสู่ยอดเขา เป็นเสมือนการได้บรรลุภารกิจในการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างในภาพจึงแสดงความดีใจ ด้วยการลงกล้องเกือกในหิมะ โดยมีพื้นหลังเป็นยอดเขาสูงและท้องฟ้าที่ค่อนข้างแจ่มใส ซึ่งการขึ้นสู่ยอดเขาจึงเพราะวันนี้ก็ต้องอาศัยจังหวะและโอกาสเช่นเดียวกับการได้เห็นแสงออโรราหรือแสงเหนือ เพราะต้องเป็นวันและเวลาที่ฟ้าเปิดและสภาพอากาศแจ่มใสเท่านั้น นักท่องเที่ยวจึงจะสามารถออกไปถ่ายภาพได้ ภาพนี้จึงสื่ออัตลักษณ์ถึงความเป็นผู้พิชิตจุดหมายปลายทางลงได้อีกภาพหนึ่ง



ภาพ 5.31 ภาพกลุ่มตัวอย่างกำลังว่ายน้ำอยู่ในทะเลและทำการถ่ายภาพ selfie ด้วยตัวเอง

“Good morning. Have a nice day everyone! #12 #august #todayismybirthday #silvernagahotel #vangvieng #laos

การวิเคราะห์ภาพ

การว่ายน้ำหรือการเล่นน้ำ เป็นภาพของกิจกรรมแห่งความสนุกสนานผ่อนคลายที่ทำกันในช่วงเวลาของการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจ ภาพกลุ่มตัวอย่างในชุดว่ายน้ำ กำลังดำอยู่ในน้ำ และหันมายิ้มให้กับกล้องถ่ายภาพของตัวเอง แสดงถึงโลกแห่งการหลบหนีความวุ่นวาย มีแต่ความชุ่มเย็นและความสุขสนุกสนาน ปราศจากเรื่องให้ต้องกลัดกลุ้มกังวล

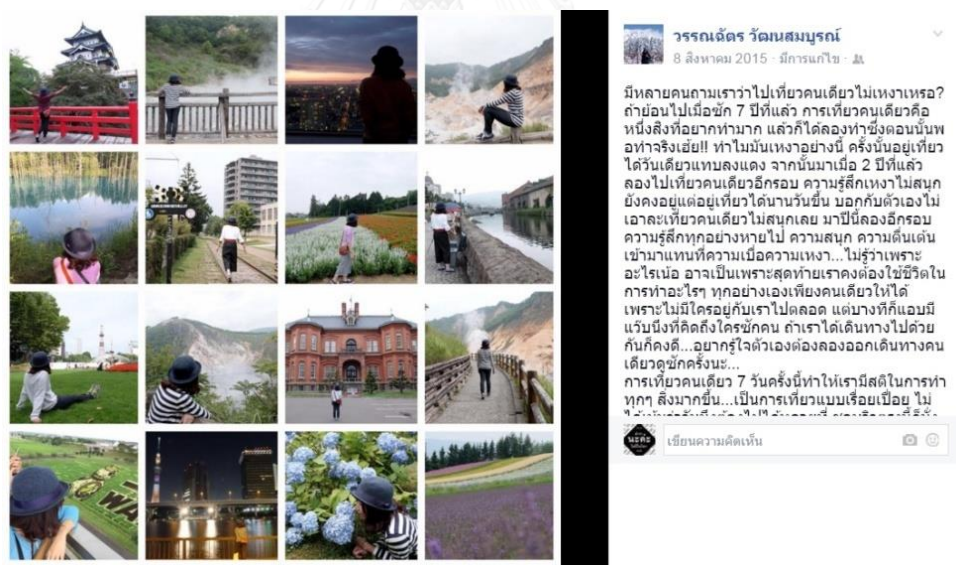
การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างส่งข้อความทักทายผู้ที่ติดตามสื่อออนไลน์ของตัวเอง และติด hastag ที่บ่งบอกว่าวันนี้เป็นวันเกิดของตัวเอง โรงแรมที่พัก เมืองวังเวียง ประเทศลาว เป็นการสื่อสารว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในวันพิเศษอย่างวันเกิดของตัวเอง ไปกับการเดินทางเพื่อพักผ่อนอย่างมีความสุข และทริปเดินทางครั้งนี้ถือเป็นของขวัญวันเกิดให้กับตัวของเธอเอง

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเลือกการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมในวันหยุดและเพื่อฉลองวันเกิดให้กับตัวเอง การเป็นผู้หารายได้ด้วยตัวเอง และมีความสามารถในการตัดสินใจที่จะใช้จ่ายเงินกับสิ่งที่ต้องการเพื่อฉลองให้กับวันสำคัญของตัวเอง เป็นการแสดงถึงอำนาจทางเศรษฐกิจที่กลุ่มตัวอย่างมี

ภาพการดำน้ำและถ่ายรูปด้วยการ selfie เอง นอกจากสื่อให้เห็นความเป็นผู้หญิงที่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตัวเอง ยังสื่ออัตลักษณ์ถึงความเป็นนักเดินทางที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความสุข เป็นผู้รู้จักการแสวงหาความสุขที่ต้องการด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องรอพึ่งพาใคร



ภาพ 5.32 รวมภาพการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

“มีหลายคนถามเราว่าไปเที่ยวคนเดียวไม่เหงาเหรอ? ถ้าย้อนไปเมื่อซัก 7 ปีที่แล้ว การเที่ยวคนเดียวคือหนึ่งสิ่งที่ยากทำมาก แล้วก็ไดลองทำซึ่งตอนนั้นพอทำจริงเฮ้ย!! ทำไม่มันเหงาอย่างนี้ ครึ่งนั้นอยู่เที่ยวได้วันเดียวแทบลงแดง จากนั้นมาเมื่อ 2 ปีที่แล้วลองไปเที่ยวคนเดียวอีกรอบ ความรู้สึกเหงาไม่สนุกยังคงอยู่แต่อยู่เที่ยวได้นานวันขึ้น บอกกับตัวเองไม่เอาละเที่ยวคนเดียวไม่สนุกเลย มาปีนี้

ลองอีกรอบความรู้สึกทุกอย่างหายไป ความสนุก ความตื่นเต้นเข้ามาแทนที่ความเบื่อความเหงา...ไม่รู้
ว่าเพราะอะไรเน้อ อาจเป็นเพราะสุดท้ายเราคงต้องใช้ชีวิตในการทำอะไรมากๆ ทุกอย่างเองเพียงคนเดียว
ให้ได้ เพราะไม่มีใครอยู่กับเราไปตลอด แต่บางทีก็แอบมีแวบหนึ่งที่คิดถึงใครซักคน ถ้าเราได้เดินทางไป
ด้วยกันก็คงดี...อยาการู้ใจตัวเองต้องลองออกเดินทางคนเดียวดูซักครั้งนะ...

การเที่ยวคนเดียว 7 วันครั้งนี้ทำให้เรามีสติในการทำทุกๆ สิ่งมากขึ้น...เป็นการเที่ยวแบบเรื่อยเปื่อย
ไม่ได้เน้นว่าวันหนึ่งต้องไปได้หลายที่ ชอบวิวตรงนี้ก็นั่งพักนานหน่อย ความสนุกของการเดินทางอีก
อย่างคือการถามทางไปที่ต่างๆ การหลงเป็นเรื่องปกติ ถ้าคนบอกทางจากที่ต้องเลี้ยวซ้ายบอกเป็น
เลี้ยวขวานี้หลงจนงงไม่เจอที่พักรถก็เจอมาละ ได้ความอึดมากขึ้น ลากกระเป๋า 10 กว่าโลหิ้วขึ้น
บันไดซึ่งบางที่ไม่มีบันไดเลื่อนนะ โอ้ย สภาพหนักแต่ต้องสู้เอาไปให้ถึงจุดหมาย ไม่เท่านั้นการนั่งรถไฟ
จากฮอกไกโดถึงโตเกียว 8 ชม. ซึ่งตอนนั่ง 3 ชม. หลังไม่ได้จองที่นั่งขึ้นรถผิดขบวนต้องนั่งพื้นหน้า
ประตู นี่แหละรสชาติของการเดินทาง ช้านิดเดียวขึ้นรถผิดเวลาที่ตั้งไว้ในชีวิตเปลี่ยนทีเดียว...แต่ทุก
อย่างจะไม่เกิดขึ้นถ้าเราไม่ออกเดินทางเรียนรู้ชีวิต...ขอให้ทุกคนสนุกกับการเดินทางนะ

หลายคนถามไปคนเดียวแล้วรูปพวกนี้ใครถ่ายให้ ขาดั่งกล้องช่วยได้หนักหน่อยแต่ได้รูปตัวเองกับวิว
ดีๆ มาเป็นที่ระลึกบ้าง”

การวิเคราะห์ภาพ

รวมภาพการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวสำคัญของญี่ปุ่นมากมายหลายแห่ง โดย
มีกลุ่มตัวอย่างยื่นหันหลังปรากฏอยู่ในทุกภาพ เป็นการบ่งบอกว่า ได้เดินทางไปเยือนสถานที่ทุกแห่ง
ในภาพด้วยตัวเองมาแล้ว

การวิเคราะห์คำบรรยาย

บอกเล่าประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามฟังครั้งแรกของตัวเองและความรู้สึกที่ได้รับ
ซึ่งบ่งบอกถึงความภูมิใจในการค้นพบศักยภาพต่างๆ ในตัวเองที่ไม่เคยได้รู้ เช่น ความแข็งแรง ความ
อดทน การรู้จักแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การยอมรับปัญหาและอุปสรรคที่ได้พบระหว่างการเดินทาง ซึ่ง
ช่วยเปลี่ยนมุมมอง ความคิดและความรู้สึกที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปอย่างมาก และ
อยากให้ผู้อื่นได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์แบบเดียวกันนี้ดูบ้าง

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ในการโพสต์ภาพและถ้อยคำในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น ออกเดินทาง การแสดงอัตลักษณ์ในข้อนี้สอดคล้องกันกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในบทที่ 4 โดยการออกท่องเที่ยวตามลำพังเป็นพิธีกรรมที่ช่วยในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง แสดงถึงความเป็นผู้ผจญภัยนักเดินทางที่มีความรู้ มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีรสนิยม กระทือหรือร้านที่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในดินแดนใหม่ๆ มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ มีรายได้เป็นของตัวเองไม่ต้องพึ่งพาผู้ชาย เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น จากการที่มีผู้เข้ามาโพสต์แสดงความชื่นชม ยกย่อง ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังดินแดนไกลๆ ได้

กลุ่มตัวอย่างมีความปรารถนาที่จะนำเสนอแนวคิดการใช้การท่องเที่ยวเป็นพิธีกรรมในการก้าวข้ามผ่านให้กับผู้อื่นได้ลองเข้าร่วม โดยอาศัยการนำเสนอประสบการณ์ ทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ตนเองได้รับจากการออกเดินทางท่องเที่ยว และถ้อยคำบรรยายที่แสดงถึงการผลักดัน ให้กำลังใจ ปลุกปลอบ สร้างความกล้าหาญ กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าการท่องเที่ยวด้วยตัวเองตามลำพัง เป็นหนทางที่ทำให้ผู้ผจญภัยรู้จักตัวเองมากขึ้น ได้รู้ทักษะ ความรู้ ความสามารถที่ตัวเองอาจไม่เคยรู้ว่ามี ได้รู้ว่าตัวเองมีความเข้มแข็ง อดทน และกล้าหาญมากกว่าที่คิด จึงปรารถนาที่จะเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ผจญภัยได้ลองออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังดูสักครั้ง ซึ่งสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจะปรากฏโพสต์ในลักษณะนี้ให้เห็นอยู่อย่างสม่ำเสมอ



ภาพ 5.33 ภาพการแชร์บทความ คน 7 ประเภทที่ควรชวนไปเที่ยวไอซ์แลนด์

"All in one ค่ะ 555 ไปคนเดียว ทำคนเดียวทุกอย่าง ทั้งวางแผน ขับรถ ทำกับข้าว (แซนด์วิชหน้าเดียว 3 มื้อต่อวัน 4-5 วันติด) แก้ปัญหาเฉพาะหน้า (เรียกผู้ชายมาช่วยเปลี่ยนยางอะไหล่ตอนยางแตกบนยอดเขา) ถ่ายรูป (ไม่มีรูปตัวเองที่ดูได้เลย) อ้อ ลืมบอก กางเต็นท์เองด้วยนะ"

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างทำทุกอย่างด้วยตัวเองในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไอซ์แลนด์ ซึ่งหากเปรียบเทียบกับบทความที่แชร์มานั้น กล่าวถึงการเดินทางในลักษณะของหมู่คณะที่แต่ละคนควรมีทักษะความสามารถแตกต่างกันออกไป เพื่อที่จะได้แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลช่วยเหลือกัน แต่กลุ่มตัวอย่างกลับสามารถทำเองได้ทุกอย่าง ทั้งการวางแผน ขับรถ ดูแผนที่ กางเต็นท์ ทำอาหาร แก้ปัญหาเฉพาะหน้า ไปจนถึงขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น และดูแลความปลอดภัยให้กับตัวเอง นอกจากนี้คำบรรยายยังแสดงถึงความอดทนต่อความสกปรกสกมับนของสภาพอากาศ การเดินทาง การต้องอดทนกินอาหารแบบเดียวกันซ้ำไปซ้ำมา ซึ่งแสดงถึงศักยภาพ ความทรหดอดทนของร่างกาย และไหวพริบในการแก้ไขปัญหาที่มี

นอกจากนี้ ประเทศไอซ์แลนด์ยังเป็นประเทศจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากอยู่ไกลถึงยุโรปเหนือ ซึ่งเป็นแถบประเทศที่มีค่าครองชีพสูงกว่าประเทศไทยหลายเท่าตัว ค่าตัวโดยสารก็มีราคาแพง ตลอดจนค่าอาหารและที่พัก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายรวมตลอดทริปอาจสูงถึงเกือบแสนบาทเลยทีเดียว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การสื่อสารอัตลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีอำนาจทุนเศรษฐกิจมากพอที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่อยู่ห่างไกล เป็นผู้มีความพร้อมทางร่างกาย ที่อดทน แข็งแรงเพียงพอที่จะเผชิญกับการเดินทางอันสกปรกสกมับน ทั้งการหอบหิ้วสัมภาระ การเผชิญกับสภาพอากาศร้อนจัด หนาวจัด หรือการต้องใช้ร่างกายในการเดินเป็นระยะทางไกลๆ ได้ แสดงให้เห็นว่าความเป็นผู้หญิงไม่ใช่ข้อจำกัด หากมีร่างกายที่แข็งแรง พร้อมทั้งจะเผชิญหน้ากับการเดินทางทุกรูปแบบ

การสื่อสารถึงประสบการณ์การรับทาบทุกบทบาหน้าที่ในทริปไอซ์แลนด์ แสดงถึงการเป็นผู้มีไหวพริบ สติปัญญา สามารถวางแผนการเดินทาง กำหนดงบประมาณ เลือกสถานที่พัก พาหนะในการเดินทางที่เหมาะสม ปลอดภัย สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่พบเจอได้ เป็นผู้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชีวิต ค้นพบโลกใหม่และค้นพบตัวตนที่ซ่อนอยู่ของตัวเอง เป็นผู้กล้าหาญ ที่กล้า

เดินทางไปยังดินแดนห่างไกลโดยลำพังคนเดียวเพื่อเลือกทำสิ่งต่างๆ ตามความต้องการของตัวเองโดยไม่หวั่นกลัว



ภาพ 5.34 ภาพการพิชิตยอดเขาฟานสิปานในประเทศเวียดนาม

“Finally. I made it!!!! The highest and The roof of Indochina. And I made it just in 1 day and a half (Normally. people do in 2 days.) So suffering. so tired. But it's worth it. Do it once in your life!!!!

เกือบจะถอดใจไปไม่ถึงยอดแล้ว เพราะมันเหนื่อยมาก แบบเหนื่อยใกล้ตาย หัวใจและปอดทำงานหนักมาก แต่สุดท้ายก็สู้ 15 ชั่วโมงในการเดินป่า ทั้งเดิน ทั้งปีน ทั้งขึ้นที่สูงติดกันหลายกิโล ทั้งข้ามแม่น้ำ ทั้งเชือก โอ้ยยยย ใครว่าแน่ขอให้มา”

การวิเคราะห์ภาพ

ภาพการพิชิตยอดเขาฟานสิปาน ยอดเขาที่สูงที่สุดในเอเชียอาคเนย์ โดยกลุ่มตัวอย่างยืนกางแขนอยู่บนยอดเขาที่มีธงชาติเวียดนามปัก โบกสะบัดในสายลม พื้นหลังของภาพคือทะเลก้อนเมฆ ตำแหน่งที่ยืนบ่งบอกว่าอยู่สูงกว่าก้อนเมฆ ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างปีนขึ้นมาเป็นระยะทางไกล และมีความสูงอย่างมาก

การแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างบ่งบอกความเป็นผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นการสวมเลกกิ้ง ไซ้เสื้อผ้า และกระเป๋าใส่สัมภาระ กางแขน มองออกไปยังทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามเบื้องหน้า

การวิเคราะห์คำบรรยาย

กลุ่มตัวอย่างบรรยายถึงความยากลำบากในการปีนเขา ความทรามานที่ร่างกายได้รับ เส้นทางที่ทรหด แต่ก็สามารถทำได้สำเร็จ หน้าที่ยังสามารถปีนถึงก่อนเวลาที่คนส่วนใหญ่ทำได้อีกด้วย จึงได้บรรยายถึงความสำเร็จของตัวเองด้วยความภาคภูมิใจ และเชื่อเชิญให้ผู้อื่นได้มาทดลองความแข็งแกร่งและอดทนในการปีนเขาแห่งนี้ดูบ้าง

การสื่อสารอัตลักษณ์

เป็นการสื่อสารถึงการได้ค้นพบสิ่งที่ตัวเองไม่เคยรู้มาก่อนว่ามี (Unknown self) เป็นศักยภาพหรือเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างเพิ่งได้ค้นพบว่าหลังจากได้ออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ในภาพนี้คือการค้นพบว่า ตนเองมีศักยภาพร่างกายที่แข็งแกร่งและอดทนต่อความยากลำบากมากกว่าที่คิดเอาไว้ สามารถปีนภูเขาสูง เดินทางได้ระยะไกล อยู่ในสภาพอากาศที่หนาวเย็นจัดได้ แบกของน้ำหนักมากได้เป็นระยะเวลาที่นานกว่าที่คิด อดทนต่อการเดินทางที่เหนื่อยยากบนถนนที่ทุรกันดารได้ การค้นพบตัวตนที่ไม่เคยรู้มาก่อนว่ามีนี้ ได้กลายเป็นความภูมิใจและชื่นชมในตัวเอง ซึ่งแสดงออกมาให้เห็นอย่างชัดเจนทั้งในภาพและคำบรรยาย

สรุปการสื่อสารสื่อสารอัตลักษณ์ที่พบจากการวิเคราะห์ตัวบทในสื่อออนไลน์

จากการสำรวจและวิเคราะห์ตัวบทในสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเล่าเรื่องประสบการณ์การเดินทางของตัวเอง ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารอัตลักษณ์ทั้งสิ้น 14 แบบ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีความสอดคล้องกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในบทที่ 4 ได้แก่

1. อัตลักษณ์ของความเป็นผู้มีทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม
2. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้สนใจในวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น
3. อัตลักษณ์ของความเป็นผู้เปิดกว้างในมิตรภาพ
4. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้พิชิตจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจลงได้
5. อัตลักษณ์ของการเป็นแรงบันดาลใจกับผู้อื่นให้ออกเดินทางท่องเที่ยว
6. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้มองดูผู้คนแม้จะต่างชาติ ต่างภาษาและวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียม
7. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและเอาตัวรอดได้
8. อัตลักษณ์ของการการเป็นผู้เปิดใจกว้างและพร้อมที่จะเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ

9. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ชื่นชอบความจริงแท้แห่งการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง
10. อัตลักษณ์ของการความเป็นนักเดินทางแบบแบกเป้
11. อัตลักษณ์ของการความเป็นนักเดินทางที่เต็มไปด้วยความสุขและความทรงจำที่งดงาม
12. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ใช้การท่องเที่ยวเป็นการหลบหนีจากโลกของความเป็นจริง
13. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ถือประสบการณ์การท่องเที่ยวคือสิ่งล้ำค่าเหนือสิ่งอื่นใด
14. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ที่มองว่าเพศและวัยไม่ใช่อุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ตัวบทในสื่อออนไลน์ที่ปรากฏในบทที่ 4 และ 5 นี้ ผู้วิจัยจะได้ทำการสรุปผลให้เห็นเป็นภาพที่ชัดเจนขึ้นสำหรับการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง รวมถึงอภิปรายผลเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องและขัดแย้งกันให้ปรากฏอย่างชัดเจนในบทที่ 6 ต่อไป

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เป็นงานเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) และการศึกษาตามแนวทางเชิงอรรถปริวรรต หรือ Hermeneutic phenomenology ตามแนวคิดของ Martin Heidegger ซึ่งเป็นวิธีวิจัยที่มุ่งเน้นการตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับแต่ละบุคคล การทำความเข้าใจเรื่องราว ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ จากมุมมองของผู้ที่ได้เข้าไปสัมผัสและตีความจากมุมมองของผู้มีประสบการณ์โดยตรง เพื่อค้นหาความหมายและทำความเข้าใจ โดยในงานวิจัยนี้ได้ทำการตีความประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ตัวตน จนนำไปสู่การประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เกิดขึ้นตามมา

ผู้วิจัยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงที่มีความหลากหลายทางวัย อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสจำนวน 26 คนที่เคยมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศตามลำพังอย่างน้อยหนึ่งครั้ง

ส่วนที่สองคือข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์หัตถ์บท (textual analysis) จากสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์คอย่าง facebook Fanpage Instagram Websboard หรือ blog เป็นต้น โดยเลือกเก็บข้อมูลในช่วงที่กลุ่มตัวอย่างทำการโพสต์ภาพและเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยวคนละ 1-2 ทริปเดินทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์การแสดงอัตลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างทำการสื่อสารออกมาให้เห็น โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยที่ค้นพบออกมาได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเลือกโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากการค้นหาและ

เจาะจงคัดเลือกจากสื่อออนไลน์จำนวนหนึ่ง และอีกจำนวนหนึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสอบถามไปยังคนรู้จักของผู้วิจัยที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยที่สุดคือ 19 ปี และมากที่สุดคือ 63 ปี ทุกคนจบการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี บางส่วนจบการศึกษาขั้นปริญญาโทและปริญญาเอก มีสถานะครอบครัวเป็นชนชั้นกลาง มีฐานะเศรษฐกิจปานกลางถึงชั้นดี สถานภาพทางความสัมพันธ์มีทั้งโสด มีคนรัก แต่งงาน และหย่าร้าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่มีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย และมีกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ

ในส่วนของการประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยคัดเลือกมามีทั้งผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพียง 1-2 ประเทศ ไปจนถึงผู้ที่มีประสบการณ์การเดินทางมาแล้วถึง 60 ประเทศ และกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการใช้สื่อออนไลน์ อาทิ facebook instagram blog ฯลฯ ในการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเอง ซึ่งมีทั้งในลักษณะสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบส่วนตัว และทำในรูปแบบของ Fanpage website ซึ่งมีลักษณะของบุคคลสาธารณะ (public figure)

กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด The 'push-pull factor' theory of tourism motivation ของ Dann (1977) หรือ Crompton, J. (1979) ซึ่งกล่าวถึงแรงจูงใจที่มีลักษณะเป็นแรงผลักดันทางจิตวิทยาที่ส่งผลให้คนออกเดินทางท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังนั้น เกิดขึ้นจากหลากหลายสาเหตุ ได้แก่ การเกิดจากเหตุการณ์ที่สร้างความพลิกผันในชีวิต เช่น การจบชีวิตสมรส การเกิดปัญหาความสัมพันธ์ ความผิดพลาดในเส้นทางการทำงานหรือการศึกษา เกิดจากตั้งใจมุ่งมั่นที่จะเดินทางท่องเที่ยว ด้วยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะหาโอกาสในการออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยนับเป็นความตั้งใจหรือเป้าหมายหนึ่งของชีวิตที่จะต้องทำให้ได้สักครั้ง เกิดจากการที่หาผู้ร่วมทางไปด้วยไม่ได้และไม่อยากเสียโอกาสที่จะได้ออกไปเห็นโลกกว้าง และสุดท้ายคือเกิดจากการไม่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ ที่ถูกกำหนดกะเกณฑ์ทั้งสถานที่ เวลา และกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยวอย่างจำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต้องการได้ ซึ่งแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เกือบทั้งหมด จัดว่าเป็นแรงผลักดันภายใน (push motives) ตามแนวคิดของ Crompton, J.

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว การสื่อสาร และอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงระยะการเดินทาง ท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องพิธีกรรมแห่งการเปลี่ยนผ่าน (Rite de passage) ของ A. van Gennep ในใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์พฤติกรรม การสื่อสารและอัตลักษณ์ที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลาการ
ท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และภายหลังกลับ
จากการเดินทางท่องเที่ยว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละช่วงระยะการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทาง
ท่องเที่ยวตามลำพัง

ช่วงระยะของกิจกรรมเดินทาง ท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว
Separation (ก่อนการท่องเที่ยว)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 2) การเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง 3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4) การต้องขออนุญาตครอบครัวและรายงานตัว
Liminality (ระหว่างการ ท่องเที่ยว)	<ol style="list-style-type: none"> 1) เน้นความปลอดภัย 2) การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อช่วยลดความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 3) การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ 4) การใช้ความเป็นผู้หญิงเมื่อเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์ 5) ความเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Flashpacker 6) ความพึงพอใจในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว
Incorporation (หลังจากการ ท่องเที่ยว)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อโลก 2) การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระดับความคิดและมุมมองที่มีต่อตัวเอง 3) การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และค้นพบระดับการสื่อสารและการสื่อสารอัตลักษณ์ในแต่ละช่วงของการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ดังต่อไปนี้

ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเป็นผู้หญิงทำงานนอกรบ้าน มีเพียงบางส่วนที่เป็นนักศึกษาและผู้สูงอายุที่เข้าสู่วัยเกษียณแล้ว ซึ่งทุกคนล้วนแต่ต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมทั้งหน้าที่การงาน ความสัมพันธ์ในครอบครัว ภาระความรับผิดชอบและอุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาเป็นระยะ ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นชนชั้นกลางจนถึงชนชั้นกลางระดับสูง ซึ่งเป็นผู้มีเวลาว่างและสามารถจัดสรรเวลาว่างในชีวิตให้กับการทำกิจกรรมที่ตัวเองมีความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างซึ่งปกติเป็นผู้ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับครอบครัว หรือกับเพื่อนฝูงตามปกติอยู่แล้วนั้น จึงได้เริ่มพิจารณาถึงข้อดีในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยไม่มีผู้อื่นติดตามไปด้วย รวมทั้งคำนึงถึงปัจจัยที่จะอำนวยความสะดวกให้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ที่ตัวเองมีอยู่ จนกระทั่งเกิดการพัฒนาไปสู่การตัดสินใจที่จะออกท่องเที่ยวตามลำพัง และตามมาด้วยการเลือกประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทางที่ตอบสนองความพึงพอใจ การบริหารจัดการระยะเวลาในการเดินทางที่สามารถทำได้ และการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับครอบครัว

การสื่อสารอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยวนี้ คือการแสดงถึงความเป็นผู้มีทุนเศรษฐกิจ หมายถึงการเป็นผู้มีรายได้เป็นของตัวเอง มีงบประมาณมากพอที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้โดยไม่ต้องหาผู้ร่วมเดินทางมาช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่าย สามารถเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ตัวเองต้องการได้ การเป็นผู้มีทุนทางวัฒนธรรม คือการเป็นผู้มีความรู้ความสนใจในสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม การเมือง ในประเทศที่เลือกเดินทางไปเยือน สามารถค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ และเรียนรู้ได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งพาบริษัทนำเที่ยว และอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่รักอิสระ มีเสรีภาพในการเลือกใช้เวลาว่างในสิ่งที่เป็นความสุขของตัวเอง เป็นผู้หญิงที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้และไม่หวาดกลัวการต้องทำอะไรเพียงลำพังโดยไม่มีคนคอยช่วยเหลือ

การสื่อสารที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างในช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบได้ในทั้ง 3 ระดับ คือ การสื่อสารภายในตัวเอง เพื่อประเมินและพิจารณาตัดสินใจว่าตนเองมีปัจจัยและศักยภาพใดที่อำนวยความสะดวกให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้หรือไม่ การสื่อสารระหว่างบุคคล เกิดขึ้นกับครอบครัวและคนใกล้ชิดเป็นหลัก เพื่อสร้างความเข้าใจ ต่อบรองและตกลงเงื่อนไขในการไปเที่ยวตามลำพังที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ และการสื่อสารมวลชนที่เกิดจากการค้นคว้าหาข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง นับตั้งแต่การค้นหาตัวเครื่องบิน ที่พัก วิธีเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว ข้อความระวังต่างๆ ซึ่งพบว่ามีการใช้สื่อหนังสือแนะนำเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการค้นหาข้อมูล

ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

แนวคิดกรอบพิธีกรรมของ A. van Gennep กล่าวถึงช่วงเวลาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Liminality) นี้เอาไว้ว่า เป็นช่วงเวลาที่อยู่ในพื้นที่ใหม่ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีความตื่นตัวในเชิงสังคมระดับ (social excitement) สูงกว่าปกติธรรมดา ในช่วงเวลานี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างจึงมุ่งเน้นไปที่การลองทำสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำเพื่อเปิดประสบการณ์ชีวิต และยินดีใช้จ่ายเงินอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้ลองทำกิจกรรมต่างๆ ให้มากที่สุดในช่วงเวลาที่อยู่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลองกินและดื่มสิ่งที่ไม่เคยกิน ทำกิจกรรมพิเศษทั้งการชั่งอูฐ ขึ้นกระจอกเทศ sky diving ดำน้ำกับปลาฉลาม ใต้ธารน้ำแข็ง ถ่ายรูปกับนกเพนกวิน ฯลฯ

ในขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างก็มีความตั้งใจที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ของความเป็นนักเดินทางตัวจริงออกไปให้ผู้อื่นได้รับรู้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกที่พักประเภทโฮสเทล โรงแรมราคาประหยัด หอพักที่ต้องพักร่วมกันนักเดินทางคนอื่นๆ การเลือกเส้นทางการเดินทางที่สมบุกสมบันและเหน็ดเหนื่อย การพยายามไปในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ไปหรือไม่ได้ให้ความสนใจ การเลือกโดยสารยานพาหนะที่มีรูปแบบของขนส่งมวลชนสาธารณะ รถเมล์ รถไฟ รถสามล้อ ฯลฯ การรับประทานอาหารเช้าพื้นเมือง รวมไปถึงการพำนักอยู่ในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งครั้งละหลายๆ วัน การลงไปคลุกคลีทำกิจกรรมร่วมกับคนท้องถิ่น เช่น การเล่นกีฬา เข้าร่วมพิธีกรรมการแต่งงาน การประกวดนา หรือประเพณีต่างๆ เพื่อแสดงความต้องการที่จะเปิดรับ เรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ไม่ใช่เพียงการเดินทางมาพบเห็นหรือเที่ยวชมแล้วจากไป ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อันสำคัญของนักเดินทางแบบแบกเป้ ซึ่งเดินทางเพื่อเรียนรู้โลกใหม่และค้นหาตัวเอง ผู้วิจัยยังได้ค้นพบอีกว่า ในการพยายามต่อรองอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ในบางส่วนที่ไม่สามารถทำได้ทุกอย่างในแบบเดียวกับที่นักเดินทางแบกเป้ทำนั้น กลุ่มตัวอย่างก็ต่อรองด้วยการนำเสนออัตลักษณ์ของนักเดินทางแบบ flashpacker แทน เช่น การใช้อุปกรณ์สื่อสารอันทันสมัยอย่างแท็บเล็ต โทรศัพท์สมาร์ทโฟน การใช้กระเป๋าอัลปาก เพื่อที่จะได้สามารถขนสัมภาระและของฝากของที่ระลึกกลับมาได้ หรือการจัดเตรียมเครื่องแต่งกายหลายชุดเพื่อที่จะได้เลือกสวมใส่ให้เข้ากับบรรยากาศ และได้ภาพถ่ายที่สวยงามกลับมาเป็นที่ระลึก เป็นต้น

การนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างในช่วงนี้ ยังสื่อถึงการได้ค้นพบตัวตนที่ซ่อนอยู่ของตัวเอง (hidden self) ได้มีโอกาสสู้อค้นเอาความรู้ สติปัญญา ไหวพริบ ที่ตัวเองอาจไม่เคยรู้ว่ามียู้ออกมาใช้ หลายคนค้นพบว่าตัวเองสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีกว่าที่คิด สามารถเรียกความเชื่อมั่นในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลแปลกหน้าต่างชาติต่างภาษาออกมาได้ ทั้งที่ก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวไม่เคยกล้าที่จะทำ มีโอกาสได้นำทักษะในการใช้เหตุผลออกมาใช้ในการเจรจาต่อรองต่างๆ ตั้งแต่การต่อรองราคาที่พัก ยานพาหนะหรือแพคเกจจิ้งเที่ยว ต้องคิดอ่านเพื่อให้รู้เท่าทันเมื่อถูกใช้เล่ห์เหลี่ยมเอาเปรียบ และหาวิธีที่จะตอบโต้หรือรอมชอมเพื่อให้การเดินทางดำเนินต่อไปได้โดยไม่

เป็นฝ่ายเสียเปรียบ และเมื่อเกิดเหตุไม่คาดฝัน ผู้หญิงก็ได้พบว่าตัวเองมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีกว่าที่คิด

ในขณะที่ได้ค้นพบอัตลักษณ์ความเป็นคนรอบรู้ มีความสามารถ มีไหวพริบในตัวเองแล้วนั้น กลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้ละทิ้งอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงไปในระหว่างการเดินทาง ความเป็นผู้หญิงยังคงสะท้อนให้เห็นอยู่ในภาพถ่ายและคำบรรยายที่กลุ่มตัวอย่างโพสต์ขึ้นในสื่อออนไลน์อยู่เป็นระยะ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัว แต่งหน้าอย่างสวยงาม การถ่ายภาพตัวเองในชุดว่ายน้ำหรือชุดประจำชาติ ให้มีสายตาละเมียดละไม ช่างสังเกตและแสดงความคิดเห็นในแง่มุมที่อ่อนโยน อ่อนไหวต่อสิ่งต่างๆ ที่ได้พบ การแสดงความขอบคุณต่อความช่วยเหลือและความมีน้ำใจ ในวัฒนธรรมการแสดงความเป็นสุภาพบุรุษที่ทำให้ได้รับการปฏิบัติด้วยเป็นอย่างดี

ระดับการสื่อสารที่ปรากฏในช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวนี้ ยังคงพบได้ในทั้ง 3 ระดับเช่นกัน โดยเป็นการสื่อสารภายในตัวเอง ที่กลุ่มตัวอย่างพยายามสื่อสารกระตุ้นตัวเองให้รับรู้ถึงศักยภาพทั้งทางร่างกาย เช่น ความแข็งแรง ความอดทน และทุนทางวัฒนธรรมที่ตัวเองมี ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ ความรู้รอบตัวเกี่ยวกับสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทาง และการรู้จักปฏิบัติตัวในสภาวะการต่างๆ ไปจนถึงไหวพริบปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นการสื่อสารเพื่อลดความกังวลในตัวเอง และเชื่อว่าจะต้องสามารถผ่านพ้นเรื่องราวต่างๆ ไปได้ในที่สุด โดยมีตัวเองเป็นที่พึ่ง การสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงเวลานี้ เกิดขึ้นเมื่อมีการพบปะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวหรือคนท้องถิ่นมีโอกาสได้พบเจอในระหว่างการเดินทาง ในที่พัก ในร้านอาหาร หรือตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายถือว่าการเปิดรับมิตรภาพ พูดคุยกับผู้คนใหม่ๆ นี้ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่ควรจะทำ เพราะเป็นโอกาสสำคัญในการแลกเปลี่ยนมุมมอง ประสบการณ์ และความคิดใหม่ๆ ส่วนการสื่อสารมวลชนนั้น อยู่ที่มุ่งเน้นที่การโพสต์รูปภาพและบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวในแต่ละวันลงบนสื่อออนไลน์ให้ผู้ที่ติดตามได้เข้ามาอ่านเป็นหลัก ซึ่งพบว่าส่วนมาก การสื่อสารมวลชนบนสื่อออนไลน์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจะใช้ facebook มากกว่าสื่อออนไลน์รูปแบบอื่น

ภายหลังกลับจากการเดินทางท่องเที่ยว

ภายหลังการเดินทางกลับจากการท่องเที่ยวแล้วนั้น นอกจากกลุ่มเป้าหมายจะได้ค้นพบตัวตนที่ไม่เคยรู้ว่ามีอยู่ (hidden self) ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นศักยภาพด้านร่างกาย สติปัญญา หรืออารมณ์แล้ว กลุ่มตัวอย่างยังได้ทำการประมวลประสบการณ์ที่ได้พบจากการเดินทาง ทั้งจากการทำกิจกรรม การได้ลองเปิดเส้นขอบฟ้าแห่งประสบการณ์ การได้ใช้ชีวิตในพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคย การเผชิญหน้ากับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ไปจนถึงความรู้สึกของการได้ไปจนถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการ ได้ทำ

ภารกิจที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ให้ลุล่วง ได้เป็นผู้ที่ได้เดินทางไปยังจุดหมายที่ตั้งใจเอาไว้ได้สำเร็จ ได้เป็นผู้พิชิตปลายทางแห่งนั้นด้วยความอดทน เข้มแข็ง มีสติปัญญา กล้าหาญและรู้จักวางแผน ล้วนเป็นการสร้างความรู้สึกเชื่อมั่น (confident) ไม่ต้องพึ่งพาใคร (independent) และเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเอง (self-esteem) สิ่งเหล่านี้ได้หลอมรวมเข้ากับตัวตนเดิมเมื่อก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว แม้จะยังไม่ประสานจนกลายเป็นเนื้อเดียว แต่ก็เป็นการเย็บปะติดตัวตนเดิมและตัวตนใหม่ที่ค้นพบเข้าด้วยกัน และสะท้อนออกมาเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หิวนักเดินทาง ที่ไม่ได้มีเพียงแต่กลุ่มตัวอย่างเท่านั้นที่สัมผัสได้ถึงความเปลี่ยนแปลงไปของตัวเอง แต่รวมถึงผู้คนรอบข้างด้วย ดังนี้

ตารางที่ 6.2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวและตัวตนที่เปลี่ยนไปของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ชื่อ	สิ่งที่ตัวเองรู้สึก	สิ่งที่คนรอบข้างมอง
ซาเดีย	รู้สึกไม่พอค่ะ รู้สึกเหมือนผ่านมันมาได้ จนกลับถึงบ้าน แล้วรู้สึกว่ามันก็ไม่ได้ยาก แถมสนุกด้วย รู้สึกเหมือนชนะ ดี เมืองได้ อยากล่าอาณานิคมอีก โม่ไปเป็นเดือน รู้สึกเป็นที่ยอมรับ 555 รุ่ง มาคนเดียวซะตั้งนานแล้ว	เค้าก็บอกว่า เจ๋ง กล้ามาก อะไรมาก ประมาณนี้ ถ้าเป็นฝรั่งเค้าจะค่อนข้างว่าไม่เคย เห็นผู้หญิงเอเชียตะวันออกมาเที่ยวเอง
จีบ	มั่นใจในตัวเองมากขึ้นว่าเราอยู่ได้ เราอยู่รอด หันมาดูแลสุขภาพ จะได้ไปเที่ยวคนเดียวได้ ดูแลตัวเองได้ ข้อจำกัดในการเที่ยวน้อยลง เพราะเราไม่ต้องรอใคร เราก็คือคนเดียวได้อีก	คนมาคุยด้วยเยอะมากกกก ทุกคนจะทำท่าตกใจว่ายูมาคนเดียวหรอ ตัวนิตเดี่ยวเอง 555ทั้งคนต่างชาติ หรือไปเจอคนไทยที่โน่น เค้าก็คิดว่าแปลกที่เรามาคนเดียว เค้าชอบถามว่ามาเรียนที่นี้หรอ หรือมีญาติอยู่ที่นี้หรอ
โบ เบอรั เกอร์สัน	เปลี่ยนเลยนะ เรากลับขึ้น แต่ก่อนตอนอยู่เมืองไทยไปฟิวเจอร์พาร์คคนเดียวยังไม่ค่อยอยากเลย กินข้าวในห้างคนเดียว ดูหนังคนเดียว แต่ก่อนไม่เคยทำเลยนะ แต่กลัวจากเที่ยวคนเดียวแล้ว กินซิสเลอร์คนเดียวสบายมาก มั่นใจมากขึ้น	เค้าว่า "กล้าดีเนอะ" ไม่แน่ใจ เหมือนกันว่าชมหรือเปล่า แต่ก็ขอบคุณ

	กล้าทำอะไรคนเดียวมากขึ้น อย่างดูหนัง ถ้าเราไปกับเพื่อนเราต้องดูตามเพื่อนใช่ไหม แต่เดี๋ยวนี้เราดูคนเดียวได้	
ปอ	รู้สึกภูมิใจที่เราทำได้ มีกำลังใจไปลุยในที่ที่ลำบากหรือที่ยากมากขึ้น	ออกแนวทิ้งๆ ค่ะเพราะเค้าไม่ค่อยเจอผู้หญิงไทยเที่ยวคนเดียวเท่าไร
ฉัตร	หลังจากกลับมาจากญี่ปุ่น รู้สึกภูมิใจในตัวเองมากเลยคะ ภูมิใจในที่นี่ไม่ได้ภูมิใจว่า เฮ้ย กูเก๋าอะ กูเจ๋ง อะไรแบบนั้นไม่ใช่เนอะ คือภูมิใจที่ว่า เฮ้ย กูไปอยู่คนเดียว ไปไหนคนเดียว ดิตสินใจคนเดียว กับที่ที่มันแตกต่างจากบ้านจากเมืองเราขนาดนั้นได้ไงวะ ก็อยู่ได้นี้หว่า หลงทุกวัน แต่พอคิดเรื่องราวที่ดีที่เราไปเจอ ก็จะรู้สึกภูมิใจ อะไรแบบนี้คะ	99% บอกว่าเราเปลี่ยนไปในทางที่ดี มองโลกง่ายขึ้น ผ่อนคลาย อีก 1% คือญาติผู้ใหญ่ที่เราเผลอไปแสดงความความคิดเห็นที่มันขัดแย้งกับเค้า เค้าก็เลยเอาการเที่ยวมาอ้างว่าทำให้เราเปลี่ยนไป ก้าวร้าวขึ้น
วี	ก็รู้สึกว่า เราทำได้ แล้วมันก็เป็นอิสระดี รู้สึกว่าไม่ต้องไปนั่งรอใคร ไม่ต้องตามแพลนใคร ปรับเปลี่ยนยังงี้ก็ได้	เพื่อนชอบบอกว่าเราดีสดี เป็นคนที่ทำอะไรคนเดียวได้ ตอนไปบาห์ลีก็จะบินข้ามไปลิอมบ็อก ไปปิ่นเขารินจानी ก็จะเริ่มมีคนแปลกใจแล้ว ว่าเป็นผู้หญิง มาปิ่นเขาคคนเดียวเนี่ยนะ
วุ้น	ทำให้เรากล้ามากขึ้น มั่นใจมากขึ้น เพราะเราเห็นแล้วว่า มันไม่ได้มีอะไรน่ากลัว ไม่เห็นต้องกลัว ไม่เห็นต้องแคร์ มันทำให้รู้ว่าศักยภาพของเรามีแค่ไหน ทำให้เราภูมิใจในตัวเองว่าเราอยู่ได้ด้วยตัวเอง มันเติมเต็มภายในของเรา	
ไข่เจียว	กลับจากเที่ยวคนเดียวแบบนี้ เราโตขึ้น	เฮ้ย ทำอะไรแบบนี้ด้วยหรอ ทำได้

	มองตัวเองแบบเออเราก็ทำได้นะ	ด้วยเหรอ เห็นเราเป็นผู้ใหญ่ขึ้น ครอบครัวเค้าก็จะแบบแค่ขอว่าไป เที่ยวได้แต่อย่าไปแบบเสี่ยงตาย แบบนั้นอีก แต่เค้าก็นับถือใจเราว่า เราก็สู้ขนาดไหน เพื่อนๆ คนอื่นๆ ก็จะแบบแค่ชมว่าเราเจ๋ง อะไร ประมาณนี้
พีก็้อย	สถานที่นี้ประทับใจอยู่แล้วเนาะ เพราะ มันสวยสมคำร่ำลือ แต่ที่ประทับใจ มากกว่าคือตัวเองคะ ประมาณว่า เออ ฉันก็แก้ปัญหาเฉพาะได้นี้เนาะ	ทำไมกล้าอะ น่ากลัว เก่งจริงๆ เป็น ฉันไม่กล้าไปหรอก ระวังนะจะโดน นั่นนู่นนี่ สรุบ ไม่สนใจคะ ถึงไม่ ชอบไปไหนกับใครงะคะ
เซอร์รี่	ถ้าคุณได้ลองทำแล้ว คุณจะรู้ตัวเองว่า คุณเป็นคนกล้าพอหรือเปล่า กล้าที่จะใช้ ชีวิต กล้าที่จะทำอะไรหลายๆ อย่าง มัน เป็นบททดสอบได้ การที่เราต้องเดินทาง อยู่คนเดียวในต่างประเทศ มันทำให้เรารู้ ว่าเราเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดีแค่ไหน กล้าพูดกล้าถาม หรือใฝ่รู้มากน้อยแค่ ไหน และทำให้เรารู้ว่าเราจะอยู่คนเดียว ได้มั๊ย	ตอนไปปรากฏคนเดียวนี้ พีที่เป็น GM เค้าก็บอกว่า เฮ้ย ไปได้ยังไง บ้ารึเปล่า ไม่กลัวเลยเหรอ เป็น ผู้หญิงด้วย เราก็บอกว่า ก็ไม่มีอะไร นี่พี
บาย	ก่อนเดินทางเราไม่ค่อยกล้าพูดกล้าคุย กับคนแปลกหน้าเท่าไร หลังจากเที่ยว คนเดียวเรากลับพูดกล้าตอบโต้มากขึ้น การบริหารจัดการเรื่องเงินและชีวิตดีขึ้น เพราะเราต้องหาทางบริหารให้สามารถ มีพอสำหรับการท่องเที่ยว และเป็นคนมี ความมั่นใจเพิ่มขึ้นมาก	เวลาไปเที่ยวคนเดียว คนจะบอกว่า กล้าจังเลย ถ้าเป็นเค้า เค้าไม่กล้า ทำหรอก
ยินดี	หลังจากเที่ยวคนเดียวทริปแรกสำเร็จ รู้สึกภูมิใจในตัวเองว่าเราทำได้ จากตอน แรกที่กลัว พอจบทริปมา เฮ้ย มันไม่ได้มี	โดยที่กบ้อยว่า ไปเที่ยวอีกแล้วเหรอ ทำไมหยุดบ้อยจัง แล้วก็มีคนถามว่า ไม่กลัวเหรอ ทำไมกล้าไปคนเดียว

	อะไรที่น่ากลัวสักหน่อย เราทำได้	เราก็บอกว่า จะกลัวอะไรในเมื่อเราก็ออยู่แล้วว่าตรงไหนโอเค ตรงไหนอันตราย
ปอนด์	พอไปเที่ยวกลับมาที่รู้สึกนะ ว่าระดับภาษาที่เราใช้ ถึงเราจะคิดว่ามันต่ำต้อย ต้อยค่า แต่เราก็เอาตัวรอดพอได้เหมือนกันนะ ก็มั่นใจตรงจุดนี้ขึ้นมาชนิดหนึ่ง	เวลาไปเที่ยวคนเดียวกลับมาเล่าให้ฟัง แฟนก็จะแตกตื่นว่า ที่รอดมาได้ไม่ใช่เพราะเก่งนะ เพราะว่าโชคดีต่างหาก สำหรับต่างชาติ ผู้หญิงเที่ยวคนเดียวนี้ปกติมากๆ แต่ถ้าเที่ยวเมืองไทยแล้วไปคนเดียว จะดูเป็นตัวประหลาดมาก ทั้งๆ ที่มันเป็นประเทศไทย
ไข่มุก	หลังจากเที่ยวคนเดียวครั้งแรกเสร็จสิ้น รู้สึกว่าชอบ ต้องมีอีกแน่ๆ	เพื่อนๆ อี๊งกันทุกคน ที่จะมาเที่ยวคนเดียว ไม่กลัวเหรอ จะสนุกเหรอ ไม่เหงาเหรอ คุณลุงที่เป็นไกด์ก็ตกใจเหมือนกันที่รู้ว่าเรามาเที่ยวคนเดียว เก่งจังเลย

การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ผ่านการประกอบสร้างขึ้นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่า โดยภาพรวมแล้ว ผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพังมุ่งเน้นที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่รักการผจญภัย รักอิสระและการออกไปเรียนรู้โลกกว้าง การได้เปิดมุมมองใหม่ๆ ให้กับตัวเอง เป็นผู้สลายตัวตนและความเชื่อเดิมๆ ของตัวเองทั้ง และมองสิ่งต่างๆ ด้วยสายตาใหม่ เช่น จากที่เคยให้ความสำคัญกับข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ว่าต้องเป็นของดีมีเยื่อ ก็ซื้อหาเครื่องใช้ที่สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ สินค้าแบรนด์เนมไม่ได้มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต ประสบการณ์และการเรียนรู้

ต่างหากที่มีค่ามากกว่า จากที่เคยเชื่อว่าชีวิตจะต้องลงเอยด้วยการแต่งงานมีครอบครัวจึงจะเป็นชีวิตที่สมบูรณ์ ก็เปลี่ยนแปลงไปเป็น คนเราควรดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง ช่วยเหลือตัวเองให้ได้มากที่สุด พึ่งพาผู้อื่นให้น้อยที่สุด ไม่ว่าจะมีคนอยู่ด้วยหรือไม่ก็ตาม เป็นต้น

อัตลักษณ์ที่สำคัญที่พบได้ในการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนก็คือ การเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวให้แก่ผู้อื่น ในการเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างมีความปรารถนาที่จะนำเสนอแนวคิดการใช้การท่องเที่ยวเป็นพิธีกรรมในการก้าวข้ามผ่านให้กับผู้อื่นได้ลองเข้าร่วม โดยอาศัยการนำเสนอประสบการณ์ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิดที่ตนเองได้รับจากการออกเดินทาง กลุ่มตัวอย่างอยากให้ผู้อื่นโดยเฉพาะผู้ติดตามสื่อที่เป็นผู้หญิง ได้มีวิธีหรือช่องทางที่จะหลุดพ้นจากกรอบปฏิบัติตามเพศภาวะเดิมที่สังคมกำหนดให้ กลุ่มตัวอย่างสวมบทบาทผู้นำให้เห็นว่า การออกนอกพื้นที่ส่วนตัวที่เคยเป็นสิ่งต้องห้ามหรือหวงห้ามสำหรับผู้หญิง แท้ที่จริงแล้วกลับเป็นหนทางสำคัญในการที่ผู้หญิงจะได้ค้นพบศักยภาพและความสามารถต่างๆ ในตัวเอง ทำให้ได้รู้ว่าผู้หญิงสามารถขัดขึ้นและต่อสู้กับบทบาทที่สังคมเป็นผู้กำหนดมาได้ คือไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นแต่เพียงผู้รับฟัง ผู้คอยรับคำสั่ง ผู้คอยปฏิบัติ

กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าการท่องเที่ยวด้วยตัวเองตามลำพัง เป็นหนทางที่ทำให้ผู้หญิงได้รู้จักตัวเองมากขึ้น ได้รู้ทักษะ ความรู้ ความสามารถที่ตัวเองอาจไม่เคยรู้ว่ามี ได้รู้ว่าตัวเองมีความเข้มแข็งอดทน และกล้าหาญมากกว่าที่คิด จึงปรารถนาที่จะเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงได้ลองออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังดูสักครั้ง ซึ่งสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจะปรากฏโพสต์ในลักษณะนี้ให้เห็นอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ระดับการสื่อสารที่พบ ผู้วิจัยพบว่า การประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่โดยการหลอมรวมตัวตนเดิมเข้ากับตัวตนใหม่ภายหลังการเดินทาง เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวเองเป็นสำคัญ ทั้งความรู้สึกภาคภูมิใจ รู้สึกถึงคุณค่าในตัวเอง ได้รู้สึกรับรู้และชื่นชมในความสามารถและศักยภาพของตัวเอง ซึ่งความรู้สึกทั้งหมดนี้ได้ส่งผ่านออกมาในการสื่อสารมวลชนผ่านทางสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่เป็นระยะ และยิ่งเมื่อออกเดินทางบ่อยครั้งขึ้น อัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่เต็มไปด้วยอิสระ มีความพึงพอใจ มั่นใจและรู้จักคุณค่าในตัวเองนี้ก็จะยิ่งเด่นชัดขึ้นเป็นลำดับ

3. ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

นอกเหนือไปจากปัจจัยด้านทุนเศรษฐกิจหรือรายได้ซึ่งจำเป็นต้องใช้เป็นงบประมาณในการเข้าสู่พื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยว และทุนทางวัฒนธรรมและความรู้ ซึ่งไม่ว่าจะได้มาจากการอ่านหนังสือ ค้นคว้าหาข้อมูล หรือทุนวัฒนธรรมที่ได้จากทักษะการทำงาน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างต้องมีเพื่อที่จะออกท่องเที่ยวตามลำพังได้ ผู้วิจัยยังได้พบว่า ยังมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ส่งผล

ต่อการตัดสินใจและศักยภาพในการท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ที่ทำให้ผู้หญิงสามารถค้นหาข้อมูลการเดินทางได้โดยสะดวก กว้างไกล ครอบคลุม และเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน แตกต่างยุคก่อนที่ต้องอาศัยเพียงหนังสือนำเที่ยว หรือพื้พาทบริษัทนำเที่ยว

ทุกวันนี้ผู้หญิงสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับทุกสิ่งทุกอย่างของจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวได้ ตั้งแต่แผนที่ โรงแรม ยานพาหนะ ร้านอาหาร ตารางเดินรถ ราคาสินค้า การซื้อแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต สัญญา wi-fi ไปจนถึงประโยค หรือคำพูดภาษาพื้นเมืองที่ควรรู้ไว้ในการสื่อสารในระดับง่าย ๆ

นอกจากนี้ การจองตั๋วโดยสารและที่พักได้ด้วยเทคโนโลยีออนไลน์ ก็ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเปรียบเทียบราคา และสามารถทำการจองและซื้อตั๋วโดยสาร รวมถึงจองที่พัก จองบัตรเข้าชมการแสดง จองตั๋วรถสำหรับเดินทางข้ามเมืองได้ด้วยตัวเอง ช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถออกแบบการท่องเที่ยวตามความต้องการของตัวเองได้ ในเวลาที่ตัวเองพึงพอใจ

ปัจจัยสำคัญประการสุดท้าย คือการแข่งขันกันของสายการบินต้นทุนต่ำ (low cost) ที่ขยายเส้นทางการบินออกไปอย่างกว้างไกล ครอบคลุมเส้นทางต่างๆ ทั่วโลก ทำให้การเดินทางทางอากาศที่เคยเป็นเรื่องหรูหราราคาแพงสำหรับผู้มีฐานะ ขยับลดสถานะลงมากกลายเป็นการเดินทางที่ใครๆ ก็สามารถเข้าถึงได้ และอำนวยความสะดวกให้การท่องเที่ยวตามประเทศตามลำพังของผู้หญิงมีความเป็นไปได้สูงขึ้นมาในยุคปัจจุบันนี้

4. การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

4.1 พฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ตัวบทจากสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยว เพื่อตอบคำถามวิจัยในข้อสองที่ว่า ‘ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีกระบวนการในการสื่อสารเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างไร’ จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังใช้สื่อออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลเน็ตเวิร์คอย่าง facebook ในแง่ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเอง โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ข้อที่สอดคล้องกับแรงจูงใจของ Bolan คือ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน (utility) ใช้เพื่อบันทึกเรื่องราวความทรงจำ (revisiting-memories) และใช้เพื่อแสดงอัตลักษณ์ (self-reflection and image-building)

นอกจากแรงจูงใจที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวบทที่ปรากฏในสื่อออนไลน์แล้ว ผู้วิจัยยังพบแรงจูงใจในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติ เพื่อประโยชน์ในการทำงาน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น เพื่อเปิดมุมมองใหม่ในการท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น เพื่อเป็นพื้นที่ในการเก็บภาพถ่าย เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารของชุมชนคนรักการท่องเที่ยว และแสดงความสำเร็จในฐานะผู้พิชิตการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้โซเชียลมีเดียอย่าง facebook และเว็บบอร์ดสาธารณะ pantip ในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยว มีจำนวนน้อยที่ใช้สื่อออนไลน์รูปแบบอื่นๆ อย่าง instagram blog wordpress และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อออนไลน์ในลักษณะของบุคคลสาธารณะ (public figure) ในการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ออกท่องเที่ยวบ่อยครั้ง และแยกสื่อออนไลน์ที่ใช้ในกิจธุระส่วนตัวออกจากสื่อออนไลน์ที่ใช้โพสต์เรื่องราวการท่องเที่ยว จนยกระดับขึ้นเป็นทูนั้ญลักษณ์ มีผู้รู้จักและสนใจติดตามจำนวนหลักพัน หลักหมื่นและหลักแสนคน

กลุ่มตัวอย่างโพสต์เรื่องราวการท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์โดยกระทำผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตซึ่งสามารถพกพาติดตัวไปได้โดยสะดวก และใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตจาก wifi ในโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร หรือสนามบิน มีจำนวนน้อยที่ซื้อซิมโทรศัพท์ท้องถิ่น (local sim) เพื่อใช้งาน และหากสถานที่ที่ไปท่องเที่ยวไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้บริการ ก็สามารถนำกลับมาโพสต์ภายหลังจากที่เดินทางกลับจากการท่องเที่ยวแล้วก็ได้

การโพสต์ลงสื่อออนไลน์บางครั้งจะทำซ้ำกันในสื่อออนไลน์ช่องทางอื่นด้วย เช่น โพสต์ลงใน facebook ส่วนตัวของตัวเองแล้ว ก็ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเล่าเรื่องใหม่ เพื่อนำไปโพสต์ลงในเว็บบอร์ด pantip อีกครั้ง โดยการโพสต์ใน facebook จะมีความระมัดระวังในการใช้ภาษาน้อยกว่า ความเป็นกันเองและสนุกสนานกว่า ในขณะที่การโพสต์ลงใน pantip นั้นจะระมัดระวังการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความเป็นส่วนตัวและมักเลือกรูปภาพที่ไม่เปิดเผยใบหน้า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์ทั้งก่อนออกเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งจะโพสต์เรื่องการหาข้อมูล การเตรียมตัวเพื่อเดินทาง การซื้อตั๋วโดยสาร จองที่พัก การจัดการกระเป๋า โพสต์ในระหว่างการเดินทาง ซึ่งเป็นการโพสต์ถึงเรื่องราวและสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเจอในแต่ละวันที่เดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำในแต่ละวัน การเดินทางจากสถานที่แห่งไหนไปยังแห่งไหน และสุดท้ายคือการโพสต์เมื่อการเดินทางท่องเที่ยวสิ้นสุดลง ซึ่งจะเป็นการสรุปภาพรวมการท่องเที่ยวในทริปนั้นทั้งหมด ความพอใจ ความประทับใจ ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ทีสนใจ ข้อควรระวัง และจัดรวบรวมภาพถ่ายของทริปนั้นเป็นอัลบั้มเพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำ

4.2 การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อตีความการสื่อสารอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ในส่วนของการโพสต์เพื่อนำเสนออัตลักษณ์นั้น ผู้วิจัยพบการสื่อสารอัตลักษณ์ในการโพสต์สื่อออนไลน์เกี่ยวกับเรื่องราวการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 14 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์ของความเป็นผู้มีทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม
2. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้สนใจในวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น
3. อัตลักษณ์ของความเป็นผู้เปิดกว้างในมิตรภาพ
4. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้พิชิตจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจลงได้
5. อัตลักษณ์ของการเป็นแรงบันดาลใจกับผู้อื่นให้ออกเดินทางท่องเที่ยว
6. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้มองดูผู้คนแม้จะต่างชาติ ต่างภาษาและวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียม
7. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและเอาตัวรอดได้
8. อัตลักษณ์ของการเป็นผู้เปิดใจกว้างและพร้อมที่จะเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ
9. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ชื่นชอบความจริงแท้แห่งการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทาง
10. อัตลักษณ์ของการความเป็นนักเดินทางแบบแบกเป้
11. อัตลักษณ์ของการความเป็นนักเดินทางที่เต็มไปด้วยความสุขและความทรงจำที่งดงาม
12. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ใช้การท่องเที่ยวเป็นการหลบหนีจากโลกของความเป็นจริง
13. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ถือประสบการณ์การท่องเที่ยวคือสิ่งล้ำค่าเหนือสิ่งอื่นใด
14. อัตลักษณ์ของการความเป็นผู้ที่มองว่าเพศและวัยไม่ใช่อุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ที่สื่อสารออกมาในสื่อออนไลน์ที่พบจากการวิเคราะห์ตัวบท ส่วนใหญ่แล้วมีความสอดคล้องกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งโดยรวมแล้วคืออัตลักษณ์การเป็นผู้หญิงนักเดินทาง ผู้รักอิสระ ชื่นชอบการออกไปเปิดโลกกว้างที่ทำให้ได้เรียนรู้ประสบการณ์และสิ่งใหม่ๆ และการท่องเที่ยวคือการใช้เวลาเพื่อความสุขและความพึงพอใจของตัวเอง เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจและความทรงจำที่ดี เป็นประสบการณ์ที่ล้ำค่าคุ้มกับค่าใช้จ่ายที่ได้เสียไป

การอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยโดยแบ่งประเด็นการอภิปรายออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง
2. การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
3. การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในสื่อออนไลน์

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จากข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จำนวนครั้งที่เดินทาง และประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 26 คน ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มตัวอย่างออกได้เป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งและเป็นระยะทางไกล (ยุโรป อเมริกา แอฟริกา) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกลแต่ไม่บ่อยครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศใกล้ๆ และเดินทางไม่บ่อยครั้ง

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกซึ่งมีอัตลักษณ์ของความเป็นนักเดินทางเด่นชัดที่สุด ด้วยเป็นผู้มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมาแล้วมากมาย เป็นผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีความห่างไกลจากประเทศไทย ได้แก่ประเทศที่อยู่ในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ และแอฟริกา อันเป็นจุดหมายปลายทางที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยเฉพาะค่าตั๋วเครื่องบินในราคาที่สูง และจุดหมายปลายทางบางแห่ง อาทิ ประเทศในยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา นั้น เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพสูงกว่าประเทศไทย อันหมายถึงงบประมาณด้านที่พักอาศัย การเดินทาง และการรับประทานอาหารนั้นก็มีความแพงด้วย นอกจากนี้แล้ว การเดินทางไปยังประเทศเหล่านี้ยังใช้ระยะเวลาหลายสัปดาห์กว่าจะไปถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนจะต้องมีความพร้อมทั้งทางด้านทุนทรัพย์และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่มากพอ

ไม่เพียงแต่เท่านั้น การเดินทางไปยังประเทศที่มีความแตกต่างทางด้านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่จากเดิมอย่างมากเหล่านี้ นักท่องเที่ยวยังต้องมีการขวนขวายหาข้อมูล เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมกับขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม เรียนรู้ภาษาท้องถิ่น และมีการค้นคว้าหาความรู้พื้นฐานต่างๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างราบรื่น อาจกล่าวได้ว่าเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีทั้งทุนเศรษฐกิจ และทุนความรู้ที่ถึงพร้อมเป็นพื้นฐาน

แต่ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในกลุ่มนี้ ไม่เพียงแต่จะชื่นชอบการเดินทางไปยังประเทศที่มีความห่างไกลเท่านั้น แต่ยังมีความถี่ในการเดินทางที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอื่นๆ โดย

แต่ละคนเคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้วไม่ต่ำกว่า 20 ทริปเดินทาง ซึ่งจัดว่ามากกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ ไอซ์ (เดินทางมาแล้วกว่า 60 ประเทศ) จี๊ป (เดินทางมาแล้ว 35 ทริป) ปอ (เดินทางมาแล้วกว่า 50 ประเทศ)

จากการพิจารณาข้อมูลส่วนตัวของทั้ง 3 พบว่า ไอซ์และปอเป็นผู้ผ่านประสบการณ์การศึกษาในต่างประเทศ มีความคุ้นเคยกับการเดินทางท่องเที่ยวในต่างแดนและสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว จี๊ป มีอาชีพแพทย์ ซึ่งก็มีความคุ้นเคยกับการใช้ภาษาอังกฤษในวิชาชีพอยู่แล้ว และทั้ง 3 คนมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณการเดินทางน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ด้วยจี๊ปมีอาชีพแพทย์ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนสูง ปอ เป็นศึกษาระดับปริญญาโทอยู่ในประเทศอังกฤษและมีรายได้พิเศษจากการทำ fanpage ท่องเที่ยว ในขณะที่ไอซ์มีอาชีพข้าราชการซึ่งมีความมั่นคงและไม่ต้องมีความกังวลเรื่องการเก็บออมหลังเกษียณ อีกทั้งมีอาชีพเสริมเป็นนักเขียน มีนวนิยายที่ได้รับการตีพิมพ์มากมาย จึงสามารถใช้จ่ายเงินกับการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มที่มีความชื่นชอบการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลนอกทวีปเอเชียเช่นกัน ได้แก่ ประเทศในยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ออสเตรเลีย มีจุดหมายปลายทางในทวีปเอเชียบ้าง แต่ความถี่ในการเดินทางไม่มากเท่ากลุ่มแรก โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 ทริปเดินทาง ได้แก่ วี (นิวซีแลนด์ ไอซ์แลนด์ อินโดนีเซีย สาธารณรัฐเช็ก ออสเตรีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย) ซาเดีย (อินเดีย เวียดนาม อียิปต์ ปากีสถาน ตุรกี โมร็อกโก เปรู ชิลี โบลิเวีย บราซิล อุซเบกิสถาน โรมาเนีย) หมอนก (จีน อิตาลี บราซิล เปรู พม่า เอกวาดอร์) ปาย (โปแลนด์ ตุรกี ออสเตรเลีย อเมริกา เนปาล กัมพูชา) แก้ว (ยุโรป อเมริกาใต้) ฝน (ยุโรป อาทิตาลี สเปน สาธารณรัฐเช็ก อังกฤษ ฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยพบว่า ผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังในกลุ่มนี้มีข้อจำกัดในการเดินทางในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากไม่ใช่เรื่องงบประมาณ ก็เป็นเรื่องของเวลาที่จะใช้ในการเดินทาง เนื่องด้วยเป็นผู้ทำงานประจำ หรือพนักงานบริษัท ซึ่งมีข้อจำกัดด้านวันลางาน และต้องใช้ระยะเวลาในการเก็บสะสมงบประมาณเพื่อใช้ในการเดินทางเป็นระยะเวลาค่อนข้างยาวนาน อาทิ การเดินทางไปยังอเมริกาใต้ของซาเดีย ต้องใช้เวลาเก็บเงินเป็นเวลาเกือบ 2 ปี เพราะเป็นเงินหลักแสน เป็นต้น ในบางปี กลุ่มตัวอย่างนี้จึงสลับสับเปลี่ยนจุดหมายปลายทางในการเดินทางเป็นประเทศในอาเซียนหรือเอเชียบ้าง เพราะใช้งบประมาณในการเดินทางไม่มากเท่ายุโรปหรืออเมริกา

และกลุ่มตัวอย่างสุดท้าย ซึ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวประเทศในอาเซียนและเอเชีย ที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่สูง และยังมีประสบการณ์การท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าเป็นเพราะเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้นการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ไม่นาน บ้างอายุยังน้อย ยังไม่มีรายได้มากพอที่จะเหลือเก็บเพื่อใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มที่มีอายุเกินกว่า 30 ปีนั้น เป็นเพราะเพิ่งเริ่มสนใจการออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยเพิ่งจะมีความพร้อมทางฐานะและเวลา

ด้วยประสบการณ์และงบประมาณที่ยังมีน้อยกว่ากลุ่มอื่น จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวจึงนิยมเลือกประเทศในภูมิภาคอาเซียนหรือประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน (ไม่เกิน 8 ชั่วโมง) เป็นประเทศที่มีค่าครองชีพในระดับที่ไม่สูงมาก พอที่กลุ่มตัวอย่างจะจ่ายไหว ไม่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมจนต้องเรียนรู้ หาข้อมูลเพื่อปรับตัวมากนัก และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลไม่น้อยก็คือเป็นประเทศที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ (low cost) ครอบคลุมถึง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเส้นทางและช่วงเวลาที่มีอัตราค่าโดยสารไม่สูงมาก ซึ่งจะช่วยประหยัดงบประมาณในการเดินทางให้ย่อมเยาลงได้อีกไม่น้อย บางครั้งก็มีการเดินทางไปยังประเทศในทวีปห่างไกลได้ ด้วยสามารถหาซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบินในราคาถูกจากโปรโมชั่นลดราคาของสายการบิน

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างบางคนจะไม่มีปัญหาเรื่องวันลาเพื่อออกเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากทำธุรกิจส่วนตัว หรือทำงานอาชีพอิสระ (freelance) แต่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวตามลำพังได้ไม่นานและมีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งของการเดินทางจึงยังน้อยกว่ากลุ่มอื่นอยู่มาก อาทิ ฟิลิปปินส์ (รัสเซีย ยุโรป ตุรกี กัมพูชา) พัด (สิงคโปร์ ฮองกง มาเก๊า อเมริกา) แองจี (ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง เชียงไฮ้) ปอนด์ (ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย) หมวย (ญี่ปุ่น นิวยอร์ก) ไข่มุก (เกาหลี) โบ (เกาหลี อินเดีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย) ยินดี (พม่า ลาว มาเลเซีย เวียดนาม) วุ่น (ลาว เวียดนาม บาห์ลี) ไข่มุก (เวียดนาม ลาว อินเดีย เนปาล อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย) ฉัตร (พม่า รัสเซีย ญี่ปุ่น) ปุก (ลาว ฮองกง) พีโอ (ลาว เวียดนาม เกาหลี) ป้าแป้ว (พม่า มาเลเซีย เวียดนาม ญี่ปุ่น)

ตารางที่ 6.3 การจัดกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

กลุ่มตัวอย่าง	ความพร้อมด้านงบประมาณ	ความพร้อมด้านเวลา
ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในยุโรปและอเมริกา และเดินทางบ่อยครั้ง	สูง	สูง
ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในยุโรปและอเมริกา แต่เดินทางไม่บ่อยครั้ง	ปานกลาง	สูง/ปานกลาง
ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในเอเชียและอาเซียน และเดินทางไม่บ่อยครั้ง	ต่ำ	สูง/ปานกลาง/ต่ำ

จากการจัดกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังทวีปห่างไกลอย่างยุโรป อเมริกา แอฟริกา นั้น มีปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวคือปัจจัยทางเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีงบประมาณการท่องเที่ยวสูง มีความคล่องตัวในการใช้จ่าย มีความสามารถในการแบ่งสรรเวลาเพื่อการท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มอื่น จึงทำให้สามารถเดินทางได้บ่อยครั้ง มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวไปยังประเทศที่ห่างไกลและไม่ใช่ที่นิยมของคนทั่วไปเหล่านี้ ก็จำเป็นต้องอาศัยความรู้ ศักยภาพด้านการใช้ภาษา ความเข้าใจในวัฒนธรรมต่างถิ่นสูงกว่าการเดินทางไปในประเทศยอดนิยมโดยทั่วไป

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเน้นประเทศใกล้เคียงในอาเซียน และเคยมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาเพียงไม่กี่ครั้ง เกิดจากปัจจัยด้านงบประมาณการท่องเที่ยวที่มีน้อย สาเหตุอาจเกิดได้จากทั้งอายุที่ยังน้อย ทำงานมาเพียงไม่นาน อาชีพการงานไม่ได้มีค่าตอบแทนสูงมาก หรือหากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุเกินกว่า 30 ปี ก็อาจเกิดจากการเพิ่งหลุดพ้นจากภาระการดูแลครอบครัว การส่งเสียน้องเรียน หรือดูแลพ่อแม่ ทำให้เพิ่งมีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงสามารถตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ จึงมีปัจจัยด้านทุนเศรษฐกิจเป็นตัวแปรสำคัญอันดับแรก เพราะหากไม่มีงบประมาณแล้ว การเดินทางก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ปัจจัยลำดับต่อมาคือทุนทางวัฒนธรรม ความรู้ ความสนใจในการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง ความสามารถด้านทักษะภาษาอังกฤษ ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส และอาชีพนั้น เป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อผลกระทบน้อยมากจนถึงไม่มีผลกระทบเลย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ในงานวิจัยนี้ ได้แบ่งมองการใช้พื้นที่การท่องเที่ยวของผู้หญิงออกเป็นสองแง่มุม ในแง่มุมหนึ่ง การเดินทางท่องเที่ยวคือการใช้เวลาว่างของผู้หญิงที่เป็นชนชั้นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ทุกคนล้วนแล้วแต่มีคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นชนชั้นกลางจนถึงชนชั้นกลางระดับสูง เป็นผู้มีการศึกษาที่ดี มีอาชีพและรายได้ที่เพียงพอที่จะใช้เป็นงบประมาณในการท่องเที่ยวต่างประเทศ และเป็นผู้มีเวลาว่างที่ใช้เวลาว่างที่ใช้เวลาว่างเหล่านั้นไปกับการหลบหนี (escape) ภารกิจและชีวิตประจำวันอันน่าเบื่อหน่ายและซ้ำซากจำเจ ไปกับการพักผ่อนหย่อนใจ แสวงหาความสุขและความพึงพอใจ ก่อนที่จะกลับคืนสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตเดิมๆ

แต่ในอีกแง่มุมหนึ่ง มองว่าผู้หญิงก็เป็นผู้ประสบปัญหา การเผชิญหน้ากับวิกฤติอัตลักษณ์ (identity crisis) หรือการค้นหาตัวเองไม่พบ ไม่รู้ตัวเองคือใคร ไม่มั่นใจในความสามารถของตัวเอง และไม่รู้ว่าจะวางตัวเองอยู่ในสถานะไหน เพราะในขณะที่สังคมเรียกร้องความสามารถในการทำงาน

การใช้ความรู้ ความมั่นใจในการจัดการกับภาระงานและแก้ปัญหาต่างๆ ที่พบเจอ สังคมก็ยังคงเรียกร้องจากผู้หญิงโดยการใช้อำนาจในการกำหนดกรอบวาทกรรมและอุดมการณ์ ว่าคุณค่าของผู้หญิงอยู่ที่ความเป็นแม่ ความเป็นภรรยาที่ดี ต้องเป็นผู้มีความสามารถในการดูแลครอบครัวให้อบอุ่น และมีความสุข ความขัดแย้งระหว่างสิ่งที่สังคมเรียกร้องและสิ่งที่ผู้หญิงต้องการจะเป็น ก่อให้เกิดความรู้สึกไร้คุณค่า ปราศจากความหมาย และไม่รู้ว่าตัวเองเป็นใคร (Friedman, H. & Miriam W. Schustack, 1999 อ้างถึงในภิญญา : 2546)

พื้นที่การท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่ผู้หญิงได้ออกไปสู่พื้นที่สาธารณะ เป็นพื้นที่ที่ทำหน้าที่ในการสร้างโลกใหม่ของผู้หญิง และไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมที่ทำให้เราได้ออกไปลองค้นหาสิ่งแปลกใหม่ๆ ในโลกข้างนอกเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่ทำให้เราได้ย้อนกลับมาดูข้างในตัวเราเองหลังจากการออกไปแสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ มาแล้ว การออกไปนอกพื้นที่บ้านเป็นช่วงเวลาของผู้หญิงได้อยู่ห่างไกลจากการถูกกดทับของอำนาจต่างๆ ผู้หญิงได้รับอิสรภาพ ได้มีโอกาสทำตามอำเภอใจของตัวเอง ได้เป็นผู้ตัดสินใจ เป็นผู้เลือก เป็นผู้แก้ปัญหา ได้ลองทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ ได้รีเซ็ตทัศนคติต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวเองออกมาลองใช้

และเมื่อได้ค้นพบตัวตนใหม่ที่มีความพึงพอใจ ผู้หญิงก็ใช้อำนาจในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่ตัวเองมีเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้าง (Construct) รักษา (Maintain) และต่อรอง (Negotiate) อัตลักษณ์ให้กับสังคมและคนรอบข้างได้รับรู้

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงแบบใหม่ ที่เกิดจากการผสมรวมตัวตนเดิมก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว และตัวตนใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงในงานวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับออกเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงของ William L. Obenour ซึ่งงานวิจัยเรื่อง *The "Journeys" of Independence For Female Backpackers* (2005) ได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้หญิงที่ออกเดินทางท่องเที่ยวแบบแบกเป้ตามลำพังจำนวน 27 คน และพบว่า ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ผู้หญิงสามารถปลดปล่อยตัวเองและเอาชนะความกลัวของการเดินทางตามลำพังได้ และได้พบการได้ค้นพบอัตถิภาวนิยม (Existentialism) อย่างจริงแท้ของตัวเองผ่านการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาตัวเองเพียงลำพัง

การเดินทางท่องเที่ยวยังเปิดพื้นที่ที่ทำให้ผู้หญิงมีโอกาสได้รีเซ็ตเอาความรู้ สติปัญญา ไหวพริบ ที่ตัวเองอาจไม่เคยรู้ว่ามียู่ออกมาใช้ หลายคนค้นพบว่าตัวเองสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีกว่าที่คิด สามารถเรียกความเชื่อมั่นในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลแปลกหน้าต่างชาติต่างภาษาออกมาได้ ทั้งที่ก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวไม่เคยกล้าที่จะทำ มีโอกาสได้นำทักษะในการใช้เหตุผลออกมาใช้ในการเจรจาต่อรองต่างๆ ตั้งแต่การต่อรองราคาที่พัก ยานพาหนะหรือแพ็คเกจจอยเที่ยว ต้องคิดอ่านเพื่อให้รู้เท่าทันเมื่อถูกใช้เล่ห์เหลี่ยมเอาเปรียบ และหาวิธีที่จะตอบโต้หรือยอม

เพื่อให้การเดินทางดำเนินต่อไปได้โดยไม่เป็นฝ่ายเสียเปรียบ และเมื่อเกิดเหตุไม่คาดฝัน ผู้หญิงก็ได้พบว่าตัวเองมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีกว่าที่คิด จากที่เคยทอดท้อทระเรื่องนี้ให้กับผู้อื่น

การลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำ กิจกรรมต่างๆ ที่ผู้หญิงเลือกทำในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เช่น การปีนเขา การเดินป่า การดำน้ำ ขี่ม้า เป็นสิ่งที่ช่วยขยายพื้นที่แห่งความสบายใจ (comfort zone) ของผู้หญิงให้กว้างออกไป ช่วยเปิดโลก ขยายมุมมองต่อสิ่งต่างๆ ช่วยให้เป็นผู้ที่ไม่มีความคิดคับแคบอย่างที่เคยเป็นมา ช่วยให้ผู้หญิงได้ค้นพบศักยภาพด้านร่างกาย ว่าตัวเองแข็งแรงและมีความทรหดอดทนกว่าที่เคยคิด ได้ค้นพบความกล้าหาญและเข้มแข็งทางจิตใจ ว่าหากมุ่งมั่นและอดทนที่จะทำแล้ว ผู้หญิงก็มีความเด็ดเดี่ยวสามารถบากบั่นฟันฝ่าไปจนถึงจุดหมายที่ตั้งใจเอาไว้ได้ไม่ว่าจะยากเย็นเพียงใด กลุ่มตัวอย่างหลายคนที่ได้ค้นพบศักยภาพเหล่านี้ในตัวเองภายหลังจากพิชิตยอดเขาสูง เดินป่าเป็นระยะทางหลายวันหลายคืน หรือเดินย่ำหิมะเหน็บหนาวเพื่อฝ่าไปยังเบสต์แคมป์ที่ขึ้นชื่อว่าเข้าถึงยากเย็นจนสำเร็จได้ในที่สุด

ประสบการณ์การท่องเที่ยวเหล่านี้ นอกจากจะทำให้ผู้หญิงค้นพบตัวตนที่ไม่เคยรู้มาก่อนของตัวเองแล้ว ยังทำให้ผู้หญิงสลายตัวตนเดิมบางส่วนที่เคยยึดถือของตัวเองลง แล้วนำตัวตนเดิมบางส่วนที่คงเหลือ ประกอบสร้างร่วมกับตัวตนใหม่ที่ได้พบในการเดินทางท่องเที่ยว ออกมาเป็นอัตลักษณ์ใหม่ที่ตัวเองพึงพอใจที่จะนำเสนอให้สังคมได้รับรู้มากยิ่งขึ้น

ในขณะที่งานวิจัยเรื่อง Meaningful travel: women, independent travel and the search for self and meaning. (2006) โดย Wilson E. และ Harris C. ที่ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ผู้หญิงนักเดินทางเพื่อสอบถามถึงลักษณะของ “การท่องเที่ยวที่มีความหมาย” (meaningful travel) สำหรับพวกเธอ ผลการวิจัยที่ออกมาก็มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับข้อสรุปของผู้วิจัยที่ว่า สำหรับผู้หญิงแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีความหมายมากกว่าแค่การเดินทางไปยังสถานที่หนึ่ง แต่การท่องเที่ยวนั้นช่วยในการค้นหาตัวตนและอัตลักษณ์ ช่วยสร้างพลังให้กับตัวเอง และช่วยในการสร้างความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ รอบตัวได้

งานวิจัยของ Wilson E. และ Harris C. และงานวิจัยนี้มีผลสรุปที่สอดคล้องกันอย่างชัดเจนในประเด็นที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นพื้นที่สำคัญที่ผู้หญิงใช้ออกไปเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของตัวเอง ช่วยในการค้นพบศักยภาพที่ตัวเองไม่รู้ว่ามีอยู่ และการสื่อสารอัตลักษณ์จากประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์นั้น ก็เป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์และรับรู้ตัวตนของกลุ่มตัวอย่างแก่คนในสังคม เนื่องจากการโพสต์เรื่องราวการท่องเที่ยวลงในสื่อออนไลน์นั้น ก็เพื่อให้ผู้อื่นได้อ่าน ได้รับรู้ตัวตนที่กลุ่มตัวอย่างต้องการนำเสนอ และเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการสื่อสารปฏิสัมพันธ์กัน ไปจนถึงการ

รวมตัวกันจนกลายเป็นชุมชนของผู้ที่มีอัตลักษณ์ความเป็นนักเดินทางเหมือนกัน (Erica Wilson and Candice Harris, 2006)

ในขณะทำงานวิจัยของ Fiona Jordana & Cara Aitchisonb ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อำนาจในการหาประโยชน์ทางเพศจากผู้หญิง (sexualisation) ในฐานะวัตถุที่ถูกจ้องมองโดยผู้ชาย ซึ่งเกิดกับผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผู้วิจัยกลับพบข้อมูลการถูกใช้อำนาจด้วยสายตาของผู้ชายในการมองผู้หญิงว่าเป็น ‘วัตถุ’ ในกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยของตัวเองน้อยมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แทบไม่มีใครกล่าวถึงประสบการณ์ในแง่ดีเลย แต่กลับพบการถูกใช้อำนาจในฐานะชนชาติที่ด้อยกว่าและการถูกมองเป็นภาพเหมารวม (stereotype) ของผู้หญิงไทย ที่จะถูกชาติตะวันตกมองอย่างดูถูกหรือด้วยวิธีการใช้คำพูดที่สื่อถึงการถูกกดให้ด้อยกว่า เช่น เธอมาจากประเทศที่เวลาไปเที่ยวที่ไหนก็ต้องขอวีซ่า หรือ do you massage? ซึ่งสื่อให้เห็นว่า นักเดินทางผู้หญิงไทย ถูกใช้อำนาจในลักษณะของการถูกมองเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นประเทศที่ผู้หญิงมีชื่อในด้านการขายบริการ ซึ่งเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่นำทำการศึกษาวิจัยต่อยอดออกไป

3. การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในสื่อออนไลน์

อัตลักษณ์ของผู้หญิงที่ได้รับการสื่อสารออกไปในสื่อออนไลน์นั้น เป็นอัตลักษณ์ที่เป็นผลมาจากการประกอบสร้างตัวตนใหม่เมื่อเดินทางกลับมาจากการท่องเที่ยวแล้ว อันเป็นระยะที่นักมนุษยวิทยาเรียกว่า การกลับมารวมกันอีกครั้ง (re-aggregation) ที่นักเดินทางจะรวมเอาสถานะใหม่ของตัวเองเข้าไปผนวกรวมกับตัวตนเดิม ซึ่งจะนำนักเดินทางไปสู่สถานะใหม่หรือตัวตนใหม่ที่เกิดขึ้นแทนตัวตนเดิมหลัง การเปลี่ยนตัวตนนี้เองที่ทำให้การท่องเที่ยวได้รับการกล่าวถึงในฐานะ rites of passage ประเภทหนึ่ง (Cohen, 1985) ผู้หญิงที่ผ่านพิธีกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังตามลำพังแล้ว ก็ได้นำเอาสถานะใหม่ที่ค้นพบจากกิจกรรมการเดินทาง มาผนวกรวมเข้ากับตัวตนผู้หญิงเดิมของตัวเอง จนได้ออกมาเป็นอัตลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกนำเสนอในสื่อออนไลน์เมื่อกลุ่มตัวอย่างบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของพวกเขา

โดยผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแต่ละคน ก็จะมีอัตลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับตัวตนเดิมที่เป็น เช่น จากผู้สูงอายุ ก็กลายเป็นผู้ที่มองว่าเพศและวัยไม่ใช่อุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว จากผู้ที่เคยคิดว่าตัวเองเป็นคนขี้กลัว ไม่มีความมั่นใจในตัวเอง ก็กลายเป็นผู้มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและเอาตัวรอดได้ จากผู้ที่เคยให้ความสำคัญกับวัตถุ การได้ครอบครองสิ่งของมีค่าราคาแพง ก็กลายเป็นผู้ที่ถือประสบการณ์การท่องเที่ยวคือสิ่งล้ำค่าเหนือสิ่งอื่นใด แต่โดยรวมแล้ว ‘ผู้หญิงเที่ยวคนเดียว’ มองเห็นตัวเองว่า เป็นผู้มีความอิสระ กล้าหาญ

สนุกสนาน และมีความสุขกับชีวิต ซึ่งตัวตนเหล่านี้สะท้อนออกมาให้เห็นอยู่ในทุกภาพและคำบรรยาย ที่กลุ่มตัวอย่างนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นการกระทำอย่างสม่ำเสมอ ทั้งก่อน ระหว่างและ ภายหลังการเดินทาง เพื่อเน้นย้ำอัตลักษณ์ของการเป็นผู้หญิงนักเดินทาง ให้กลายเป็นอัตลักษณ์ทาง สังคมที่ผู้อื่นรับรู้อย่างชัดเจน

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูล จะสามารถทำได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นหากผู้วิจัยมี โอกาสได้ทำการการวิเคราะห์ตัวบทในสื่อออนไลน์ก่อนการสัมภาษณ์ แต่ในการเก็บข้อมูลจริงนั้น ผู้วิจัยจะต้องทำการพูดคุย ซักถาม สัมภาษณ์จนเกิดความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเสียก่อน จึงจะสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายได้ จึงทำให้ต้องมีการย้อนกลับ ไปซักถามซ้ำในบางประเด็นที่เพิ่งค้นพบในสื่อออนไลน์ ทำให้ไม่เกิดความต่อเนื่องในการเก็บข้อมูล

2. กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ห่างไกลในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ทำให้ต้องทำการสัมภาษณ์ ผ่านช่องทางการสื่อสารด้วยการแชท (chat) ซึ่งทำให้สูญเสียความเที่ยงตรงในการเก็บข้อมูล (validity) เนื่องจากไม่สามารถมองเห็นสีหน้าท่าทางและอากัปกริยาต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม ตัวอย่างมีเวลาหยุดคิดและไตร่ตรองค่อนข้างมากก่อนที่จะตอบคำถาม และยังพบอุปสรรคปัญหาเรื่อง เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร รวมถึงการเวลาเวลาที่เหมาะสมในการสัมภาษณ์ระหว่างผู้วิจัยและ กลุ่มตัวอย่างได้ค่อนข้างลำบากหากเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ

3. การติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอสัมภาษณ์ เนื่องด้วยผู้วิจัยค้นพบกลุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยเป็นการค้นกลุ่มตัวอย่างจากรีวิวการท่องเที่ยวในห้อง กระดานสนทนาสาธารณะหรือค้นหาจากในเครือข่าย facebook จากนั้นจึงทำการส่งข้อความติดต่อ ไปเพื่อขอสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่บอกปฏิเสธไม่ขอให้สัมภาษณ์เนื่องจากเกิดความไม่ ไว้วางใจ ที่ได้รับการติดต่อไปอย่างไม่มีที่มาที่ไปและไม่มีบุคคลอ้างอิง จำนวนหนึ่งกลัวว่าจะเป็น การหลอกลวงของมิฉฉาชีพ และอีกจำนวนหนึ่งเข้าใจว่ากำลังถูกล่อลวงจากธุรกิจขายตรง ผู้วิจัยต้องใช้ เอกสารอ้างอิงจากมหาวิทยาลัยและการอธิบายที่ชัดเจนจนเกิดความไว้วางใจ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เป็นเพียง ส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของชุมชนผู้หญิงที่ออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังซึ่งมีอยู่จำนวนมาก ทำให้ยังไม่ สามารถสะท้อนอัตลักษณ์กลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ดีพอ ด้วยผู้วิจัยเชื่อว่าผู้หญิงที่ เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังน่าจะยังมีทั้งประสบการณ์การท่องเที่ยวและการสื่อสารอัตลักษณ์ที่

แตกต่างกันหลากหลายมากมายกว่านี้ จากการอ้างอิงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวทั้งสายการบินและผู้ให้บริการโรงแรมที่พัก ซึ่งระบุว่าในแต่ละปีมีจำนวนผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี หากได้มีการขยายกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยออกไปให้มีจำนวนมากขึ้นและมีความครอบคลุมเพิ่มขึ้น น่าจะทำให้มีการค้นพบอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังที่ชัดเจนและสะท้อนภาพความเป็นจริงได้ดียิ่งกว่า

2. งานวิจัยเกี่ยวกับผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านอื่นอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งสายการบิน โรงแรมที่พัก ผู้ให้บริการพาหนะ ผู้ให้บริการนำเที่ยว ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ที่น่าจะให้ความสำคัญในการศึกษาวิจัยถึงศักยภาพในการให้บริการแก่ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีลักษณะของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังไม่ได้ให้ความสนใจ ซึ่งสวนทางกับการเติบโตของยอดตัวเลขผู้หญิงที่สนใจการออกเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

3. การวิเคราะห์ตัวบทในงานวิจัยนี้เป็นไปเพียงเพื่อที่จะพิจารณาความสอดคล้องระหว่างการศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง และการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวด้วยภาพและคำบรรยายในสื่อออนไลน์แต่พอสังเขป ไม่ได้ทำการวิเคราะห์ในเชิงสัญญาอย่างลึกซึ้ง ซึ่งหากมีการวิจัยที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ตัวบทด้วยกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญ น่าจะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้เป็นอย่างดี

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- เศรษฐพงษ์ ต๊ะลิสุวรรณ. (2551). นวัตกรรมโทรคมนาคมและการสื่อสารเปลี่ยนวิถีโลก. วารสาร กทช (8), 13 – 18.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). ที่บ้าน /ที่สาธารณะ สตรีศึกษา : ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). เรื่องสื่อสาร - การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ ภาพพิมพ์.
- กุลวรา ชูพงศ์ไพโรจน์. (2541). การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในเพลงไทยลูกทุ่ง. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จิรัฏฐ์ ศุภการ. (2545). การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง.
http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/data/Identity28_3_05.pdf
- ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. (2549). เมื่อผู้หญิงคิดจะมีหนวด : การต่อสู้ "ความจริง" ของเรื่องเพศในสภาผู้แทนราษฎร = *Truth about sex : a public debate on sex in the house of representative*. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์คบไฟ.
- ชาย โปธิสิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พ. 3 Ed.). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ฉวีวิทย์ สิบบุญเรือง. (2557). พื้นที่ทับซ้อน ความเป็นส่วนตัว ความเป็นสาธารณะ ในที่พักนักเดินทางแบบเป้ (pp. Design Network Asean).
- นงเยาว์ เนาวรัตน์. (2556). การศึกษาในมุมมองสตรีนิยม.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อเดียนส์โตร์.
- นิลฉวี หนูพินิจ. (2551). ภาพยนตร์ไทยกับการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ระวีแก้วสุกใส และชัยรัตน์จุสโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*(5(4)), 195 – 205.

- วนิษา แก้วสุข. (2558). การศึกษาการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริจาค กรณีศึกษา มูลนิธิเพื่อสุนัขที่ไร้ ปี 2557. (การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วันทนี วาสิกะสิน. (2543). สังคมสงเคราะห์แนวสตรีนิยม : ทฤษฎีและการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิมพ์ลักษณ์.
- วารุณี ภูริสินสิทธิ์. (2545). สตรีนิยม : ขบวนการและแนวความคิดทางสังคมแห่งศตวรรษที่ 20 (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คบไฟ.
- ศิรินาถ ปิ่นทองพันธ์. (2546). การรับรู้และการสื่อสารในการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาวใต้ของนักศึกษาภาคใต้ในกรุงเทพมหานคร. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศุภลักษณ์ อังครางกูร. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- สมเกียรติ วันทะนะ. (2544). อุดมการณ์ทางการเมืองร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: โครงการปริญญาโทสาขารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สันต์ สุวัจนราภินันท์. (2550). Different Feminist Theories:
 ในความต่างของทฤษฎีสตรีนิยมทั้ง ๔. มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน.
- สุเทพ สุนทรเกษม. (2540). ทฤษฎีสังคมวิทยาการเมืองร่วมสมัย พื้นฐานแนวความคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยาและวัฒนธรรม. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์โกลบอลวิชั่น.
- สุชีลา ตันชัยนันท์. (2540). ทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีศึกษา นนทบุรี: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดิสา วงศ์ลักษณะพันธ์. (2542). การเล่าเรื่องในข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ไทย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด = *Identity*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

English

- Betty Friedan. (1963). *The Feminine Mystique* New York: W.W. Norton.
- Bolar, K. P. (2009). Motives Behind the Use of Social Networking Sites: An Empirical Study. *ICFAI Journal of Management Research*, 8(1), 75.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience. *Sociology*.
- Erica Wilson and Candice Harris. (2006). Meaningful travel: women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism*, 54(2), 161-172.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE.
- Littlejohn W. & Foss A. (2008). *Theories of human communication*. Belmont, California: Thomson/Wadsworth.
- Mathieson A. & Wall G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Harlow, UK: Longman.
- Munt, I. (1994). The 'other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes. *Theory, Culture and Society*(11), 101–123.
- Olson, E. T. (1999). *The Human Animal: Personal Identity Without Psychology*. Cambridge Churchill College.
- Plog, S. C. (1977). 'Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?' (e. E. Kelly Ed.): Institute of Certified Travel Agents.
- Ritzer, G. (2007). *The Globalization of Nothing* SAGE.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism Promotion*. London: Tourism International.
- . Shaping the future of travel in Asia Pacific : The big FOUR travel effects. (2013): Amadeus.
- Solomon, M. R. (1983). The Role of Products as Social Stimuli: A Symbolic Interaction Perspective. *Journal of Consumer Research*(10), 319-329.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. London: Routledge.
- ออนไลน์
- Bond, M. (2013). Women Travel Statistics and Women Travel Trends. from <http://gutsytraveler.com/> <http://gutsytraveler.com/women-travel-statistics-women-travel-trends/>

Dailymail. (2015). Are you a backpacker or a 'flashpacker'?

http://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-2893401/Are-backpacker-flashpacker-Research-suggests-adventure-seekers-prefer-little-bit-extra-comfort.html

แองจี้. (20 เมษายน 2559).

อะตอม. (10 มกราคม 2558

). แฟลชแพ็กกิ้ง" vs "แบ็กแพ็กกิ้ง. from bangkokbiznews.com

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/627444>

สัมภาษณ์

เชอริ. (10 กุมภาพันธ์ 2559).

แก้ว. (3 ธันวาคม 2558).

โบ. (15 เมษายน 2559).

โบ เบอร์เกอร์สัน. (14 ธันวาคม 2558).

ไช้เจียว. (7 กุมภาพันธ์ 2559).

ไช้มุก. (20 มีนาคม 2559).

ไอซ์. (11 พฤศจิกายน 2558).

จ๊อบ. (13 ธันวาคม 2558).

ฉัตร. (4 กุมภาพันธ์ 2558).

ซาเดีย. (20 พฤศจิกายน 2558).

ปอ. (16 ธันวาคม 2558).

ปอนด์. (24 กุมภาพันธ์ 2559).

ป้าแป้ว. (1 ธันวาคม 2558).

ปาย. (9 กุมภาพันธ์ 2559).

ปูก. (6 กุมภาพันธ์ 2559).

พัต. (26 พฤศจิกายน 2558).

พีโอ. (2 ธันวาคม 2558).

พีก็้อย. (8 กุมภาพันธ์ 2559).

พีท้อ. (22 พฤศจิกายน 2558).

พีฝน. (28 กุมภาพันธ์ 2559).

ยินดี. (17 กุมภาพันธ์ 2559).



วี. (9 ธันวาคม 2558).

วุ้น. (3 ธันวาคม 2558).

หมวย. (9 มีนาคม 2559).

หมอนก. (9 กุมภาพันธ์ 2559).



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวดวงทอง สรประเสริฐ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี วารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุ-โทรทัศน์ จากคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

และจบการศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาเอกที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้รับทุนในการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช”

ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำอยู่ที่ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

