เอเชียทีค: ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านทันสมัย

Asiatique: Cultural Capital and Establishment of the Tourist Attraction in a Modern Area

(Received: Feb 28, 2019 Revised: Oct 15, 2019 Accepted: Nov 27, 2019)

ธวรรณเทพ มงคลศิริ[1]
Tawanthep Mongkolsiri
ฐนธัช กองทอง[2]
Thanathut Kongthong

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีคิดในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ย่านเจริญกรุง ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” มีลักษณะการนำเสนอเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ “เอเชียทีค” ยังมีการนำเสนอความเป็นไทยในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งยังมีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งบริบทสำคัญที่ทำให้เกิดวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว คือ บริบทโลกาภิวัตน์ บริบททุนนิยมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำสำคัญ: เอเชียทีค ทุนวัฒนธรรม พื้นที่ย่านทันสมัย

---

[1]นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2]อาจารย์ประจำ สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

This study aimed to examine the thinking behind the formation of the Asiatique tourist venue in New Road, according to the "creative folklore" theory. The study found that the idea of giving birth to the Asiatique tourist venue highlights stories of the history of the area to appeal to the hearts of tourists. Besides, Asiatique seeks to present "Thai-ness" in various ways, as well as using elements of folklore to reconstruct traditions as saleable experiences. The important contexts giving rise to the cultural tourism mentioned above are the globalization context, capitalism, and economic innovation. From this study, we may conclude that the thinking behind cultural innovation is to draw from folklore and historical narratives and to adapt them to the new objectives consistent with present-day society.

Keywords: Asiatique, Creative folklore, Place

บทนำ

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) พระองค์มีพระราชดำริให้สร้างถนน ถนนเจริญกรุง ขึ้นเป็นถนนสายแรกที่ใช้เทคนิคการสร้างแบบตะวันตก พื้นที่ย่านเจริญกรุงในช่วงเวลานั้นเป็นพื้นที่ทันสมัย มีชาวต่างชาติเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในย่านนี้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้มีการสร้างท่าเรือเพื่อส่งสินค้าของบริษัท "อีสต์เอเชียติค" ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับการส่งออกไม้สักไปขายที่ต่างประเทศ และส่งสินค้า โดยมี Mr. Hans Nille Anderson สัญชาติเดนมาร์ก เป็นเจ้าของบริษัท ท่าเรือแห่งนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดประตูการค้าสากลระหว่างสยามกับยุโรป ต่อมาบริเวณถนนเจริญกรุงมีบริษัท ห้างร้าน อู่ต่อเรือ โรงสีขาว และโรงแรมจำนวนมาก ปัจจุบันพื้นที่นี้ได้พัฒนาให้เป็นสถานท่องเที่ยว

ชื่อ “ASIATIQUE The Riverfront (เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์)” เป็นสถานที่ที่เป็น “สัญลักษณ์” แห่งใหม่ของกรุงเทพมหานครริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่ใหญ่ที่สุด

จากการเก็บข้อมูลพบว่า “เอเชียทีค” มีวิธีคิดในการสร้างพื้นที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอความเป็นไทยผ่านทุนทางวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก ประเด็นดังกล่าวนำไปสู่คำถามในการศึกษาว่า “เอเชียทีค” มีวิธีคิดในการสร้างพื้นที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร มีการนำเสนอความเป็นไทยและมีการผลิตซ้ำทุนทางวัฒนธรรมประเภทใดบ้าง และทุนทางวัฒนธรรมที่ได้รับการนำเสนอเหล่านั้นมีการดัดแปลงหรือมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมเพื่อให้สอดรับกับบริบทโลกาภิวัตน์อย่างไร บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีคิดในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ย่านเจริญกรุง

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาข้อมูลพื้นที่ในย่านทันสมัยถนนเจริญกรุง “เอเชียทีค” ซึ่งมีการพัฒนามาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์อย่างทันสมัยในปัจจุบัน

1. เจริญกรุง: การพัฒนาไปสู่พื้นที่ย่านทันสมัย

ปัจจุบันพื้นที่ย่านเจริญกรุงมีการรื้อฟื้นเรื่องราวความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ เช่น เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ การสถาปนาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำพื้นที่ ร่องรอยทางสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมฝาผนังมาเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปัจจุบันย่านพื้นที่บริเวณถนนเจริญกรุงมีการปรับภูมิทัศน์ให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการทำธุรกิจต่าง ๆ

นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันย่านเจริญกรุง เป็นเส้นทางสัญจรทางบกที่ยาวคู่ขนานกับแม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ย่านเจริญกรุงยังเป็นถนนการค้า เนื่องจากพื้นที่นี้มีท่าเรือของชาวต่างชาติที่เข้ามาค้าขายในประเทศไทย โดยเฉพาะชาวตะวันตก

และชาวจีน ทำให้มีสินค้ามากมายเข้ามาขายในประเทศไทย อีกทั้งชาวต่างชาติก็เข้ามามีบทบาทในพื้นที่นี้จำนวนมาก มีทั้งที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานอาศัย และบ้างก็เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่ ทำให้ถนนเจริญกรุงเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

การก้าวเข้าสู่การเป็นย่านแห่งความทันสมัย ส่งผลให้คนในชุมชนจะต้องปรับภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมรอบข้าง รวมถึงที่อยู่อาศัย และการประกอบอาชีพ จนกระทั่งปัจจุบันได้มีโครงการสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุงเกิดขึ้น โดยได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนอย่าง ได้แก่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative and Design Center) ที่มีแนวคิดพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้มีความทันสมัย โดยใช้องค์ความรู้การออกแบบบริการ (Service design) ในการเสาะหาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ตรงตามความต้องการของชุมชน มี 4 รูปแบบกิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรมระดมความคิดเห็นของชุมชน หาแนวทางการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ผ่านองค์ความรู้การออกแบบบริการ (Service Design) ร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์

2. กิจกรรมกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน ออกแบบและจัดทำพื้นที่สร้างสรรค์ ผ่านกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและคนในพื้นที่

3. การสร้างสรรค์เจริญกรุง กระตุ้นชุมชนและนักคิดนักสร้างสรรค์มาร่วมกันสร้างบรรยากาศที่ทำให้พื้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างคนในพื้นที่และหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ

4. กิจกรรมสื่อสารสาธารณะ เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเจริญกรุงอย่างลึกซึ้งผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อวิดีทัศน์ เพื่อถ่ายทอดแนวคิดของกิจกรรมและกระบวนการคิดด้านความคิดสร้างสรรค์

ต้นแบบแนวคิดการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ 5 แบบที่เกิดขึ้นจากโครงการนี้ ได้แก่

1. โครงการพัฒนาพื้นที่สาธารณะริมน้ำ การพลิกฟื้นสถาปัตยกรรมเก่าริมน้ำที่ทรงคุณค่าให้กลายเป็นสถานที่ที่เป็น “สัญลักษณ์” แห่งใหม่ของย่านนี้ และเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมหลัก - รองให้เป็นเส้นทางเข้าถึงพื้นที่ริมน้ำ

2. โครงการปรับปรุงและพัฒนาอาคารร้าง การนำพื้นที่ให้กลับมาใช้งานได้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นพื้นที่พบปะใหม่ของย่าน และจัดกิจกรรมบ่มเพาะคนสร้างสรรค์

3. โครงการพัฒนาพื้นที่สีเขียวขนาดเล็ก การพัฒนาพื้นที่ที่ยังใช้ประโยชน์ไม่เต็มศักยภาพให้กลายเป็นพื้นที่สีเขียวสาธารณะของย่าน เพื่อสร้างพื้นที่พบปะและทำกิจกรรมร่วมกัน

4. โครงการเชื่อม ตรอก ซอก ซอย การเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมหลัก - รอง ให้สามารถเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ภายในย่านเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในตรอกซอกซอย

5. โครงการออกแบบป้ายสัญลักษณ์ การให้ข้อมูลของย่านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจการค้า ร้านอาหาร การเดินทาง และจุดที่น่าสนใจด้วยป้ายสัญลักษณ์ที่มีเนื้อหาสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อจูงใจให้ผู้คนเข้ามารู้จักและเข้าถึงย่านมากยิ่งขึ้น

จากรูปแบบกิจกรรมโครงการต่าง ๆ และแบบแนวคิดพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์สะท้อนให้เห็นความพยายามในการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันย่านเจริญกรุงมีการปรับปรุงพัฒนาอาคารร้างให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง รวมถึงกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของคนในย่านเจริญกรุงให้มีการออกแบบและจัดพื้นที่เพื่อให้สอดรับกับนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐ อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบสื่อทันสมัย ดังข้อความที่ว่า “เจริญกรุงในวันนี้เต็มไปด้วยสีสันของร้านอาหารเก๋มากด้วยลูกเล่นมุมเล็ก ๆ แอบซ่อนด้วย แกลเลอรี่ โฮสเทลคาเฟ่ที่ต่างก็หยิบยกเอาประวัติศาสตร์ย่านเศรษฐกิจแห่งแรกของกรุงเทพมหานครมาเรียงร้อยใหม่” (ศรัณญู นกแก้ว, 2560, ออนไลน์)

2. “เอเชียทีค”: การสร้างสรรค์ความเป็นไทยในบริบทการท่องเที่ยว

“เอเชียทีค” สถานที่ท่องเที่ยวย่านเจริญกรุงสัญลักษณ์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีการปรับแต่งให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบ “Festival Maket & Living Museum” ที่มีเรื่องราวความเป็นมาในอดีต ผู้สร้างได้ปรับปรุงพื้นที่โรงเลื่อยโกดัง และท่าเรือของบริษัทอิสต์เอเชียทีคให้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร ที่ยังคงอนุรักษ์ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ให้คงไว้ พร้อมทั้งสร้างสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ ที่ผสมผสานความเป็นสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ให้กลายมาเป็น “เอเชียทีค” สถานที่ท่องเที่ยวใจกลางกรุงเทพมหานครที่เป็นแลนมาร์คริมแม่น้ำเจ้าพระยากันมาถึงทุกวันนี้

เมื่อเข้ามาในพื้นที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” แห่งนี้ พื้นที่ทั้งหมดจะจำลองธุรกิจบนถนนเจริญกรุงในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ชื่นชม โดยภายในพื้นที่จะแบ่งออกเป็น 4 ย่าน ดังนี้

1. ย่านเจริญกรุง (Chareonkrung district) จะเป็นสถานที่ที่จำลองภาพเจริญกรุงในอดีต ที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นศูนย์กลางทางด้านการค้าเก่า นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอความเป็นมาของคนจีนในสมัยก่อนอีกด้วย จะสังเกตได้ว่ามีรูปหล่อเป็นหนุ่มชาวจีนกำลังลากรถสองล้อ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

2. ย่านกลางเมือง (Town square district) ในพื้นที่ย่านกลางเมืองจะผสมผสานรูปแบบไทยและตะวันตก เป็นพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมรวมทั้งกีฬาเกมและการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ และอาหารนานาชาติที่มีลานแสดงร้องเพลงให้นักท่องเที่ยวฟังอย่างเพลิดเพลิน

3. ย่านโรงงาน (Factory district) เป็นพื้นที่ที่มีร้านอาหารและร้านค้าหลากหลาย

4. ย่านริมน้ำ (Waterfront district) เป็นสถานที่หลักของ “เอเชียทีค” โดยพื้นที่จะขนานกับริมแม่น้ำเจ้าพระยาส่วนนี้จะประกอบไปด้วย

ร้านอาหารและลานกิจกรรมที่เป็นพื้นที่จัดคอนเสิร์ต และงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีปีใหม่ และประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

สังเกตได้ว่าการจัดการเรื่องพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ดังกล่าว มีการสร้างสรรค์ความเป็นไทยในบริบทการท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ เช่น การนำเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์มาเชื่อมโยงกับพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ การนำประเพณีไทยมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน และการสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าที่เป็นความเชื่อส่วนบุคคลจนเป็นสถานที่สำคัญอีกสถานที่หนึ่งของ “เอเชียทีค” จะเห็นได้ว่าการสร้างสรรค์สินค้าทางด้านวัฒนธรรมเหล่านี้ได้กลายเป็น “สิ่งแทน” ให้กับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาและลงพื้นที่พบข้อน่าสนใจจำนวนมาก ได้แก่ 1. การผสมผสานความทันสมัยกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 2. การสร้างสรรค์ประเพณีไทยในพื้นที่ท่องเที่ยวทันสมัย 3. การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า และ 4. การสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในย่านทันสมัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การผสมผสานความทันสมัยกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

สถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” มีการนำเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์มาเป็น “จุดขาย” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่ “เอเชียทีค” ได้สอดแทรกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับพื้นที่และเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น วิถีชีวิตริมแม่น้ำเจ้าพระยา การค้าขายกับต่างประเทศในยุคล่าอาณานิคม พร้อมบอกเล่าถึงความเจริญของสถาปัตยกรรมในยุคนั้นด้วยการปรับปรุงอาคารเก่าให้มีโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมในสภาพเดิมไว้เกือบทั้งหมด เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ย่านเจริญกรุงแห่งนี้ได้ซึมซับกับบรรยากาศในอดีตก่อนที่จะเป็น “เอเชียทีค” สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างทันสมัยในปัจจุบัน โดยโครงสร้างเก่าในอดีตที่ปรากฏอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เรียกว่า “7 สิ่งมหัศจรรย์” ดังนี้

1. หลุมหลบภัยสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 (World War Bunker)
2. รางรถโบราณ (Ancient Tram Track)
3. โรงเลื่อยเก่า (The Old Sawmill)
4. เครนโรงเลื่อย (The Sawmill Crane)
5. ซุ้มโกดังสินค้า (Colonial Style)
6. ท่าเรือประวัติศาสตร์ (Historical Pier)
7. เครนยกของริมน้ำ (Historical Waterfront Crane)

ภาพที่ 1 หลุมหลบภัยสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เอเชียทีค
(ธวรรณเทพ มงคลศิริ, ผู้ถ่ายภาพ, 2561)

นอกจากนี้ยังมี “6 ประติมากรรม” ที่ผู้สร้างได้สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของประวัติศาสตร์ในพื้นที่ย่านเจริญกรุงว่าในอดีตนั้นมีความเป็นมาอย่างไร ชาวต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในรูปแบบอะไรบ้าง และความทันสมัยในช่วงนั้นมีสิ่งใดเกิดขึ้นบ้าง ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ได้สร้างสรรค์จำลองเหตุการณ์ในอดีตดังกล่าวไว้เป็น 6 ประติมากรรม ได้แก่ 1.รถลากสองล้อของคนจีน 2. รูปปั้นวิถีชีวิตคนงาน 3. เฟืองโบราณ 4. คนชักธงชาติ 3 สัญชาติ (ไทย จีน ตะวันตก) 5. สมอเรือ และ 6. คนจีนแบกกระสอบข้าวสาร

ภาพที่ 2 ประติมากรรมเกี่ยวกับคนงานที่เอเชียทีค

(ธวรรณเทพ มงคลศิริ, ผู้ถ่ายภาพ, 2561)

ในพื้นที่บริบทการท่องเที่ยว “เอเชียทีค” มีการผสมผสานระหว่างความเป็นมาในอดีตผ่านรูปแบบโครงสร้างเก่ากับประติมากรรมใหม่เพื่อให้เข้ากับความทันสมัยในโลกยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าที่มีหลากหลายรูปแบบรองรับผู้คนหลายเชื้อชาติ และมีร้านค้าเกี่ยวกับสินค้าสมัยนิยมมากมาย จะเห็นได้ว่า “7 สิ่งมหัศจรรย์” และ “6 ประติมากรรม” สะท้อนให้เห็นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบเดินตามรอยความทันสมัยในอดีต ที่ควบคู่ไปกับสภาพแวดล้อมรอบข้างที่สื่อถึงความทันสมัยในโลกยุคปัจจุบัน การสร้างประติมากรรมใหม่และการอนุรักษ์โครงสร้างรูปแบบเก่าเอาไว้นั้นนับได้ว่าเป็นการตอกย้ำความทรงจำบนพื้นที่ทันสมัยในย่านเจริญกรุงได้อย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นสิ่งเตือนใจให้ผู้คนได้ระลึกถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต และที่สำคัญสะท้อนให้เห็นถึงการนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่มาเป็นต้นทุนในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอีกด้วย

ภาพที่ 3 แผ่นป้ายบอกประวัติความเป็นมาและสถานที่สำคัญของเอเชียทีค
(ธวรรณเทพ มงคลศิริ, ผู้ถ่ายภาพ, 2561)

2.2 การสร้างสรรค์ประเพณีไทยในพื้นที่ท่องเที่ยวทันสมัย

"เอเชียทีค" มีการนำประเพณีไทยมาผนวกกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์และประเพณีลอยกระทง ดังนี้

ประเพณีสงกรานต์ - "เอเชียทีค" ได้จัดงานเฉลิมฉลองเทศกาลมหาสงกรานต์ปีใหม่ไทยเพื่อเป็นการสืบสานประเพณีไทยอันดีงาม ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีไทยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้สัมผัสถึงเอกลักษณ์แห่งวัฒนธรรมอันงดงามบริเวณริมโค้งแม่น้ำเจ้าพระยา

ประเพณีลอยกระทง - ในช่วงเทศกาลลอยกระทง "เอเชียทีค" ได้จัดกิจกรรมตามประเพณีไทยเช่นเดียวกัน โดยทาง "เอเชียทีค" จะจัดเตรียมสถานที่ท่องเที่ยวของตนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น การจัดเวทีและพื้นที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลอยกระทง การจำหน่ายกระทงสวยงาม ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่วงเทศกาลลอยกระทงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจาก "เอเชียทีค" เป็นพื้นที่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา จึงเป็นแรงกระตุ้นนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี วันงานนักท่องเที่ยวบางคนแต่งชุดไทยอย่างสวยงามเพื่อมาลอยกระทงที่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอความเป็นไทยบนพื้นที่ท่องเที่ยวในบริบทสังคมปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจ

2.3 การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า

โลกาภิวัตน์กับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก กล่าวคือกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นสินค้า

ประเพณีไทย จากการลงพื้นที่พบว่า ที่ “เอเชียทีค” มีการนำทุนวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้อย่างน่าสนใจ ได้แก่ การแสดงหุ่นละครเล็กการแสดงมวยไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การแสดงโจหลุยส์หรือ นาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก การแสดงหุ่นละครเล็กมีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นการแสดงเพื่อให้นักเที่ยวทั้งชาวไทยและและชาวต่างชาติชม ซึ่งนับได้ว่าเป็นการแสดงที่เป็น “มรดกทางด้านศิลปวัฒนธรรมของไทย” ที่ถ่ายทอดศิลปะการชักเชิดและศาสตร์การประดิษฐ์กลไกหุ่นอันซับซ้อน รวมไปถึงการแสดงท่ารำนาฏศิลป์ไทย และดนตรีไทยแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย โดยเนื้อเรื่องที่คัดเลือกมาแสดงล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องราวจากวรรณคดี เช่น เรื่องพระอภัยมณี ตอน กำเนิดสุดสาคร รามเกียรติ์ ตอน หนุมานจับนางเบญจกาย และเรื่องนรสิงหาอวตาร โดยเปิดทำการแสดงทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) บัตรเข้าชมการแสดงอยู่ที่ราคา 500 บาท นักท่องเที่ยวที่เข้าไปชมส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งภายในโรงละครยังมีร้านอาหารไทย เมนูอาหารที่ปรากฏเป็นอาหารไทยเกือบทั้งหมด ส่วนรูปแบบการจัดร้านมีการยกหุ่นละครเล็กมาใส่ตู้โชว์ บรรยากาศในร้านมีบทกลอนของสุนทรภู่ และมีการพิมพ์ตัวบทกาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวานใส่กรอบประดับไว้ในร้าน และเมื่อถึงช่วงเวลาสำคัญที่ทางร้านกำหนดไว้จะมีการแสดงหุ่นละครเล็กให้ชมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องที่กำลังแสดงอยู่ในตอนนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหารนั้นเกิดสนใจที่จะซื้อบัตรเข้าไปชมการแสดงดังกล่าว

การแสดงแสดงโจหลุยส์ หรือ หุ่นละครเล็ก เป็นอีกหนึ่งการแสดงที่นำเสนอในเชิงธุรกิจ โดยใช้ “การแสดงศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย” มาเป็นต้นทุนในการสานต่อหากำไรจากนักเที่ยวที่มาท่องที่สถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” แห่งนี้

การแสดงมวยไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างรับรู้ว่า มวยไทยเป็นศาสตร์แห่งศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย การแสดงมวยไทยของ “เอเชียทีค” ใช้ชื่อว่า “มวยไทยไลฟ์ (Muaythai live)” การแสดงดังกล่าวได้สร้างให้มีความทันสมัย ไม่ว่าจะเป็น การใช้แสง สี เสียง ฉาก การผสมผสานกับความเป็นไทยในด้านต่าง ๆ เช่น การไหว้ครูแบบมวยไทย การอ้างอิงถึงบุคคลที่มีความสำคัญต่อแสดงมวยไทย ได้แก่ *พระเจ้าเสือ* มีที่มาจากเรื่องเล่าที่ว่า ในอดีตพระเจ้าเสือได้ปลอมตัวเป็นสามัญชนชกมวยกับนักมวยยอดฝีมือจนชนะ *นายขนมต้ม* มีที่มาจากเรื่องเล่าที่ว่านายขนมต้มเป็นนักมวยฝีมือดี ได้รับคำชมจากกษัตริย์พม่า และยังเป็นบุคคลสำคัญของวงการมวยไทย *นายทองดี หรือพระยาพิชัยดาบหัก* มีที่มาจากเรื่องเล่าที่ว่า เป็นทหารเอกของพระเจ้าตากสินที่มีฝีมือด้านการชกมวยอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าบุคคลทั้งสามมีเรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยทั้งสิ้น ทำให้เห็นวิธีคิดของผู้สร้างที่มีการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ภายใน “เอเชียทีค” จะมีร้านค้าของที่ระลึกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นกระเป๋า โมเดล เสื้อ แก้วน้ำ ซึ่งสิ่งของแต่ละชิ้นส่วนหนึ่งจะมีรูปแบบของหัวละครของหุ่นละครเล็ก หรือเป็นรูปมวยไทยที่ได้ดัดแปลงมาเป็นตุ๊กตา ปรากฏอยู่บนผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่สถานที่ท่องเที่ยวแล้วก็มีความรู้สึกประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยวและการแสดงที่ได้รับชมไม่ว่าจะเป็น การแสดงหุ่นกระบอกเล็ก หรือ มวยไทยไลฟ์สด จากนั้นจึงถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวและถ่ายภาพกับนักแสดงเพื่อเป็นภาพที่ระลึกว่าครั้งหนึ่งเคยมาเที่ยวที่สถานที่แห่งนี้ อีกทั้งยังซื้อของที่ระลึกไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า แก้วน้ำ โมเดล หรือตุ๊กตามวยกลับไปที่ประเทศของตน ภาพถ่าย การแสดง สินค้าที่ระลึกจึงกลายเป็น “ภาพแทน”

หรือ “สิ่งแทน” ที่สร้างความหมายและคุณค่าทางจิตใจ สร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมที่สถานที่ “เอเชียทีค”

2.4 การสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในย่านทันสมัย

บริเวณพื้นที่การท่องเที่ยว เอเชียทีค มีบ้านร้างลักษณะบ้านไม้เรือนไทยเก่า 2 ชั้น ที่มีอายุมากกว่า 100 ปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นบ้านไม้ที่ทางผู้ประกอบการอนุรักษ์ไว้ จากการลงภาคสนามสังเกตได้ว่า ที่บริเวณบ้านไม้นี้มีศาลและมีเครื่องบวงสรวงมากมาย จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าขาย นิภา อ่อนน้อม (2561, สัมภาษณ์) ได้บอกว่าบ้านไม้เก่าหลังนี้เดิมในอดีตเจ้าของบ้านน่าจะเป็นผู้หญิงที่พวกเขาเรียกกันว่า “แม่ย่า” จะเป็นผีผู้หญิงที่พ่อค้าแม่ค้าจะมาขอพรเรื่องการค้าของตน จากการสังเกตพบว่ามีคนนอกพื้นที่มากราบไหว้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านไม้หลังนี้ทั้งในเชิงของเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ที่กล่าวถึงวิญญาณของอดีตเจ้าของบ้าน และความสวยงามทางสถาปัตยกรรมของบ้านไม้หลังนี้ปรากฏในสื่ออินเทอร์เน็ตจำนวนมากอีกด้วย สะท้อนให้เห็นความนิยมที่นักท่องเที่ยวมีต่อบ้านไม้ที่ “เอเชียทีค” ได้เป็นอย่างดี

จากกรณีบ้านไม้ที่เอเชียทีค อาจวิเคราะห์ได้ว่า ในอดีตบ้านไม้เรือนไทยหลังนี้เป็นที่อยู่อาศัยของคนธรรมดา แต่ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ ทุนนิยม และบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้บ้านไม้หลังนี้ กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนพื้นที่ย่านสมัยที่ผสมผสานกับเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ จนทำให้บ้านไม้เรือนไทยหลังนี้กลายเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในบริบทของการท่องเที่ยว

ภาพที่ 4 บ้านไม้เก่าแก่และแม่ค้าที่เอเชียทีค
(ธวรรณเทพ มงคลศิริ, ผู้ถ่ายภาพ, 2561)

สรุปและอภิปรายผล

ปรากฏการณ์ทางสังคมในปัจจุบันมีการนำทุนวัฒนธรรมมาปรับใช้ด้วยวัตถุประสงค์ใหม่ ๆ เพื่อให้สอดรับกับบริบทสังคมโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาปรับใช้ทั้งในลักษณะการผลิตซ้ำ ประยุกต์ และผสมผสาน

จากการศึกษาการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” พบว่า มีการนำทุนวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ ดังจะเห็นได้จากการปรับพื้นที่ในลักษณะการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมในอดีต การขายวัฒนธรรมในรูปแบบของสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น ของที่ระลึก การแสดง การจัดเทศกาลการท่องเที่ยวตามประเพณีสิบสองเดือนของไทย การนำเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์และพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ตามแนวคิดความเชื่อในเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของศาสนาแบบไทยหรือศาสนาชาวบ้านมาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

การที่ “เอเชียทีค” นำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอด หรือปรับประยุกต์ดังกล่าวก็เพื่อรับใช้การท่องเที่ยว ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมมีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มคุณค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ทำให้พื้นที่ “เอเชียทีค” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรมบนพื้นที่ย่านทันสมัยซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยหรือบริบทสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างสถานที่การท่องเที่ยว “เอเชียทีค” ได้แก่ บริบทโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว บริบททุนนิยมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนกับการสร้างแหล่งท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บริบทโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว

ศิราพร ณ ถลาง (2559, น. 22-23) ได้สรุปไว้ว่า กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้ “โลกทั้งโลกเชื่อมต่อกัน” ซึ่งหมายถึงการทำให้ผู้คนในโลกมี “วิถีชีวิตที่คล้าย ๆ กัน” โดยมีโลกตะวันตกระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นตัวกำหนด ตัวอย่างของ “วิถีชีวิตที่คล้าย ๆ กัน” ก็เช่น คนทั้งหลายในโลกบริโภคแมคโดนัลด์ (จนเกิดคำว่า McDonalization) ดูหนังฮอลลีวู๊ดผ่านเคเบลทีวี ใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต มีชีวิตอยู่ในโลก Cyber รู้จักใช้ Google Yahoo Hotmail Amazon Skype หรือFacebook เป็นต้น แม้คำว่า “โลกาภิวัตน์” จะมีนัยว่าผู้คนทั้งหลายจะมีชีวิตอยู่ใน “วัฒนธรรมโลก” (Global culture) แบบเดียวกัน แต่ในความเป็นจริง วัฒนธรรมแบบโลกาภิวัฒน์ก็มีการปะทะสังสรรค์กับวัฒนธรรมที่เป็นฝ่ายตั้งรับ และเป็นเรื่องธรรมดาเมื่อวัฒนธรรมจากสองแหล่งมา “พบกัน” ก็ย่อมเกิดการปรับวัฒนธรรมใหม่ให้เข้ากับวัฒนธรรมในสังคมที่มีมาแต่เดิม ในบริบทของโลกกาภิวัตน์ก็ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural hybridization) ระหว่างวัฒนธรรมจากโลกตะวันตกกับวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิประเทศ ปรากฏการณ์การปะทะสังสรรค์ทางวัฒนธรรมในลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในวัฒนธรรมในแต่ละสังคมทั่วโลกจนยากที่จะรักษาสิ่งที่เรียกว่า “วัฒนธรรมของแท้” หรือ “วัฒนธรรมดั้งเดิม” (Authentic culture) ไว้ได้อีกต่อไป ในแง่นี้ บริบทสังคมโลกกาภิวัตน์จึงทำให้เกิดการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายน่าสนใจให้ศึกษาต่อไป

จากการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” พบว่าวิธีคิดในการสร้างสถานที่ “เอเชียทีค” ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองรสนิยมในการท่องเที่ยวของคนในปัจจุบัน ได้แก่ การสร้างสถานที่ “เอเชียทีค”

ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ การสร้างหลุมหลบภัยในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง การมีแผ่นป้ายบอกประวัติความเป็นมาของสถานที่ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน การสร้างวัตถุต่าง ๆ ที่สื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนในอดีต เช่น รูปปั้นวิถีชีวิตคนงาน เฟืองโบราณ สมอเรือโบราณ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการจัดงานตามเทศกาลต่าง ๆ โดยอิงกับประเพณีดั้งเดิม ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวตามเทศกาลจำนวนมาก

นอกจากนี้ จากการลงพื้นที่ยังพบว่า “เอเชียทีค” มีการปรับตัวให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สอดรับกับรสนิยมนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังจะเห็นได้จากการนำวัฒนธรรมการท่องเที่ยวระดับโลกมาประยุกต์ใช้ ดังนี้

ลานน้ำพุ Juliet Love Garden Bangkok เป็นการจำลองสวนแห่งความรักของจูเลียต ที่ภายในสวนประกอบด้วยรูปปั้นของจูเลียตที่งดงามสะดุดตาอยู่ตรงกลางสวน โดยแนวคิดนี้ได้มาจากประเทศอิตาลี ทั้งยังมีระเบียงกำแพงอิฐ และมีแผ่นป้ายบอกว่า “จุดเริ่มต้นของตำนานรักแท้” ภายนอกสวนล้อมด้วยรั้วที่กุญแจรูปหัวใจคล้องเอาไว้ ซึ่งคู่รักวัยรุ่นส่วนใหญ่มักให้ความนิยมไปท่องเที่ยวที่สถานที่แห่งนี้ โดยจะนำกุญแจมาเขียนชื่อของตนและคนรัก จากนั้นจึงนำไปคล้องไว้ที่ริมรั้ว จากนั้นจะนำแม่กุญแจไปโยนทิ้งที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งกุญแจนี้เป็นสิ่งแทนใจใช้ยึดความรักไว้ให้มั่นคง

ภาพที่ 5 สวนจูเลียตที่เอเชียทีค
(ธวรรณเทพ มงคลศิริ, ผู้ถ่ายภาพ, 2561)

ชิงช้าสวรรค์เอเชียทีค หรือ เอเชียทีคสกาย (ASIATIQUE Sky) ชิงช้าสวรรค์เป็นเครื่องเล่นที่มีความทันสมัย ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ชิงช้าสวรรค์ที่ “เอเชียทีค” มีลักษณะสูงใหญ่ราวระมาณ 60 เมตร นักท่องเที่ยวที่เล่นเครื่องเล่นนี้จะสามารถเห็นสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเอเชียแบบทั่วพื้นที่ ได้ชื่นชมกับทัศนียภาพมุมในช่วงบรรยากาศยามเย็นบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา

กล่าวได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบของการผสมผสานกับความทันสมัยของวัฒนธรรมระดับโลก เพื่อปรับสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัย ตัวอย่าง ลานน้ำพุ Juliet Love Garden Bangkok สะท้อนให้เห็นถึงการนำเอาวรรณกรรมของโลกเข้ามาผสมผสานในสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งยังตอบรับกระแสการคล้องกุญแจของคู่รักที่ต่างประเทศหลาย ๆ ประเทศกำลังให้ความนิยมได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศรัสเซีย และประเทศจีนเป็นต้น สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่ “เอเชียทีค” มีการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงตำนานแห่งความรักกับการคล้องกุญแจ โดยมีความเชื่อว่ากุญแจสื่อถึงการล็อกความรักให้มั่นคงอย่างไม่มีวันแยกออกจากกันได้เหมือนตำนานแห่งความรักของโรเมโอกับจูเลียตที่มีความรักนิรันดร์หรือรักแท้นั่นเอง

ส่วนชิงช้าสวรรค์เอเชียทีค หรือ เอเชียทีคสกาย ก็เป็นเครื่องเล่นที่ปรากฏอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ประเทศอังกฤษ ออสเตรีย และสิงคโปร์ เป็นต้น ซึ่งจะสังเกตได้ว่า เดิมทีแล้วชิงช้าสวรรค์ที่เราคุ้นเคยกันจะปรากฏอยู่ในพื้นที่รูปแบบของงานวัดเป็นส่วนมาก แต่สำหรับชิงช้าสวรรค์ในสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” นั้น จัดอยู่ในรูปแบบของชิงช้าสวรรค์ที่มีความทันสมัยเพื่อให้สอดรับกับรสนิยมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ประเพณีสากล นอกจากประเพณีไทยแล้ว เอเชียทีคยังได้นำประเพณีสากลมาไว้ในพื้นที่อีกด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ดังนี้

เทศกาลขึ้นปีใหม่ - เทศกาลนี้สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ บรรยากาศภายในงานประกอบไปด้วยศิลปินที่มีชื่อเสียง การร่วมกันนับถอยหลังเพื่อเข้าสู่วันปีใหม่ และการจุดพลุสุดตระการตาออกแบบโดยนักออกแบบพลุระดับมือรางวัลนานาชาติ

เทศกาลวาเลนไทน์ – เป็นช่วงเทศกาลที่สำคัญของหนุ่มสาวคู่รักมักให้ความสนใจมาเที่ยว พาคนรักมาที่ “เอเชียทีค” ซึ่งภายในสถานที่ท่องเที่ยวจะจำลองสวนแห่งความรักของจูเลียตดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น การสร้าง “สวนจูเลียต” มีส่วนทำให้เอเชียทีคเป็นพื้นที่สำคัญในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ที่วัยรุ่นคู่รักส่วนใหญ่ให้ความนิยมไปแสดงความรักและทำสัญญาใจกันที่พื้นที่แห่งนี้

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่า โลกาภิวัตน์กับการณ์ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดผู้คนจากทั่วโลกให้เชื่อมถึงกัน ธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อวัฒนธรรมในปัจจุบัน กล่าวคือ โลกาภิวัตน์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการนำประเพณีและวัฒนธรรมมาปรับใช้ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การแสดง การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังมีวิธีคิดในการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมอื่นอีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญก็คือเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพื่อให้สอดรับกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วโลก จึงกล่าวได้ว่าบริบทโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดพลวัตทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน

2. บริบทสังคมทุนนิยมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ศิราพร ณ ถลาง (2559, น. 32) กล่าวถึงระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่มีผลต่อการนำวัฒนธรรมเป็นสินค้า สรุปได้ว่า ระบบทุนนิยมเป็นระบบที่กลไกต่าง ๆ ดำเนินการผ่านระบบตลาดซึ่งมีการแข่งขันสูง เอกชนหรือประชาชนมีเสรีภาพในการเลือกสร้างสรรค์ผลงานการผลิตและการบริโภคทำให้เศรษฐกิจ

ของประเทศพัฒนาอย่างกว้างขวาง ในส่วนของภาครัฐได้ตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจของประชาชนด้วยการออกนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่มีนโยบายเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงกล่าวได้ว่าระบบทุนนิยมเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ก่อให้เกิดแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากนโยบายดังกล่าว ทำให้ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ได้ใช้ “ทุนทางวัฒนธรรม” มาเป็นต้นทุนในการเพิ่มมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตน ประกอบกับนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศ ส่งเสริมให้มีการนำคติชนในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ในแง่นี้ เศรษฐกิจกับวัฒนธรรมจึงสามารถเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันได้ หากเป็นการที่วัฒนธรรมมาทำให้เกิดความหมาย คุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

สุกัญญา สุจฉายา (2556, น.75-102) ได้สานต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเรื่อง “สินค้าวัฒนธรรม” (Cultural Products) ซึ่งเป็นเรื่องของการพัฒนาสินค้าที่มีมาจากสิ่งที่เรียกได้ว่าเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “สินทรัพย์สร้างสรรค์” (Creative Assets) สุกัญญา สุจฉายา ได้ยกตัวอย่างทุนทางวัฒนธรรมไทยที่เป็นรูปธรรม เช่น ผ้าเกาะยอ ผ้าแพรวากาฬสินธุ์ ลวดลายไทย มีดอรัญญิก ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีสู่ขวัญ ฯลฯ และทุนวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม เช่น ความเชื่อเรื่องแถน ตำนานหญ้าคันคาก ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มากมายเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นทุนที่เป็นรูปธรรมหรือทุนที่เป็นนามธรรมก็สามารถนำไปพัฒนาเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ได้ทั้งสิ้นในโลกทุกวันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางวัฒนธรรมประเภทตำนานหรือเรื่องเล่าท้องถิ่นที่นำมาปรับใช้เพื่อตอบสนองในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำนวนมาก จนก่อให้เกิดการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทย เพื่อเป็นการปกป้องมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ

จากที่ได้ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเอเชียทีคสะท้อนให้เห็นถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เป็นแนวคิดปัจจัยสำคัญของระบบทุนนิยม โดยใช้เรื่องราวในอดีตมาสนองปัจจุบัน ให้กลายมาเป็น “ต้นทุนทางวัฒนธรรม” เพื่อเพิ่มมูลค่าทางสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตน โดยสถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” จะมีพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คือ บ้านไม้เรือนไทย ที่กล่าวได้ว่าเป็นสถาปัตยกรรมในอดีตผสมผสานกับเรื่องเล่าอันศักดิ์สิทธิ์จนกลายเป็นที่นับถือของคนในพื้นที่และนอกพื้น ส่วนในรูปแบบของที่ระลึกส่วนใหญ่ก็จะเน้นนำเสนอสินค้าที่แสดงถึงความเป็นไทย และสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาไทย เช่น ช้างไม้แกะสลัก ตุ๊กตาชาวเขา เสื้อผ้าลวดลายไทย อาหารคาวหวานของไทย สมุนไพร เป็นต้น

3. บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนกับการสร้างแหล่งท่องเที่ยว

ภาครัฐ การสนับสนุนของรัฐบาลต่อสถานที่เที่ยว “เอเชียทีค” ส่วนมากเป็นการสนับสนุน การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของประเพณีไทยและรูปแบบของประเพณีสากล ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง และเทศกาลนับถอยหลังเข้าปีใหม่ โดยภาครัฐบาลจะมีบทบาทในด้านของการประชาสัมพันธ์เชิงแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และลงพื้นที่สนับสนุนจัดกิจกรรมระดับประเทศ ทั้งรูปแบบของเศรษฐกิจ ธุรกิจ รวมถึงด้านส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี การมีบทบาทของภาครัฐเข้ามาในพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” จะทำให้ผู้คนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินั้นให้ความสนใจที่จะมาเที่ยวที่ “เอเชียทีค” แห่งนี้

ภาคเอกชน เครือข่ายภาคเอกชนก็ได้เข้ามามีบทบาทประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ “เอเชียทีค”ด้วยเช่นกัน ซึ่งส่วนมากจะเป็นในรูปแบบของกรุ๊ปทัวร์ที่จะพานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว ชมการแสดงต่าง ๆ การเข้ารับประทานอาหาร และเลือกซื้อของที่ระลึก

จากการสัมภาษณ์ หัวหน้ากรุ๊ปทัวร์รายหนึ่ง ศิราวุฒิ (2561, สัมภาษณ์) สัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่มีชาวต่างชาติและกรุ๊ปทัวร์จำนวนมากเลือกที่จะมาที่สถานที่

ท่องเที่ยว “เอเชียทีค” แห่งนี้ สรุปได้ว่า ทั้งนี้เป็นเพราะ “เอเชียทีค” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ในรูปแบบที่ทันสมัย เป็นศูนย์รวมทางด้านอาหารและการค้าขาย มีของที่ระลึกหลากหลาย ทั้งในรูปแบบสินค้าภูมิปัญญาไทยแต่นำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย สอดรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้ “เอเชียทีค” กลายเป็นสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอีกแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร และอีกสาเหตุหนึ่งก็คือ เจ้าหน้าที่ทัวร์หรือผู้นำทัวร์เหล่านี้ได้ค่าตอบแทนจากการที่พานักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่เอเชียทีค สะท้อนให้เห็นการร่วมมือกันระหว่างภาคเอกชนได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาทำให้เห็นถึงวิธีคิดในการสร้างสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวในบริบทสังคมโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว บริบททุนนิยมและเศรษฐกิจสร้างสรรคที่มีลักษณะของการนำข้อมูลทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่มาเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ด้วยการประยุกต์ ผลิตซ้ำ ผสมผสาน และสร้างใหม่ ดังกรณีของ “เอเชียทีค” ที่ได้นำเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ประเพณีและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งการผสมผสานกับประเพณีของวัฒนธรรมอื่น มาเป็น “จุดขาย” เพื่อตอบสนองความต้องการของ “ลูกค้า”

ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมเหล่านี้จะปรับเปลี่ยนและสร้างสรรค์ไปจากเดิมให้กลายเป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” แต่ก็นับได้ว่า “สินค้าทางวัฒนธรรม” เหล่านี้ เป็น “กิ่งก้าน” และ “ดอกผล” ของ “รากทางวัฒนธรรม” ที่มีส่วนทำให้วัฒนธรรมนั้นดำรงอยู่ได้อย่างมีความหมายในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย

เอกสารอ้างอิง

ธวรรณเทพ มงคลศิริ. (2561). **บ้านไม้เก่าแก่และแม่ค้าที่เอเชียทีค.** [ภาพถ่าย]. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

_____. (2561). **ประติมากรรมเกี่ยวกับคนงานที่เอเชียทีค.** [ภาพถ่าย]. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

_____. (2561). **แผ่นป้ายบอกประวัติความเป็นมาและสถานที่สำคัญของเอเชียทีค.** [ภาพถ่าย]. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

_____. (2561). **สวนจูเลียตที่เอเชียทีค.** [ภาพถ่าย]. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

_____. (2561). **หลุมหลบภัยสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เอเชียทีค.** [ภาพถ่าย]. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นิภา อ่อนน้อม. ผู้ขายของที่เอเชียทีค. (สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2561).

ศรัณยู นกแก้ว. (2560). **“เจริญกรุง” ชุมชนเก่าที่ถูกเล่าใหม่ด้วยความคิดสร้างสรรค์.** ค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561. จาก https://www.creativethailand.net.com

ศิราพร ณ ถลาง. (2559). **คติชนสร้างสรรค์ : บทสังเคราะห์และทฤษฎี.** กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

ศิราวุฒิ (นามแฝง). หัวหน้าผู้นำทัวร์. (สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2561).

สุกัญญา สุจจฉายา. (2556). ทุนวัฒนธรรมกับวัตถุมงคลในปัจจุบัน. **ว.อักษรศาสตร์ (ฉบับพิเศษ คติชนสร้างสรรค์).** *42* (2), 75-102.