

การท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพ : มิติใหม่ของการท่องเที่ยว ตามความสนใจพิเศษในประเทศไทย

Photography tourism: New Dimension of Special Interest Tourism in Thailand

ประพล จิตคติ¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งนำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทาง ความเป็นมาของการถ่ายภาพ และการก่อกำเนิดชุมชนคนรักการถ่ายภาพเพื่อเป็นมิติใหม่ของการท่องเที่ยวความความสนใจพิเศษในประเทศไทย โดยมุ่งศึกษาทฤษฎี Tourist gaze โดยจอห์น เออร์รี่ เป็นหลัก ผลการศึกษาทำให้ทราบว่า เออร์รี่ แบ่งหลักการพื้นฐานของทฤษฎีออกเป็น 9 ข้อ และนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ชาวไทยอายุ 18 - 35 ปี มีพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยว คือ การถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ร้อยละ 58.8 และ นอกจากนี้การท่องเที่ยวทำให้เกิดการมุมมองการถ่ายภาพที่หลากหลายอีกด้วย

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ, การท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพ

Abstract

This article was present about relationship between tourist and tourism destination, photography and photo lover community for new dimension of special interest tourism in Thailand. Reviewed tourist gaze theory of John Urry was analytical foundation of tourist gaze based on nine point and Thai tourist new generation 18 - 35 years old has behavior between travels as take a landscape photography 58.8 percentage and moreover tourism has variety new vision of photography is also.

Keyword: special interest tourism, photography tourism

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จ.พิษณุโลก

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจเป็นพิเศษเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนการท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กำลังได้รับความนิยม (ภัยมณี แก้วสง่า, 2555)

ความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทาง

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งได้กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงตุลาคม ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามา 28,824,573 คน และ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 109.15 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิดรายได้ทั้งสิ้น 2,167,932.14 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ 1)การเที่ยวชมโบราณสถาน 2)การดำน้ำ 3)การเดินป่า 4)การรับประทานอาหาร 5)การปั่นจักรยาน 6)การประดิษฐ์งานฝีมือ 7)การถ่ายภาพ 8)การทำงานอาสาสมัคร 9)การรักษาสุขภาพ เช่น นวดไทย 10)การเรียนรู้ศิลปะมวยไทย 11)การเรียนรู้ทำอาหาร 12)การเข้าร่วมกิจกรรมเทศกาล งานประเพณี 13)การรอยตัวบนหน้าผา ปีนเขา 14)การขี่ช้าง ขี่ม้า 15)การพายเรือ เป็นต้น

ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการจัดหาและการรองรับของชุมชน หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่เป็นกิจกรรมตามความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสนใจถ่ายภาพจากวัฒนธรรมใหม่ที่มีความหลากหลาย (Osborne, 2000) ในศตวรรษที่ 18 นักท่องเที่ยวเห็นว่าการช้อปปิ้งมีความโรแมนติกโดยเริ่มจากการมองเห็นธรรมชาติที่งดงามจากภาพวาด (Sheller, 2003) เนื่องจากมีขอบเขตอาณาบริเวณที่กว้างขวางซึ่งสร้างมุมมอง และสัมผัสแห่งการรับรู้ได้จึงเกิดความโรแมนติกขึ้น ธรรมชาติช่วยสร้างความผ่อนคลายและการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลิน นันทนาการที่น่าตื่นเต้น และความสดชื่นที่สัมผัสได้ (Green, 1990) การสัมผัสที่เกิดจากการมองเห็นนั้นถูกพัฒนาขึ้นในศตวรรษที่ 19 โดยแยกสัมผัสออกเป็นสัมผัสด้วยมือ กลิ่น และการฟัง ภายหลังมีเทคโนโลยีเข้ามาเริ่มมีผลผลิตเกิดขึ้น เช่น ไปสการ์ด คู่มือท่องเที่ยว ภาพถ่าย สินค้า ร้านขายของ คาเฟ่ ไคโอรามา กระจก หน้าต่างกระจกชุบโลหะ (Foucault, 1976) ภายหลังมีนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางโดยรถไฟมากขึ้นทำให้เกิดการพัฒนามุมมองใหม่ ๆ จากตู้ขบวนของรถไฟ ทำให้เห็นวิวทิวทัศน์ระหว่างการเดินทาง สร้างการรับรู้แบบใหม่ เรียกว่า “การรับรู้แบบรอบตัว (panoramic perception)” มากกว่าการรับรู้แบบเดิม ๆ คือ การรับรู้จากภาพวาดเท่านั้น (Schivelbusch, 1986) Nietzsche ได้ระบุว่า ทุกคนล้วนชื่นชอบนักท่องเที่ยวที่รู้จักพื้นที่และผู้คน จากตู้ขบวนรถไฟ นอกจากนี้ยังพบอีกว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการถ่ายภาพกับระดับความสุขของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ถ่ายภาพจำนวนมากในวันหยุดและอัตราการถ่ายภาพเป็นประสบการณ์สำคัญที่สะท้อนอารมณ์เชิงบวกอย่างมหาศาลและสร้างความพึงพอใจในชีวิตได้สูงสุดตามลำดับ (Sarah Gillet, 2013)

โดยที่จอห์น เออร์รี่ (Urry, 1990) ได้วิเคราะห์หลักการพื้นฐานการจ้องมองของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎี Tourist gaze มี 9 ข้อ ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวกิจกรรมการผ่อนคลายและตรงข้ามกับการทำงาน
- 2) การท่องเที่ยวคือการเคลื่อนย้ายในพื้นที่และเวลา
- 3) นักท่องเที่ยวพักที่อื่นนอกเหนือจากที่พักประจำของตน
- 4) วัตถุที่นักท่องเที่ยวจ้องมองจะแตกต่างจากการทำงาน
- 5) เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการเดินทางของประชากรโลกทำให้เกิดปัจจัยที่สร้างรูปแบบใหม่ของการความสัมพันธ์ทางสังคม

- 6) นักท่องเที่ยวเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเลือกจากความคิดเห็นส่วนตัว ทำให้เกิดความคาดหวังเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว
- 7) การจ้องมองโดยตรงได้แก่ภูมิประเทศ และ ทิวทัศน์เมือง ซึ่งไม่ใช่สถานที่ปกติในชีวิตประจำวัน
- 8) การจ้องมองของนักท่องเที่ยวถูกสร้างผ่านสัญลักษณ์
- 9) ความหลากหลายของนักท่องเที่ยวที่เชี่ยวชาญได้ถูกสร้างและพยายามสร้างการค้นพบสิ่งใหม่

เขายังได้แบ่งประเภทของการจ้องมองของนักท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท คือ การจ้องมองแบบโรแมนติก (Romantic gaze) และ การจ้องมองแบบสิ่งที่ทุกคนร่วมมือกันทำ (Collective gaze) โดยที่ความโรแมนติกนี้เป็นการจ้องมองที่ประกอบไปด้วยธรรมชาติ, ภูมิประเทศ, ชนบท, ทุ่งหญ้ากว้าง, ความสันโดษ, สิ่งที่ไม่เคยสัมผัส และ การทบทวนความรู้สึกของในมุมมองการการเป็นปัจเจกและประสบการณ์ถึงจิตวิญญาณ (Urry, 2002) ส่วนการจ้องมองสิ่งที่ทุกคนร่วมมือกันทำ หมายถึงความต้องการคนจำนวนมากเพื่อไปพัฒนา มีหลายคนในปัจจุบันที่เดินทางไปเห็นสถานที่แล้วมักพูดว่า “ที่นี่ ที่ไหน ฉันต้องการพักค้างคืนที่นี่ มันเท่มาก” (Urry, 1990) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภูมิประเทศ (Landscape) เป็นสิ่งสำคัญของการศึกษาภูมิศาสตร์ โดยเริ่มจากการกำหนดสถานที่ธรรมดาถูกนำมาใช้ครั้งแรกในเกาะอังกฤษ ช่วงหลังของ ศตวรรษที่ 16 ซึ่งมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ ภูมิประเทศอาจหมายถึงการสังเกตการณ์ทัศนียภาพแบบรอบด้าน (Panorama Observed) โดยต้องอยู่ในจุดที่กำหนดเพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความงามทัศนียภาพนั้น ๆ และภูมิประเทศเป็นฉากหลังของการถ่ายภาพบุคคลอย่างเป็นทางการไปโดยสมบูรณ์ (Tuan, 1980)

ทั้งนี้ผู้เขียนสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์ตามทฤษฎี Tourist gaze ของ John Urry โดยนักท่องเที่ยวต่างจ้องมองและแสวงหาภูมิประเทศ ทิวทัศน์เมือง และสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งแปลกใหม่ที่ชีวิตปกติของนักท่องเที่ยวอาจจะไม่เจอมาก่อน เช่น นักท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตร้อนมีความสนใจเกี่ยวกับหิมะหรือภูเขาน้ำแข็ง นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตหนาวมีความสนใจชายทะเลในประเทศเขตร้อน เป็นต้น ทำให้ผู้เขียนมีความสนใจจะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการถ่ายภาพ ความเป็นมาของกล้องถ่ายภาพจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยได้นำเสนอในประเด็นถัดไป

นักท่องเที่ยวกับการถ่ายภาพ

การถ่ายภาพได้วิวัฒนาการมาจากการวาดภาพของจิตรกรในสมัยโบราณเพื่อบันทึกภาพแห่งความทรงจำและภาพแห่งความประทับใจเอาไว้เพื่อใช้ในการสื่อสารและสื่อความหมาย ต่อมามนุษย์ได้มีความคิดที่จะสร้างภาพให้ได้เหมือนจริงตามธรรมชาติ และใช้เวลาในการสร้างภาพให้น้อยลงจึงได้คิดวิธีการทำระจอกให้เป็นห้องมืด และเจาะรูให้แสงลอดเข้ามา จากนั้นจะใช้เฟรมรับภาพแล้ววาดภาพที่เกิดขึ้นฝั่งตรงข้ามกับช่องรับแสง ต่อมาได้วิวัฒนาการมีการประดิษฐ์กล้องออบสคิวรา (Camera Obscura) ช่วยในการวาดภาพ ซึ่งปี ค.ศ. 1490 ลีโอนาโด ดา วินชี (Leonardo Da Vinci) นักวิทยาศาสตร์และศิลปินชาวอิตาลี ได้บันทึกคำอธิบายเกี่ยวกับหลักการทำงานของกล้องออบสคิวราไว้อย่างสมบูรณ์ ทำให้คนเริ่มเข้าใจเรื่องกล้องมากขึ้น โดยเฉพาะจิตรกรสนใจนำกล้องออบสคิวราไปช่วยในการวาดภาพลอกแบบ เพื่อให้ได้ภาพในเวลาที่รวดเร็วขึ้น มีสัดส่วนเหมือนจริง และมีแสงเงาที่ถูกต้อง

ศตวรรษที่ 19 มนุษย์ก็ประสบผลสำเร็จในการคิดค้นกระบวนการสร้างภาพ จากผลการทดลองของนักวิทยาศาสตร์ที่พัฒนาความรู้จากศาสตร์ 2 สาขา คือ สาขาฟิสิกส์ ได้แก่เรื่องของแสงและกล้องถ่ายภาพ และสาขาเคมี ในส่วนที่เกี่ยวกับฟิล์ม สารไวแสง และน้ำยาสร้างภาพ บุคคลแรกที่สามารรถใช้กล้องออบสคิวรา (Camera Obscura) บันทึกภาพได้ คือ โจเซฟ นีเยฟเฟอร์ นีเยฟซ์ (Joseph Nicéphore Niépce) ชาวฝรั่งเศส ด้วยการถ่ายภาพเมือง ซาลอง เซอร์ ซอง (Chalon-sur-Saone) จากหน้าต่างบ้านของเขา ใช้เวลาการเปิดรับแสงนาน 8 ชั่วโมง ด้วยสารไวแสงบิทูเมน (Bitumen) ฉาบบนแผ่นโลหะที่ผสมระหว่างดีบุกกับตะกั่ว นำไปล้างด้วยสารละลายไลโทปีโตรเลียม (Light Petroleum) ผสมกับน้ำมันลาเวนเดอร์ (Lavender) บริเวณที่ถูกแสงสารบิทูเมนจะแข็งตัว บริเวณที่ไม่ถูกแสงจะอ่อนตัว ทำให้ถูกล้างออกไปจนหมด เหลือแต่ผิวของแผ่นโลหะเป็นสีดำ นับว่าเป็นภาพถ่ายภาพแรกของโลก ในปี ค.ศ. 1826

ต่อมาปี ค.ศ. 1837 หลุยส์ จาคเกอร์ แมนเด ดาแกร์ (Louis Jacques Mande Daguerre) จิตรกรชาวฝรั่งเศส ได้ใช้แผ่นทองแดงฉาบผิวหน้าด้วยเงิน (Silver) แล้วนำไปอังไอโอดีน (Iodine) ทำให้เกิดเกลือเงินไอโอได (Silver Iodide) เพื่อให้เป็นสารไวแสง แล้วนำไปถ่ายภาพโดยใช้เวลาประมาณ 30 นาที จากนั้นนำแผ่นทองแดงที่ถูกแสงแล้วไปอังไอปรอทซึ่งจะเกาะติดผิวเฉพาะบริเวณที่ถูกแสงเท่านั้น จากนั้นนำไปแช่น้ำเย็น และทำให้คงสภาพโดยแช่สารละลายของเกลือแกง หรือไฮโป ส่วนใดที่ไม่ถูกแสงจะละลายออกไป ภาพที่ได้จะมีความละเอียด คมชัด กว่าภาพของโจเซฟ นีเยฟเฟอร์ นีเยฟซ์ ลักษณะของภาพจะกลับซ้ายเป็นขวา เหมือนภาพที่มองผ่านกระจกเงา เรียกว่า กระบวนการถ่ายภาพดาแกร์โรไทป์ (Daguerrotype) และในปี ค.ศ. 1840 มี นักวิทยาศาสตร์และนักคณิตศาสตร์ชาวอังกฤษ ชื่อ วิลเลียม เฮอร์

ฟอกซ์ ทัลบอท (William Henry Fox Talbot) ได้พัฒนากระบวนการถ่ายภาพด้วยการถ่ายภาพเนกาทีฟลงบนกระดาษที่ฉาบผิวหน้าด้วยซิลเวอร์ไอโอไดด์ หลังจากนั้นไปเข้ากล้องถ่ายภาพ และถ่ายภาพแล้วนำกระดาษมาล้างในน้ำยาสร้างภาพ ซึ่งใช้ส่วนผสมของเงินไนเตรทกับกรดแกลลิก เขาเรียกน้ำยานี้ว่า แกลโลไนเตรท ออฟ ซิลเวอร์ (Gallonitrate of Silver) เมื่อนำไปผ่านกระบวนการสร้างภาพและคงสภาพแล้ว จะได้ภาพพอซิทีฟที่สมบูรณ์ กระบวนการถ่ายภาพเนกาทีฟ - พอซิทีฟ ของทัลบอทนี้ เรียกชื่อว่า “แคลโลไทป์” (Calotype) ซึ่งเป็นต้นแบบในการพัฒนาสร้างฟิล์มเนกาทีฟในยุคต่อมา (เศรษฐศาสตร์ อนุภาคมานต์, 2556)



ภาพ 1 หอไตรกลางน้ำ วัดทุ่งศรีเมือง จ.อุบลราชธานี
ที่มา : (ถ่ายโดยผู้เขียน เมื่อ 1 ธันวาคม 2556)

การถ่ายภาพในประเทศไทยเกิดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยการนำมาเผยแพร่ของบาทหลวงแห่งโรมันคาทอลิกชื่อ ยีน แบบตีस्ता ปาลเลกัวร์ (Jean Baptista Pallegois) แต่ไม่เป็นที่นิยมของคนไทย เพราะความเชื่อที่ผิดๆว่าถ้าใครถูกถ่ายภาพแล้วอายุจะสั้นหรือจะถูกนำไปทำร้ายด้วยวิธีทางไสยศาสตร์ความเชื่อดังกล่าวนี้มีมาจนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงเป็นผู้นำในการถ่ายภาพพระบรมฉายาลักษณ์ ทำให้ประชาชนนิยมการถ่ายภาพเจริญรอยตามพระองค์มากขึ้นในเวลาต่อมาประมาณปี.ศ.2408 ได้มีชาวอังกฤษเข้ามาเปิดร้านรับถ่ายภาพขึ้นที่ย่านถนนเจริญกรุง โดยคิดราคาภาพที่ถ่าย ขนาด 4 นิ้ว ราคา 1 ตำลึง และ ภาพขนาด 15 นิ้วราคา 10 ตำลึง ทำให้เกิดความนิยมการถ่ายภาพในหมู่ประชาชน

มากขึ้น นอกจากการถ่ายภาพบุคคลต่าง ๆ ทั้งในและนอกสถานที่แล้วยังมีการถ่ายภาพสถานที่สำคัญ ๆ ภาพทิวทัศน์ที่สวยงามเพื่อนำมาทำเป็นภาพโปสการ์ดขายอีกด้วยต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นยุคสมัยที่การถ่ายภาพแพร่หลายเป็นอย่างมาก มีคนไทยหลายคนที่นิยมชมชอบการถ่ายภาพ (ทศพร แสงสว่าง, 2560) ส่วนช่างถ่ายภาพชาวไทยคนแรก คือ พระยา กระจาปณ์กิจโกศล หรือ นายโหมต ต้นตระกูล อมาต-ยกุล ซึ่งบทความ Photography in Siam ในหนังสือ ชื่อ Philadelphia Photographer ซึ่งตีพิมพ์เมื่อ พ.ศ. 2408 กล่าวถึง พระยากระจาปณ์กิจโกศล ว่า “เมื่อ พระนางวิกตอเรีย แห่งประเทศอังกฤษ ส่งอุปกรณ์รูปถ่ายครบชุดมาถวายรัชกาลที่ 4 พระวิสุทธโยธามาตย์ (บรรดาศักดิ์เดิมของพระยากระจาปณ์กิจโกศล) ผู้ ซึ่งไม่รู้ภาษาอังกฤษเลย ได้ขอให้ผู้อื่นช่วยแปลคู่มือ พร้อมกับคำแนะนำจากชาวต่างชาติ ในคณะทูตรัสเซีย ก็สามารถถ่ายรูปโดยใช้กล้องถ่ายรูปนี้ได้สำเร็จ” และช่างภาพที่มีผลงานเก็บรักษาในหอสมุดแห่งชาติ จำนวนมากจนถึงปัจจุบันนี้คือ คือหลวงอัคนีนฤมิตร (ขุนสุนทรสาทิสลักษณ์) หรือ นายจิตร ซึ่งมีผลงาน ภาพถ่ายบุคคล สถานที่และเหตุการณ์ต่างๆ (เดชาภิวินินพนมิตร, มปป.) กล้องถ่ายภาพไม่ได้ทำหน้าที่แค่บันทึกภาพ แต่เจตนาในการจัดเฟรมภาพ การเลือกวินาที กดชัตเตอร์ รวมไปถึงการโพสท่าทาง และการตระเวนหาฉากหลังมาประกอบ เต็มไปด้วยความตั้งใจในการสื่อความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยว กล้องรุ่นใหม่ๆ ในท้องตลาดที่นักท่องเที่ยวกำลังนิยมใช้กัน สามารถบ่งบอกถึงรูปแบบการท่องเที่ยว ของยุคสมัยปัจจุบันได้ชัดเจน

นอกจากนี้ กล้องถ่ายภาพยังกลายเป็นอพชั่นสำคัญในโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีติดตัวไว้ตลอดเวลา พร้อมกับความสามารถในการเชื่อมต่อสื่อสารเทคโนโลยีของกล้อง มีพัฒนาการไปไกล จิตวิทยาของกล้องเกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับพฤติกรรมของเรา แนวคิดเรื่อง Gaze ของ ฌาค ลากอง เสนอว่าตั้งแต่ในวัยเด็ก เริ่มรู้ความ สำนึกเกี่ยวกับตัวตนของเราค่อยๆ ก่อตัวขึ้นมา จากความรู้สึกว่าตัวเราแยกออกจากสิ่งอื่น ๆ รอบตัว และตัวเรา กลายเป็นสิ่งที่ ถูกจ้องมองตลอดเวลา ดังนั้น ตลอดทั้งการเดินทางท่องเที่ยวนอกจากการที่เราเป็นผู้ออกไป มองสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว เรายังรู้สึกลึกๆ ตลอดเวลาว่าคนอื่นกำลัง มองดูภาพถ่ายท่องเที่ยวของเรานอกจากนี้ ยังมีคอนเซ็ปต์เกี่ยวกับการจ้องมองอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น Male Gaze ของ ลอรา มัลเวย์ เสนอว่าการมองนั้นเกี่ยวข้องกับอำนาจและความรุนแรง โลกภาพยนตร์ทำให้การมองเป็นอำนาจของผู้ชาย ผู้หญิงตกอยู่ในสภาพของวัตถุที่ถูกจ้องมอง (วุฒิชัย ฤกษ์ณะประกรกิจ, 2557)

ในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (งานวิจัย กองวิจัยการตลาด ททท, 2560) จัดทำโครงการวิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว ‘โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่’ เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรม และปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยรุ่นใหม่ ช่วงอายุ 18-35 ปี มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 7,550 ตัวอย่าง พบว่า

ตาราง 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เดินทางท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย ²	อันดับ
เพื่อหาประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	5.39	1
มีมุมมองให้ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ที่หลากหลาย	5.26	2
เพื่อใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับบุคคลที่ไปด้วย	5.23	3
เพื่อคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน	5.23	3

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ในประเทศไทยที่มีอายุ 18 - 35 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีมุมมองการถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันหรือกระตุ้นให้ออกเดินทางโดยมีพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ การถ่ายภาพ (ร้อยละ 58.8) เที่ยวชมศาสนสถาน/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ร้อยละ 49.4) และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ชมวิวทิวทัศน์ตามธรรมชาติ (ร้อยละ 65.4) เที่ยวชมโบราณสถาน (ร้อยละ 45.5) (งานวิจัย กองวิจัยการตลาด ททท, 2560)

การท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพในประเทศไทยกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น นักท่องเที่ยวมุ่งถ่ายภาพสิ่งที่ทำให้ตนมีความสุข และมีความแปลกใหม่ แตกต่างจากวิถีชีวิตเดิมของตนเอง ประเทศไทยจะตั้งรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการถ่ายภาพอย่างไร วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยจะถูกรบกวนจากการถ่ายภาพของนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณมากหรือไม่ เราคงต้องตั้งหลักรับมือรองรับการถ่ายภาพและสร้างเป็นความประทับใจ พร้อมให้นักท่องเที่ยวระลึกได้เสมอว่า ภาพเหล่านี้ถูกถ่ายที่ไหนและกิจกรรมที่เหล่านั้นมีความสำคัญต่อคนในท้องถิ่นที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวอย่างไร หรือเราควรมีจุดถ่ายภาพเฉพาะนักท่องเที่ยวชื่นชอบการถ่ายภาพ และคนในท้องถิ่นเองสามารถบอกจุดที่ควรเวลา รวมทั้งแสงเงา ทำให้การท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในประเทศไทยวิน วิน ทั้งคู่

² ค่าเฉลี่ยจาก 6 คะแนน

สรุป

นับตั้งแต่ ลีโอนาโด ดา วินชี (Leonardo Da Vinci) ได้ออกแบบกล้องออบสคูรา (Camera Obscura) ช่วยในการวาดภาพ ในปี ค.ศ. 1490 จนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 527 ปี กล้องถ่ายภาพมีความสัมพันธ์กับคนมาตั้งแต่อดีต เราใช้กล้องถ่ายภาพบันทึกเรื่องราว ความสุข ความทุกข์ ความดีใจ ความเสียใจ เพื่อให้ภาพถ่ายเป็นสัญลักษณ์ของความทรงจำและระลึกถึง ปัจจุบันกล้องถ่ายภาพมีตัวเลือกมากขึ้น น้ำหนักเบา ราคาถูกลง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้มากกว่าในอดีตอีกทั้งมีฟังก์ชันที่น่าสนใจสามารถตกแต่งภาพ และเชื่อมต่อสัญญาณเข้าสู่อุปกรณ์อื่นที่สามารถแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ในทันที หากนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปแล้วในบทนำ นักท่องเที่ยวจะนำกล้องถ่ายภาพติดตัวไปด้วยหรือไม่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากความปรารถนาธรรมชาติในตัว ของนักท่องเที่ยวและจากการได้รับเหตุจูงใจจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยจะมีความแตกต่างกันของ แต่ละบุคคลเนื่องจากการอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์ รวมไปถึง ถึงอาชีพ รายได้และสถานภาพ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกรณีนี้ ประกอบด้วย ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (สิริรัชญา วงษ์อาทิตย์, 2559) เมื่อมีปริมาณผู้ที่ชื่นชอบการถ่ายภาพเพิ่มมากขึ้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน คือ การถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวจึงเกิดเป็นการรวมตัวกันของผู้รักการถ่ายภาพโดยรวมตัวกันในลักษณะออนไลน์ เช่น สมาคมธุรกิจถ่ายภาพ และ ออนไลน์ เช่น Fotofaka, Shutterism, Cannon life ฯลฯ

อ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560 (Tourism Statistics 2017)** from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9632
- งานวิจัย กองวิจัยการตลาด ททท. (2560). Understanding Y TAT **Tourism Journal** จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 3/2560(3), 23.
- เดชาภิววัฒน์ นพมิตร. (มปป.). **กล้อง ภาพถ่ายและการถ่ายภาพ**. Retrieved 8 ธันวาคม 2560, from <http://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2012/10/tu-museum-25th-dechabhiwat-104-105.pdf>

- ทศพร แสงสว่าง. (2560). **ประวัติการถ่ายภาพ**. Retrieved 8 ธันวาคม 2560, 2560, from <https://photop.wikispaces.com/ประวัติการถ่ายภาพ>
- ภัษมณี แก้วสง่า, นิศาชล จำนงศรี. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย**. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 6(1), 91.
- วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. (2557). **tourism camera and death**. **TAT Tourism Journal** จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557(4), 38.
- เศรษฐศาสตร์ อุปมายันต์. (2556). **ประวัติการถ่ายภาพ**. Retrieved 8 ธันวาคม 2560, from <http://basic-photo2.blogspot.com/2013/11/blog-post.html>
- สิริชญา วงษ์อาทิตย์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย** วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 10(1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559), 119.
- Foucault, M. (1976). **The Birth og the Clinic**. London : Tavistock.
- Green, M. (1990). **The Spectacle of Nature**. Manchester : Manchester University Press.
- Osbrone, P. (2000). **Traveling light : Photography, Travel and Visual Culture**: Manchester : Manchester University Press.
- Sarah Gillet, Pualina Schmitz, Ondrej Mitas. (2013). **The Snap-Happy Toursit : The Effects of Photograping Behavior on Tourists' Happiness**. **Journal of Hospitalit & Tourism Research**, 1.
- Schivelbusch, E. (1986). **The railway journey : Trains and travel in the Nineteenth Century**. Oxford : Blackwell.
- Sheller, M. (2003). **Consuming the Caribbean**. London : Routledge.
- Tuan, Y. (1980). **Topofillia**. Sao Paulo, Brazil: Difel.
- Urry, J. (1990). **Tourist gaze : Leisur and Travel in Comtemporany Societies**. Sage Publication : London.
- Urry, J. (2002). **Tourist gaze : Leisur and Travel in Comtemporany Societies**. Sage Publication : London.