

Tourist Gaze และ Stage Authenticity ในบริบทการอนุรักษ์เชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาคาเฟ่ YEN.CNX จังหวัดเชียงใหม่

มณีวรรณ ชาตวนิช^{1*} สมภพ ชาตวนิช¹ และบุญเพชร พึ่งย้อย²

¹คณะกรรมการจัดการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

²โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร (มัธยมศึกษา)

*Corresponding Author Email: Maneewan.ch@dtc.ac.th

Received: April 30, 2025; Revised: July 15, 2025; Accepted: July 29, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกรณีของคาเฟ่ YEN.CNX จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่คัดใบยาสูบเก่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การออกแบบพื้นที่ของคาเฟ่ YEN.CNX ผ่านกรอบแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงจริยธรรมจากการเปิดเผยกระบวนการทำงานของแรงงานในพื้นที่บริการเชิงวัฒนธรรม และเพื่อเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับหลักการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและให้ความเคารพต่อศักดิ์ศรีของแรงงาน การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ และการวิเคราะห์ภาพถ่ายเชิงทัศนียภาพ (Visual Analysis) ผลการศึกษาพบว่า YEN.CNX เป็นพื้นที่บริการเชิงสร้างสรรค์ที่มีความพยายามรักษาความแท้จริงผ่านการเล่าเรื่องของแรงงานในอดีต แต่ในขณะเดียวกัน การเปิดเผยกระบวนการแรงงานจริงในรูปแบบของความงามเชิงท่องเที่ยวกลับสะท้อนปัญหาจริยธรรมด้านศักดิ์ศรีและการสื่อสารเชิงอำนาจที่ไม่สมดุล บทความเสนอว่า พื้นที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการเล่าเรื่อง เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ที่มีความหมายทั้งในเชิงวัตถุและคุณค่าทางสังคมร่วมสมัย

คำสำคัญ: สายตานักท่องเที่ยว ความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การนำกลับมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Tourist Gaze and Staged Authenticity in the Context of Creative Conservation: A Case Study of YEN.CNX Café, Chiang Mai

Maneewan Chatawanich^{1*}, Somphob Chatawanich¹ and Boonphet Puengyoi²

¹Faculty Management Dusit Thani College

²The Demonstration School of Silpakorn University (Secondary)

*Corresponding Author Email: Maneewan.ch@dtc.ac.th

Received: April 30, 2025; Revised: July 15, 2025; Accepted: July 29, 2025

Abstract

This article examined the case of YEN.CNX, a café located in a former tobacco leaf sorting factory in Chiang Mai, Thailand. The study aimed to analyze the spatial design of the café through the conceptual frameworks of the Tourist Gaze and Staged Authenticity, to explore the ethical implications of revealing labor processes within a cultural service setting, and to propose design strategies for creative business spaces that align with cultural heritage conservation and respect for labor dignity. Using case study methodology, secondary data collection, and visual analysis, the study investigated how the site balanced historical storytelling with aesthetic experience. The findings indicated that while YEN.CNX presented a curated narrative of local labor heritage, the visual exposure of labor processes as part of a touristic aesthetic raised ethical concerns regarding labor dignity and asymmetrical power in storytelling. The article argued that creative tourism spaces should adopt ethical communication strategies and foster community participation in shaping narratives to ensure meaningful preservation, both materially and socio-culturally.

Keywords: Tourist Gaze, Staged Authenticity, Heritage Conservation, Adaptive Reuse, Creative Tourism Business

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวโน้มการบูรณาการเก่าเพื่อปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการใช้พื้นที่ (adaptive reuse) ได้กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างประสบการณ์ใหม่ทางวัฒนธรรม และขยายอัตลักษณ์ของเมืองในมิติที่ร่วมสมัย (UNESCO, 2011) การท่องเที่ยวในพื้นที่เชิงอุตสาหกรรมและพื้นที่มรดกวัฒนธรรม (heritage tourism) จึงไม่ได้เน้นเพียงการชมสถาปัตยกรรม แต่ยังครอบคลุมการสัมผัสวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และประวัติศาสตร์ของพื้นที่นั้น ๆ อย่างไรก็ตาม การออกแบบพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้ “มองเห็น” แรงงาน หรือกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมในพื้นที่จริง ได้ก่อให้เกิดข้อถกเถียงเกี่ยวกับขอบเขตของการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการบริโภควัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ กรณีศึกษาของบทความนี้ คือ YEN.CNX คาเฟ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ของโรงงานคัดใบยาสูบเก่า ทางทีมออกแบบได้นำเสนอสถาปัตยกรรมเดิมโดยคงโครงสร้างไม้เก่าและหลังคาสังกะสี พร้อมเสริมผนังกระจกโปร่งแสงเพื่อเปิดเผยกระบวนการทำงานบางส่วนที่ยังดำเนินต่อไปในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้คาเฟ่ดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ผู้บริโภคที่ต้องการประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย อย่างมีนัยยะสำคัญ อย่างไรก็ตาม การเปิดเผยกระบวนการการทำงานจริงให้ลูกค้าในร้านได้มองเห็นอย่างใกล้ชิด กลับกลายเป็นประเด็นที่ทำลายทางจริยธรรม เมื่อสื่อสังคมออนไลน์บางส่วนมองสิ่งนี้เป็น “การจัดฉากความแท้จริง” หรือหนักกว่านั้น ถึงขั้นเปรียบเปรยว่าเป็น “Human Zoo” หรือที่เรียกว่า การจัดแสดงมนุษย์ สถานการณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างเจตนาในการอนุรักษ์และความรับรู้ของสังคมต่อการจัดการพื้นที่บริการเชิงวัฒนธรรม

บทความนี้จึงมุ่งวิเคราะห์กรณีของ YEN.CNX คาเฟ่ ผ่านกรอบแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบพื้นที่วัฒนธรรมกับการรับรู้ของผู้มาเยือน ตลอดจนเสนอแนะแนวทางในการออกแบบพื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเหมาะสมทางจริยธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การออกแบบพื้นที่ของคาเฟ่ YEN.CNX ผ่านแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity ในบริบทของการถ่ายทอดอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาลักษณะของการรับรู้และการตีความหมายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพื้นที่บริการเชิงวัฒนธรรมของคาเฟ่
3. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่บริการเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับหลักการอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมสมัย

การทบทวนวรรณกรรม

บทความนี้ใช้แนวคิดหลักจำนวน 3 แนวคิด มาเป็นกรอบในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดสายตานักท่องเที่ยว (Tourist Gaze) แนวคิดความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก (Staged Authenticity) และแนวคิดการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม (Heritage Conservation) โดยมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจบริบทของการออกแบบพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่แฝงการจัดแสดงแรงงานและอดีตอุตสาหกรรมผ่านประสบการณ์นักท่องเที่ยวในคาเฟ่ YEN.CNX

1. แนวคิดสายตานักท่องเที่ยว (Tourist Gaze)

สายตานักท่องเที่ยว (Tourist Gaze) หมายถึง กระบวนการที่นักท่องเที่ยวรับรู้และตีความสิ่งที่พบเห็นผ่านกรอบความคาดหวัง ประสบการณ์ และวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ใช่การรับรู้สิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นกลาง (Urry, 1990) นักท่องเที่ยวมักแสวงหาความแตกต่าง ความแปลกใหม่ หรือความแท้จริง ซึ่งส่งผลต่อวิธีการมองและประสบการณ์ที่ได้รับ

ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ John Urry (1990) อธิบายว่าการมองของนักท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงการจ้องมองแบบเป็นกลาง แต่เป็นการรับรู้ผ่านกรอบวัฒนธรรม ความคาดหวัง และภาพจำของนักท่องเที่ยว แนวคิดนี้ได้ถูกพัฒนาต่อในภายหลังโดย Urry and Larsen (2011) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า Tourist Gaze ในยุคดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย การแชร์ภาพ และ วีรวิ ซึ่งทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นทั้งสิ่งที่ "ถูกมอง" และ "จัดแสดง" พร้อมกัน

ในกรณีของ YEN.CNX พื้นที่คาเฟ่ที่ถูกดัดแปลงจากโรงงานคัตไบยาสูบเก่า ได้รับการออกแบบให้เล่าเรื่อง ผ่านการจัดวางวัตถุโบราณ พื้นที่เปิด และมุมมองกระจกใส ที่เปิดให้ลูกค้าสามารถมองเห็นกระบวนการทำงานของแรงงาน ภายในร้าน ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าเป็นการสร้างประสบการณ์การมองแบบ Tourist Gaze โดยเฉพาะในเชิงสุนทรียะที่ กระตุ้นความรู้สึก “ย้อนยุค” และ “จริงจัง” ซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

2. แนวคิดความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก (Staged Authenticity)

ความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก (Staged Authenticity) หมายถึง กระบวนการที่สถานที่ท่องเที่ยวหรือชุมชน ออกแบบนำเสนอพื้นที่หรือประสบการณ์ให้ดูเหมือนแท้จริง เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แม้ว่าสิ่งที่แสดงออกมาอาจได้รับการจัดเตรียมหรือวางแผนมาก่อน (MacCannell, 1973) แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าความแท้จริงใน ประสบการณ์การท่องเที่ยวมักเป็นผลผลิตของการจัดการพื้นที่และการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการบริโภค แนวคิดของ MacCannell ยังอธิบายว่าแม้ประสบการณ์ที่ดูเหมือนจะ “แท้จริง” ในการท่องเที่ยวก็อาจเป็นผลจากการจัดฉาก ล่วงหน้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่พยายามแสดง “ชีวิตประจำวัน” ของชุมชนท้องถิ่น “Staged Authenticity” หรือการจัดฉากความแท้จริงของวัฒนธรรม ไม่จำเป็นต้องมีความหมายในทางลบเสมอไป หากได้รับการออกแบบอย่างระมัดระวัง ก็สามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความเข้าใจเกี่ยวกับ วัฒนธรรมให้กับผู้ชมได้อย่างลึกซึ้งและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามหากกระบวนการนำเสนอขาดความละเอียดอ่อนต่อ คัดค้านหรือความเป็นมนุษย์ของเจ้าของวัฒนธรรม หรือไม่เปิดโอกาสให้พวกเขามีเสียงและบทบาทในการกำหนดวิธีการ นำเสนอวัฒนธรรมของตนเอง การจัดฉากดังกล่าวก็อาจนำไปสู่การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นเพียงวัตถุเพื่อการบริโภค (Cultural Objectification) ซึ่งเป็นการลดทอนความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างไม่เหมาะสม

กรณีศึกษาของ YEN.CNX สะท้อนการจัดฉากความแท้จริงผ่านมุมมองในคาเฟ่ที่ลูกค้าสามารถมองเห็นแรงงาน กำลังทำงานอยู่เบื้องหลัง ความใสใจด้านการตกแต่งและการกำหนดตำแหน่งมุมมองกลายเป็นการควบคุม “สิ่งที่ควรถูก มอง” และ “ใครควรถูกมอง” ซึ่งตั้งคำถามเชิงจริยธรรมเกี่ยวกับศักดิ์ศรีแรงงาน และการเล่าเรื่องด้านเดียวของพื้นที่

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบ Tourist Gaze และ Stage Authenticity

ประเด็นเปรียบเทียบ	สายตานักท่องเที่ยว (Tourism Gaze)	ความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก (Staged Authenticity)
ความหมาย	วิธีการที่นักท่องเที่ยวรับรู้และตีความสิ่งที่เห็นผ่านกรอบวัฒนธรรม	การจัดฉากหรือเปิดเผยประสบการณ์ที่ดูเหมือนของจริงเพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัส
จุดเน้นหลัก	กระบวนการการมองและสร้างความหมายจากประสบการณ์	การจัดการพื้นที่เพื่อให้ประสบการณ์ดูแท้จริง
ความสัมพันธ์กับพื้นที่	พื้นที่ที่ถูกมองและตีความผ่านสายตานักท่องเที่ยว	พื้นที่ที่ถูกออกแบบเพื่อรับชมและประสบการณ์
ลักษณะการเกิด	เกิดจากทัศนคติและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเอง	เกิดจากการจัดการพื้นที่โดยผู้ให้บริการหรือชุมชน

ตัวอย่างกรณีศึกษาของ YEN.CNX	ลูกค้ามองแรงงานผ่านผนังกระจกด้วย ความคาดหวังถึงความแท้จริง	การวางโครงสร้างพื้นที่ใหม่มองเห็นการ ทำงานจริงในลักษณะที่ควบคุมได้ สร้าง ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ
---------------------------------	---	--

ที่มา: เรียบเรียงโดยผู้เขียนจากแนวคิดของ Urry (1990) and MacCannell (1973)

จากตารางแสดงให้เห็นว่า แนวคิดสายตานักท่องเที่ยว (Tourist Gaze) และแนวคิดความแท้จริงที่ถูกจัดฉาก (Staged Authenticity) มีความเกี่ยวพันกันอย่างลึกซึ้งในบริบทของการออกแบบพื้นที่การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรณีศึกษาของคาเฟ่ Yen.CNX ซึ่งจะวิเคราะห์ในรายละเอียดต่อไปในบทความนี้

3. แนวคิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Conservation)

แนวคิดการอนุรักษ์ในปัจจุบัน เช่นแนวคิด “Historic Urban Landscape” ของ UNESCO (2011) เน้นให้เห็นความสำคัญของการรักษา “ความหมาย” และ “เจตจำนงของท้องถิ่น” ควบคู่ไปกับการรักษาสีปลูกสร้าง โดยเฉพาะหลัก “Historic Urban Landscape” ที่เน้นให้พื้นที่ได้รับการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์โดยไม่ตัดขาดจากรากวัฒนธรรมเดิม แนวคิดนี้สัมพันธ์กับการนำพื้นที่อุตสาหกรรมเก่ากลับมาใช้ใหม่ (adaptive reuse) โดยที่ไม่เพียงแค่เปลี่ยนฟังก์ชัน แต่ต้องถ่ายทอดคุณค่าทางสังคมของพื้นที่เดิมด้วย

กรณีของคาเฟ่ YEN.CNX เป็นตัวอย่างของพื้นที่ที่ดึงเอาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และแรงงานมาสร้างเป็นภาพจำใหม่ในรูปแบบคาเฟ่ แต่ยังคงความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของโรงงานยาสูบผ่านการตกแต่งและการนำเสนอเรื่องราว อย่างไรก็ตาม การดึงอดีตมาแสดงในรูปแบบธุรกิจบริการก็ต้องพิจารณาความเหมาะสมทางจริยธรรมควบคู่ไปด้วย

นอกจากแนวคิดหลักทั้งสามแล้ว ยังมีการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องนำมาประกอบ ได้แก่

การออกแบบพื้นที่เชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจมรดก

ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมด้วยการนำแนวคิด adaptive reuse หรือการปรับเปลี่ยนการใช้สอยพื้นที่เดิมมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูเมืองและพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (UNESCO, 2013) โดยมุ่งให้พื้นที่เดิมซึ่งเคยมีฟังก์ชันทางอุตสาหกรรมสามารถเปลี่ยนผ่านสู่พื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่บริการโดยยังคงคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาไรเก่าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในโคลอมเบีย (Williams, 2011) การอนุรักษ์โรงงานเก่าในยุโรปให้เป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะและพื้นที่สร้างสรรค์การออกแบบเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังช่วยรักษาความทรงจำของพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่ต่อไปในรูปแบบใหม่ Zeitz MOCAA ในประเทศแอฟริกาใต้ เป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัยคัดแปลงจากไซโลเก่าในเคปทาวน์ โดยใช้แนวคิดการคงสถาปัตยกรรมอุตสาหกรรมและเติมฟังก์ชันการเรียนรู้ และศิลปะร่วมสมัย (Saayman, 2020)

การออกแบบพื้นที่เหล่านี้มีจุดร่วมในการเน้นทั้งการรักษารูปแบบทางกายภาพและการเล่าเรื่อง (narrative) ของสถานที่เพื่อสื่อสารกับผู้ใช้งานยุคใหม่ทั้งยังสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากอุตสาหกรรมสู่เศรษฐกิจแห่งประสบการณ์ (Experience Economy)

การท่องเที่ยวกับความแท้จริงและการรับรู้เชิงจริยธรรม

Wang (1999) เสนอการจำแนกความแท้จริง (authenticity) ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แท้จริงตามวัตถุประสงค์ (Object-based authenticity) แท้จริงตามการตีความ (Constructive authenticity) แท้จริงในประสบการณ์ส่วนบุคคล (Existential authenticity) แนวคิดแท้จริงในประสบการณ์ส่วนบุคคล (Existential authenticity) เป็นกรอบที่ช่วยอธิบายว่าผู้บริโภคไม่ได้แสวงหาความจริงทางประวัติศาสตร์เสมอไป แต่แสวงหาความรู้สึกเชื่อมโยงบางอย่างกับ

สถานที่ ซึ่งอาจถูกออกแบบขึ้นอย่างมีชั้นเชิงภายใต้การจัดฉาก อย่างไรก็ตามนักวิชาการบางกลุ่ม เช่น Cohen (2004) ชี้ให้เห็นว่าการจัดฉากแฝงด้วยเจตนาทางเศรษฐกิจโดยขาดการรับรู้จากเจ้าของวัฒนธรรมอาจนำไปสู่การ “exoticization” หรือการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งประหลาดเพื่อการเสพ

การเปิดเผยแรงงานในพื้นที่บริการ: ระหว่างการให้ความรู้กับการละเมิด

ในงานของ Silverstone (2007) ได้กล่าวถึงแนวคิดพื้นที่สาธารณะผ่านสายตาสื่อ (Mediapolis) สามารถส่งผลกระทบต่อการศึกษาพื้นที่โดยผู้ชม โดยเฉพาะเมื่อแรงงานถูกมองผ่านกรอบของภาพถ่าย หรือผ่านโครงสร้างสถาปัตยกรรม (เช่นกระจกใส) กรณีแรงงานถูกทำให้ “มองเห็นได้” อาจถูกตีความได้ทั้งในเชิงบวก คือ การให้คุณค่าแรงงาน หรือเชิงลบ คือ การละเมิดสิทธิในการไม่ถูกจับจ้อง ขึ้นอยู่กับเจตนาในการนำเสนอ และการมีส่วนร่วมของแรงงานในการออกแบบประสบการณ์ดังกล่าว

การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Conservation)

แนวทางการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมสมัยใหม่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการอนุรักษ์อาคารเท่านั้น แต่ยังเน้นบริบททางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ร่วมด้วย (UNESCO, 2011) หลักการ "Historic Urban Landscape" ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน พื้นที่ และความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสถานที่

บริบทไทยธุรกิจสร้างสรรค์กับการเล่าเรื่องวัฒนธรรม

ในประเทศไทย แนวโน้มการนำประวัติศาสตร์มาสร้างแบรนด์เริ่มเห็นชัด เช่น บ้านช้างวัด จังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่สร้างสรรค์ที่ใช้บ้านเก่าท้องถิ่นเป็นพื้นที่ฝีมือ และกิจกรรมชุมชนซึ่งมีการใช้เรื่องเล่าแบบมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าของบ้านกับนักท่องเที่ยว ล้ง 1919 กรุงเทพมหานคร ที่เคยดัดแปลงโกดังเก่าริมน้ำเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจีน การเล่าเรื่องในสถานที่เน้นประวัติศาสตร์ครอบครัวและความเชื่อ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางจิตวิญญาณให้พื้นที่ ซึ่งทั้งสองกรณีแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จในการดัดแปลงพื้นที่เชิงวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับกรอบการออกแบบ ประสบการณ์ที่ให้เสียงแก่เจ้าของวัฒนธรรม และความเคารพความรู้สึกของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่นั้นอย่างแท้จริง

การวิเคราะห์กรณีศึกษา (Case Study Analysis)

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์กรณีศึกษา (Case Study Analysis) เพื่อเจาะลึกการออกแบบพื้นที่บริการวัฒนธรรมในบริบทของธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเลือกคาเฟ่ YEN.CNX จังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษาหลัก โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้ คือ การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Collection) โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ บทความข่าว และการรีวิวจากผู้ใช้บริการ วิเคราะห์คำวิจารณ์เพื่อประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่ การวิเคราะห์เชิงทฤษฎี (Theoretical Analysis) โดยใช้กรอบแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity วิเคราะห์พื้นที่ในเชิงสายตาและการสื่อสาร เชื่อมโยงกับแนวคิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และจริยธรรมการออกแบบเพื่อประเมินระดับการเคารพต่อบริบทและแรงงานในพื้นที่ การวิเคราะห์ภาพถ่ายและสื่อ (Visual Analysis) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่จากภาพถ่าย เช่น ตำแหน่งที่นั่ง ทิศทางการมองเห็นและกรอบกระจก โดยพิจารณาว่าภาพถ่ายที่เผยแพร่มีลักษณะ “จัดฉาก” หรือ “บังเอิญ” และผลของการนำเสนอภาพเหล่านี้ต่อสังคมออนไลน์ วิธีการศึกษานี้ช่วยให้สามารถวิเคราะห์ได้ทั้งเชิงโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม และโครงสร้างการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ตลอดจนผลกระทบทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารในพื้นที่สร้างสรรค์ดังกล่าว

ภาพรวมของคาเฟ่ YEN.CNX ตั้งอยู่ในพื้นที่โรงงานคัตไบยาสุบเก่ากลางเมืองเชียงใหม่ เปิดตัวในปี 2022 โดยการออกแบบคำนึงถึงการคงโครงสร้างดั้งเดิม เช่น โครงไม้เก่า หลังคาสังกะสี และปรับเปลี่ยนบางส่วน เช่น การใช้ผนังกระจกเพื่อเพิ่มความโปร่งใสพื้นที่ใกล้เคียงคงกระบวนการจัดการไบยาสุบจริง ซึ่งผู้มาเยือนสามารถมองเห็นได้จากบริเวณนั่งภายในร้าน Tourist Gaze ที่เกิดขึ้นในคาเฟ่ YEN.CNX ผู้บริโภคหรือผู้มาเยือนที่นั่งจิบกาแฟในร้าน สามารถมองเห็น

แรงงานหญิงที่กำลังทำงานกับใบยาสูบ การมองดังกล่าวสะท้อนการเกิด Tourist Gaze อย่างชัดเจน ที่ผู้มาเยือนเสพประสบการณ์ "ของแท้" และ "ชีวิตจริง" ผ่านการรับชมแรงงานในพื้นที่

Staged Authenticity ในพื้นที่แม้ว่ากระบวนการทำงานจะเป็นของจริง แต่การเปิดเผยพื้นที่ของร้านให้รับชมได้สะดวก พร้อมกับการจัดวางกรอบ (frame) มุมมอง และทิศทางการนั่งภายในร้าน ถือเป็นกระบวนการของ staged authenticity เพื่อการรับรู้ที่สวยงามขึ้น เป็นการออกแบบที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้สัมผัส "ชีวิตจริง" โดยไม่ทำลายความแท้จริง



ภาพที่ 1 คาเฟ่ YEN CNX. ที่ปรับปรุงจากโรงงานคัดใบยาสูบเก่า (ที่มา: room.baanlasuan.com, 2022)

ข้อถกเถียงทางสังคม

กระแสวิพากษ์จากสังคมออนไลน์ว่าการทำเช่นนี้เปรียบเสมือน "Human Zoo" สะท้อนถึงความละเอียดอ่อนทางจริยธรรมที่ผู้ประกอบการต้องตระหนัก แม้ทีมงานจะชี้แจงว่ากระบวนการทำงานเป็นกิจกรรมจริงที่ดำรงอยู่ ไม่ใช่การจัดแสดงเพื่อการบริโภค



ภาพที่ 2 บรรยากาศการทำงานของแรงงานในโรงงานคัดใบยาสูบซึ่งมองเห็นได้จากบริเวณที่นั่งของลูกค้าภายในคาเฟ่ YEN.CNX ภาพนี้ถูกใช้เป็นตัวอย่างการอภิปราย ประเด็น Tourist Gaze และความท้าทายทางจริยธรรมเกี่ยวกับการนำเสนอกระบวนการทำงานจริงในพื้นที่บริการ

(ที่มา: spacebar.th, 2025, <https://spacebar.th/culture/drama-yen-cnx-human-zoo>)

สรุป

บทความนี้ศึกษากรณีของคาเฟ่ YEN.CNX จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่โรงงานคัดปายาสูปเก่า โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อวิเคราะห์การออกแบบพื้นที่ผ่านแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity 2) เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงจริยธรรมจากการเปิดเผยกระบวนการทำงานของแรงงานในพื้นที่บริการเชิงวัฒนธรรม และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับหลักการอนุรักษ์มรดกและศักดิ์ศรีแรงงาน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการออกแบบพื้นที่ผ่านกรอบแนวคิด Tourist Gaze และ Staged Authenticity

คาเฟ่ YEN.CNX เป็นตัวอย่างของการนำพื้นที่อุตสาหกรรมเก่ามาใช้ใหม่ (adaptive reuse) โดยรักษาโครงสร้างเดิมของอาคาร ผสานเข้ากับการตกแต่งเชิงวัฒนธรรมที่กระตุ้นอารมณ์ร่วมและความทรงจำของผู้มาเยือน การจัดวางพื้นที่ภายใน เช่น มุมกระจกที่สามารถมองเห็นแรงงานขณะทำงาน และการจัดแสงวัสดุที่ชวนให้นึกถึงอดีต สะท้อนการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิด Tourist Gaze ซึ่งกำกับสายตาของนักท่องเที่ยวให้สัมผัสกับ “ฉากของความจริง” ที่ถูกจัดเตรียมมาแล้วอย่างมีเจตนา ทั้งยังสัมพันธ์กับแนวคิด Staged Authenticity ที่เผยให้เห็นความพยายามในการแสดงความแท้จริงของสถานที่โดยผ่านการคัดเลือกสิ่งที่จะให้ถูกมอง

2. ด้านผลกระทบเชิงจริยธรรมจากการเปิดเผยกระบวนการทำงานของแรงงาน

แม้การเปิดเผยกระบวนการแรงงานในคาเฟ่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสะท้อนความเชื่อมโยงกับอดีตแรงงานท้องถิ่น แต่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การเปิดพื้นที่ให้แรงงานกลายเป็น “ฉากหนึ่งของประสบการณ์ผู้บริโภค” โดยไม่มีการอธิบายหรือเสียงจากแรงงานเอง กลับกลายเป็นประเด็นเชิงจริยธรรมเกี่ยวกับศักดิ์ศรี ความเป็นส่วนตัว และอำนาจในการเล่าเรื่อง การเปลี่ยนแรงงานให้เป็นวัตถุที่ถูกมองในพื้นที่เชิงสุนทรียะอาจนำไปสู่การลดทอนคุณค่าของมนุษย์และความซับซ้อนของบริบทสังคมที่ควรถูกสื่อสารอย่างรอบด้าน

3. ด้านข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบพื้นที่สร้างสรรค์บนฐานของการอนุรักษ์และศักดิ์ศรีแรงงาน

บทความนี้เสนอว่าการออกแบบพื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ในบริบทมรดกวัฒนธรรมควรคำนึงถึงทั้ง “ความหมายร่วม” และ “จริยธรรมในการสื่อสาร” มากกว่าการจัดแสดงที่เน้นเฉพาะความสวยงามหรือความดึงดูดต่อนักท่องเที่ยว แนวทางที่เหมาะสมควรเปิดโอกาสให้ชุมชนหรือแรงงานในพื้นที่มีส่วนร่วมในการกำหนดเรื่องเล่า โดยใช้กระบวนการร่วมสร้าง (co-creation) และการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม (ethical storytelling) ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ที่มีความหมายทั้งในเชิงวัตถุ สังคม และศักดิ์ศรีของมนุษย์ร่วมสมัย

การอภิปรายผล

ความเปราะบางระหว่างการอนุรักษ์กับการบริโภค

กรณีของ YEN.CNX แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางระหว่างการพยายามอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมกับการแปรเปลี่ยนพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์สำหรับการบริโภคทางท่องเที่ยว การคงอยู่ของแรงงานและกระบวนการทำงานจริง เป็นความพยายามในการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่การเปิดเผยผ่านกระจกให้ลูกค้าได้ชมก็เสี่ยงต่อการถูกมองว่าลดทอนศักดิ์ศรีของแรงงาน ความเข้าใจผิดและการตอบสนองที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์สะท้อนความคาดหวังใหม่ ๆ ของสังคมในเรื่องการให้เกียรติแรงงานและการรักษาความเคารพต่อมนุษย์ในพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ Tourist Gaze และ Staged Authenticity ใน YEN.CNX โดย Tourist Gaze ที่เกิดขึ้นใน YEN.CNX คือการที่นักท่องเที่ยวมองแรงงานผ่านกรอบความคาดหวังเกี่ยวกับความแท้จริงและความเป็นพื้นถิ่น โดยไม่ได้มีความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับชีวิตและบริบทของแรงงาน ในขณะเดียวกันการเปิดเผยพื้นที่การทำงานจริงในลักษณะการจัดวางกรอบ (frame)

ก็ทำให้เกิด Staged Authenticity ซึ่งเป็นการออกแบบประสบการณ์โดยใช้ความจริงแต่จัดการการรับรู้ให้เหมาะสมกับการบริโภคทางสายตา

Tourist Gaze กับการมองเห็นในยุคดิจิทัล

Urry and Larsen (2011) ชี้ให้เห็นว่า Tourist Gaze ในยุคปัจจุบันถูกหล่อหลอมด้วยโซเชียลมีเดียและภาพที่ถูกแชร์อย่างรวดเร็ว ในกรณีของ YEN.CNX ลูกค้าน่าจะได้เป็นเพียงนักท่องเที่ยวผู้เสพประสบการณ์ แต่ยังเป็นผู้สร้างภาพ (image-maker) ด้วยการถ่ายภาพ แชร์ และเขียนคำบรรยาย ภาพแรงงานหญิงที่ถูกถ่ายโดยไม่ได้รับการอนุญาตและเผยแพร่สู่สาธารณะ อาจละเมิดศักดิ์ศรีของแรงงานโดยไม่รู้ตัว นอกจากนี้การจัดกรอบการมองผ่านประสบการณ์ ซึ่งอาจถูกเข้าใจว่าเป็นการชี้นำการตีความ (framing) ให้ตรงกับความคิดของนักท่องเที่ยว โดยไม่เปิดพื้นที่ให้เจ้าของเรื่องเล่าได้บอกเล่าด้วยตนเอง

จริยธรรมของการจัดฉากความจริง

MacCannell (1973) เคยกล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวแสวงหาความแท้จริงในสิ่งที่ดูเหมือนจริง มากกว่าความจริงดั้งเดิม แต่ในยุคที่สังคมตระหนักถึงสิทธิแรงงานและความเป็นมนุษย์มากขึ้น การจัดฉากความจริงจึงไม่ใช่เพียงเรื่องการออกแบบทางกายภาพเท่านั้นหากแต่เป็นเรื่องของอำนาจในการเล่าเรื่อง และความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่า ในกรณีของ YEN.CNX สิ่งที่ขาดไป คือ เสียงของแรงงานและความสนใจในการปรากฏตัว การจัดฉากจึงควรถูกออกแบบด้วยหลักจริยธรรมในการสื่อสารและไม่ใช้วัฒนธรรมหรือแรงงานเป็นเพียงส่วนประกอบตกแต่งประสบการณ์ซึ่งเป็นการทำลายของผู้ประกอบการ

ประเด็นจริยธรรมในการออกแบบประสบการณ์

บทเรียนสำคัญจากกรณีนี้ คือ ความจำเป็นในการสื่อสารเจตนาและบริบทของพื้นที่อย่างชัดเจน รวมถึงการเปิดพื้นที่ให้แรงงานมีบทบาทเชิงรุกในการเล่าเรื่องราวของตนเอง การเคารพศักดิ์ศรีของแรงงาน การไม่ทำให้การทำงานกลายเป็นเพียงวัตถุสำหรับการจับจ้อง เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีจริยธรรม

ข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่วัฒนธรรมและธุรกิจสร้างสรรค์

ควรมีการจัดทำป้ายหรือสื่ออธิบายอย่างชัดเจนว่าแรงงานที่ปรากฏในพื้นที่นั้นเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตจริง ไม่ใช่การแสดง และเป็นการทำงานโดยสมัครใจ รวมทั้งควรให้ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของพื้นที่อย่างครบถ้วน เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเชิงลึก และควรมีแนวทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับการถ่ายภาพแรงงาน เช่น การขออนุญาตก่อนเผยแพร่ภาพแรงงาน หรือมีสัญลักษณ์บอกจุดที่ห้ามถ่ายภาพ เพื่อคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลของแรงงานในพื้นที่



ภาพที่ 3: ภาพจำลองการนำเสนอกระบวนการการทำงานจริงในพื้นที่บริการ เพื่ออธิบายประเด็น

Tourist Gaze และความท้าทายทางจริยธรรม (ภาพถ่ายจำลองเพื่อการเขียนบทความ)

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

การสื่อสารความหมายของพื้นที่

ควรมีการจัดทำสื่อข้อมูล เช่น ป้าย แผ่นพับ หรือสื่อดิจิทัล เพื่ออธิบายประวัติศาสตร์ของโรงงาน กระบวนการผลิตใบยาสูบ และบทบาทของแรงงานในพื้นที่อย่างละเอียด เพื่อให้ผู้มาเยือนมีความเข้าใจอย่างถูกต้อง

การมีส่วนร่วมของแรงงานและชุมชน

การเปิดโอกาสให้แรงงานหรือสมาชิกในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การจัดเวิร์กช็อปหรือการบอกเล่าเรื่องราวด้วยตนเอง จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและลดความรู้สึกว่าเป็นการจัดแสดง

การออกแบบพื้นที่อย่างมีจริยธรรม

การจัดสรรพื้นที่ให้แรงงานมีความเป็นส่วนตัว และมีสิทธิเลือกเปิดเผยตนเองหรือไม่ เป็นหัวใจสำคัญ การจัดเส้นทางชมที่ไม่ล่วงล้ำพื้นที่ทำงาน และการเคารพในการถ่ายภาพหรือการเผยแพร่ภาพแรงงาน เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

การมองของนักท่องเที่ยวถูกกำกับโดยบริษัท

กรอบของการมองที่เกิดจากการออกแบบพื้นที่ เช่น กระบอก มุมที่นั่ง และองค์ประกอบแสง มีผลต่อความรู้สึกแท้จริงต่อการรับรู้ของผู้มาเยือน ซึ่งไม่ได้เป็นสิ่งที่เป็กลางตามพื้นที่ที่ต้องการ

ความเข้าใจผิดในสื่อออนไลน์ส่งผลต่อภาพลักษณ์

การตีความแบบการจัดแสดงมนุษย์ (Human Zoo) ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ สะท้อนว่าการเล่าเรื่องเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีการวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ละเอียดอ่อนและรอบด้านมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์ในพื้นที่สร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงอดีตอุตสาหกรรมกับการท่องเที่ยวผ่านกรณีศึกษา YEN.CNX ผู้เขียนขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. การออกแบบพื้นที่ให้คำนึงถึงจริยธรรมในการนำเสนอ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ “การเล่าเรื่องแรงงาน” อย่างรอบด้าน โดยไม่เน้นเพียงความสวยงามเชิงสุนทรีย์ แต่ควรสะท้อนถึงคุณค่าของแรงงาน และบริบททางสังคมที่แท้จริง

ควรหลีกเลี่ยงการทำให้แรงงานหรืออดีตถูกทำให้กลายเป็นเพียงวัตถุทางภาพ (objectification)

2. การเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเล่าเรื่อง

การเล่าเรื่องของสถานที่ควรมีการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นหรือผู้มีประสบการณ์ตรง เพื่อให้การสื่อสารสะท้อนมุมมองหลายมิติ

การใช้ storytelling แบบร่วมสร้าง (co-created narrative) ช่วยเพิ่มคุณค่าทางสังคมและลดความเสี่ยงของการจัดฉากความจริง

3. การใช้แนวทางการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม (Ethical Communication)

ควรกำหนดหลักการหรือแนวทางในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ลดทอนศักดิ์ศรีของบุคคลในเรื่องเล่าของสถานที่ ตัวอย่างเช่น การใช้ป้ายอธิบายที่มีทั้งเนื้อหาข้อมูลและเสียงของเจ้าของพื้นที่, การไม่จัดแสดงกิจกรรมแรงงานในลักษณะที่ถูกควบคุมเฉพาะเพื่อให้เกิดความประทับใจ

4. การพัฒนาแนวปฏิบัติสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อนุรักษ์

ควรมีแนวทางส่งเสริมให้ธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้พื้นที่อนุรักษ์สามารถรักษาความสมดุลระหว่าง “การอนุรักษ์” กับ “การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว”

องค์กรท้องถิ่นหรือหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรสนับสนุนการอบรมหรือออกคู่มือสำหรับการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างมีความรับผิดชอบ

5. การวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมของ staged authenticity

งานวิจัยเชิงลึกที่ติดตามผลกระทบทางอารมณ์และทัศนคติของผู้เยี่ยมชม รวมถึงการรับรู้ของชุมชนในพื้นที่จริง จะช่วยให้เกิดการออกแบบพื้นที่เชิงท่องเที่ยวที่สมดุลและมีความหมายมากขึ้นในอนาคต

References

- Barthes, R. (1977). *Image–music–text* (S. Heath, Trans.). Fontana Press.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- room.baanlaesuan.com. (2022). *YEN.CNX Chiang Mai cafe in an old tobacco leaf sorting factory*. Retrieved from <https://room.baanlaesuan.com/254110/commercial/cafe/yen-cnx>
- Saayman, M. (2020). Contemporary developments in tourism heritage: The case of Zeitz MOCAA. *South African Journal of Cultural Studies*, 15(2), 98–112.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality: On the rise of the mediapolis*. Polity Press.
- spacebar.th. (2025, April). *YEN.CNX: Cafe or Human Zoo?* Retrieved from <https://spacebar.th/culture/drama-yen-cnx-human-zoo>
- UNESCO. (2011). *Recommendation on the historic urban landscape*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved from <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-638-98.pdf>
- UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways*. United Nations Development Programme & UNESCO. Retrieved from <https://en.unesco.org/creativity/publications/creative-economy-report-2013-widening-local>
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Sage Publications.
- Williams, S. (2011). *Tourism geography: A new synthesis* (2nd ed.). Routledge.