

รายงานสืบเนื่อง

การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7

The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences

第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7

The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences

第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会

หัวข้อ "Language, Culture and Society: Locality in Sync with Globality" :

ภาษา วัฒนธรรม และสังคม ความเป็นสากลบนฐานท้องถิ่น

วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2565

ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

และออนไลน์ผ่านระบบ ZOOM

จัดโดย

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ISBN (e-Book): 978-616-271-723-9 ปีที่พิมพ์ 2566

การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่ผลงานวิจัยสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาอื่น ๆ
2. เพื่อสร้างบรรยากาศการวิจัยและส่งเสริมให้มีการนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ
3. เพื่อสร้างรากฐานความเข้มแข็งทางวิชาการให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาตรี
4. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายการวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงาน

1.	ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2.	รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ รุ่งตะวันเรืองศรี	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3.	รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา เกิดเทพ	นักวิชาการอิสระ
4.	รองศาสตราจารย์ปรีชา วงศ์ทิพย์	นักวิชาการอิสระ
5.	รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทธินันท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
6.	รองศาสตราจารย์เอมอร เจียรมาศ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
7.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสันต์ วงค์วรรณ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
8.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรุตม์ เพชรสกุลวงศ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
9.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี อึ้งโพธิ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
10.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาหนัน กฤษณรมย์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
11.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก็ตถวา บุญปราการ	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
12.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสระ ทองสามสี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
13.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยนต์ ทองสุขแก้ง	มหาวิทยามหาสารคาม
14.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาณุศ์ อภิบาลเกียรติกุล	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรินรัตน์ แก้วทอง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
16.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญศักดิ์ บุญญาพิทักษ์	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
17.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชญา สุวรรณโน	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
18.	ดร.อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงาน

19.	ดร.พัชรีย์ จำปา	นักวิชาการอิสระ
20.	ดร.เจษฎา นิลสงวนเดชะ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
21.	ดร.กัลยาณี กฤตโตปการกิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
22.	ดร.ณรงเดช พันธะพุมมี	มหาวิทยาลัยมหิดล
23.	ดร.หนึ่งฤทัย บุญญังกูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
24.	ดร.ณัชรดา สมสิทธิ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
25.	ดร.บัณฑิตา ฮันท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
26.	ดร.ธิติพัทธ์ บุญปก	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
27.	ดร.ห้าวหาญ ทวีเส้ง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
28.	ดร.สุรพงษ์ ยิ้มละมัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
29.	ดร.อภิชญา แก้วอุทัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
30.	ดร.บุษกร โกมลตรี	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
31.	อาจารย์แทนพันธ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
32.	อาจารย์พงค์ศักดิ์ เจ๊ะหลง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
33.	อาจารย์วิฑูรย์ เมตตาจิตร	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
34.	อาจารย์พรเทพ จันทรกมล	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
35.	อาจารย์อุมาพร เกียรติกิระขจร	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
36.	อาจารย์ยุนิดา วิริโย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
37.	อาจารย์ว่องวิช ขวัญพัทลุง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
38.	อาจารย์สุนิฐา กำเนิดทอง	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
39.	อาจารย์รุ่งทิพย์ ปราโมทย์พันธุ์	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงาน

1.	รองศาสตราจารย์ ดร.ณฐ อังศุวิริยะ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2.	รองศาตราจารย์ ดร.วรรณนะ หนูหมื่น	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี อึ้งโพธิ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
4.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุทธินนท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
5.	ดร.สาลินี ทิพย์เพ็ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
6.	ดร.ณรงเดช พันธะพุมมี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
7.	ดร.อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
8.	ดร.อรกัญญา โรจนวานิชกิจ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
9.	ดร.สุรพงษ์ ยิ้มละมัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
10.	อาจารย์พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงค์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

(สำเนา)

คำสั่งคณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ที่ 175 /2565

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน"การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7"

****

เพื่อให้การจัดการประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7 ซึ่งกำหนดจัดในวันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 เวลา 08.30 - 16.30 น. ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และออนไลน์ผ่านระบบ zoom ดำเนินงานไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พ.ศ. 2559 จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการอำนวยการ

1.1 คณบดีคณะศิลปศาสตร์	ที่ปรึกษา
1.2 รองคณบดีฝ่ายการศึกษา	ประธานกรรมการ
1.3 ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายการศึกษาทั่วไป	รองประธานกรรมการ
1.4 ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์	กรรมการ
1.5 ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ	กรรมการ
1.6 ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ สาขาวิชาภาษาจีน	กรรมการ
1.7 ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ สาขาวิชาชุมชนศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	กรรมการ
1.8 ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ	กรรมการ
1.9 นายจิรภัทร รัตนสังข์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) วางแผนการจัดงานประชุมวิชาการ ให้คำปรึกษาและสนับสนุนการจัดโครงการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

2. คณะกรรมการฝ่ายออกแบบสื่อ และประชาสัมพันธ์

2.1 นายรณกฤต จันทรักษ์	ประธานกรรมการ
2.2 นางสาวชณัฐกานต์ โสมพะยอม	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) ประชาสัมพันธ์ และจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
2) ติดต่อ ประสานงาน เรื่องการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน
3) ออกแบบสื่อ จัดทำเกียรติบัตร ป้ายกำหนดการ ป้ายชื่อ และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

3. คณะกรรมการฝ่ายปฏิคม ต้อนรับและพิธีการ

3.1 นางสาวไตรถิกา นุ่นเกลี้ยง	ประธานกรรมการ
3.2 นางสาวอัสมูนี อิสสะมะแอ	กรรมการ
3.3 นายธนพล กิ่งภูเขา	กรรมการ
3.4 นางสาวอรุณพร แซ่เตีย	กรรมการ
3.5 นางสาวศิรินภา โชติกมาศ	กรรมการ
3.6 นางสาวสุมาท ขาวกระจ่าง	กรรมการ
3.7 นางสาวภัทรพร เกศมงคล	กรรมการ
3.8 นางนิศากร เหมะรักษ์	กรรมการ
3.9 นายรณกฤต จันทรักษ์	กรรมการ
3.10 นางชนัญญา มีงาม	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) รับรองแขกผู้มีเกียรติ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มาเข้าร่วมการประชุม

2) วางแผน ดำเนินการ และดูแลการนำเสนอผลงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย แก้ปัญหา สรุปประเด็นและเชื่อมโยงการนำเสนอในแต่ละห้องประชุม
3) เป็นผู้ดำเนินรายการและดูแลพิธีการของแต่ละห้องนำเสนอออนไลน์ผ่านระบบ Zoom
4) บันทึกภาพบรรยากาศภายในห้องนำเสนอ และจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ
5) จัดเตรียมนักศึกษาสำหรับช่วยงานพิธีการในห้องประชุมต่าง ๆ
6) ควบคุม ดูแลนักศึกษาช่วยงานในการดำเนินรายการ พิธีกร ให้การนำเสนอแต่ละห้องเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

4. คณะกรรมการฝ่ายเอกสาร ลงทะเบียน และประเมินผล

4.1 นางสาวสุชาดา กองสวัสดิ์	ประธานกรรมการ
4.2 นายพิรุณ ลุ้งใหญ่	กรรมการ
4.3 นางสาวสุมาท ขาวกระจ่าง	กรรมการ
4.4 นางสาวนพรัตน์ กุละปานนท์	กรรมการ
4.5 นางสาวอัสมูนี อิสสะมะแอ	กรรมการ
4.7 นางสาวจิราพร บุญช่วย	กรรมการและเลขานุการ
4.8 นางสาวสายชล แจ้งเจษฎา	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) จัดเตรียมรายชื่อลงทะเบียนของผู้นำเสนอและผู้เข้าร่วมการประชุม
2) ดูแลในเรื่องการรับลงทะเบียน แจกป้ายชื่อ และเอกสารสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม
3) จัดทำป้ายตั้งโต๊ะแต่ละห้องนำเสนอและติดกำหนดการประจำห้องประชุมที่ใช้ในการนำเสนอ
4) จัดทำแบบประเมินผลและสรุปผลการประเมิน และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

5. คณะกรรมการฝ่ายอาหาร

5.1 นางสุนันท์ ดวงสุวรรณ	ประธานกรรมการ
5.2 นางนุชนาถ สุขสวัสดิ์	กรรมการ
5.3 นางศิรินันต์ ชานุ	กรรมการ
5.4 นางสาวกัลยกร นราวัฒนะ	กรรมการและเลขานุการ
5.5 นางสาวนิสาชล สันหมาน	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) ประสานงาน จัดเตรียมอาหารว่างสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ นักศึกษาที่เข้าร่วมนำเสนอในแต่ละห้องประชุม และอาหารกลางวันสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษาที่เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
2) ประสานกับร้านอาหารในการเลี้ยงรับรอง Keynote Speaker ผู้ทรงคุณวุฒิ และทีมผู้บริหารของคณะ ฯ (หากมี)
3) จัดทำคูปองรับอาหารว่างและอาหารกลางวัน และงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

6. คณะกรรมการฝ่ายนิทรรศการ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ

6.1 นายวุฒิชัย บุญแท้	ประธานกรรมการ
6.2 นายพงศ์ภพ สกุลเอี่ยม	กรรมการ
6.3 นายอาดีนันท์ เกศมงคล	กรรมการ
6.4 นายชัยยะ สุวรรณมณี	กรรมการ
6.5 นายสรศักดิ์ พันธ์แก้ว	กรรมการ
6.6 นายประยุทธ วิมุตตา	กรรมการ
6.7 นายจักรพันธ์ รัตนพงษ์	กรรมการ
6.8 นายพิเชฐร วิจิตร	กรรมการ
6.9 นางสาวศรีสุดา ศรีทะชะ	กรรมการ

6. คณะกรรมการฝ่ายนิทรรศการ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ (ต่อ)

6.10 นางประดับ จันมิตร	กรรมการ
6.11 นางทิพานันท์ ติณโสภารัตน์	กรรมการ
6.12 นางสาวจรรยา หีดแก้ว	กรรมการ
6.13 นางสาวมยุรี เกตุราช	กรรมการ
6.14 นางสมบูรณ์ หาญกล้า	กรรมการ
6.15 นางละออ ศรีสวัสดิ์	กรรมการ
6.16 นายปัญญา ทับรอด	กรรมการ
6.17 นายจิรวัฒน์ พรมสมปาน	กรรมการ
6.18 นางสาวรวิษฎา โสบุญ	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) วางแผน กำกับ ดูแล ความเรียบร้อยของสถานที่จัดงาน และห้องประชุมหรือห้องเรียนแต่ละห้องที่ใช้ในการนำเสนอ
2) จัดบอร์ดนิทรรศการภายใต้รูปแบบ หัวข้อ การจัดการประชุม
3) ประสานงานเพื่อดำเนินการติดไวนิลประชาสัมพันธ์และกำหนดการของห้องนำเสนอแต่ละห้อง
4) ขอรถรับ – ส่ง อำนวยความสะดวกด้านยานพาหนะสำหรับ Keynote Speaker และผู้ทรงคุณวุฒิ หรือสถานที่อื่น ๆ
5) จองที่จอดรถให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ แขกผู้มีเกียรติ

7. คณะกรรมการฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์

7.1 นายกฤษดา ฤทธิ์เดช	ประธานกรรมการ
7.2 นายนพพร จันทร์แป้น	กรรมการ
7.3 นายจรัญ บูลวิบูรณ์	กรรมการ
7.4 นายเสกสรร มาลานุสรณ์	กรรมการ
7.5 นายธนพล กิ่งภูเขา	กรรมการ
7.6 นายศุภกิตติ์ ทองทวี	กรรมการ
7.7 นายนพรัตน์ อินอุทัย	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) จัดเตรียมโสตทัศนูปกรณ์ให้มีความพร้อมเพื่อใช้ในการนำเสนอผลงานในแต่ละห้องนำเสนอและผ่านระบบ Zoom
2) ประจำห้องประชุมเพื่อดูแลและอำนวยความสะดวกในการใช้ระบบ Zoom ให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ
3) บันทึกภาพบรรยากาศ และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565

ลงชื่อ กานดา จันทร์แย้ม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา จันทร์แย้ม)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์

สำเนาถูกต้อง

(นายจิรภัทร รัตนสังข์)
นักวิชาการอุดมศึกษา

จิรภัทร/ร่าง/พิมพ์
นราธิป/ทาน

คำกล่าวโดย คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



คณะศิลปศาสตร์ได้จัดการประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7 ขึ้น และในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากสมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย ในการเป็นผู้ร่วมจัดงานประชุมทางวิชาการด้วย คณะศิลปศาสตร์ยังคงเห็นความสำคัญของการบูรณาการการวิจัยกับรายวิชาเรียนและเห็นถึงศักยภาพของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่สามารถสกัดความรู้ในการเรียนสู่กระบวนการตั้งคำถามและหาคำตอบด้วยกระบวนการวิจัย เวทีนี้จึงเป็นเวทีหนึ่งที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาในระดับปริญญาตรี แสดงความรู้ความสามารถที่เป็นประสิทธิผลของการเรียนในระดับปริญญาตรีและเป็นเวทีที่เสริมสร้างบรรยากาศการวิจัยเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความรู้ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ อันเป็นรากฐานความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งการนำเสนอผลงานทางวิชาการในครั้งนี้ มีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยจากทั่วทุกภาคร่วมนำเสนอผลงานครั้งนี้ด้วย อีก 12 สถาบัน มีผลงานผ่านการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอทั้งสิ้น 57 บทความ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. ผลงานวิจัยด้านภาษาอังกฤษ
2. ผลงานวิจัยด้านภาษาจีน
3. ผลงานวิจัยด้านภาษาไทย
4. ผลงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และบริการ
5. ผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว

นอกจากการนำเสนอผลงานทางวิชาการแล้ว คณะศิลปศาสตร์ยังได้รับเกียรติจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์ ศิลปินแห่งชาติ ประจำปี 2564 ด้านศิลปะการแสดง บรรยายพิเศษในหัวข้อ “โนราสู่สากล”

ทั้งนี้ คณะศิลปศาสตร์ ยังมีความตระหนักถึงสถานการณ์การของโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ COVID-19 จึงได้มีการจัดการประชุมทั้ง ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และออนไลน์ผ่านระบบ ZOOM

ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมทางวิชาการในครั้งนี้จะเป็นปรโยชน์แก่นิสิต นักศึกษา ผู้นำเสนอผลงาน และผู้เข้าร่วมฟังทุกท่าน

คำนำ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพด้านวิชาการและวิจัยของบุคคลากร นักศึกษา เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับสังคมไทย และช่วยชี้นำสังคมให้พัฒนาไปอย่างมีทิศทางสอดคล้องกับพันธกิจของคณะศิลปศาสตร์ในข้อ 1 และข้อ 2 นั่นคือ สร้างความเป็นเลิศทางวิชาการด้านภาษา วัฒนธรรมและสังคม และผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะทางวิชาการ ซื่อสัตย์ มีวินัย ใฝ่ปัญญา จิตสาธารณะ และทักษะในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้คณะศิลปศาสตร์ ยังมีความคาดหวังที่จะเป็นศูนย์กลางการพัฒนาด้านภาษา วัฒนธรรมและสังคมในภูมิภาคอาเซียนตอนล่าง ตามวิสัยทัศน์ของคณะโดยตอบสนองความต้องการของชุมชน ทำนุบำรุงส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมควบคู่กับภารกิจหลักคือ การผลิตบัณฑิตบนฐานการวิจัย ที่บูรณาการร่วมกับงานบริการในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยวิจัยเพื่อสังคม

จากเหตุผลดังกล่าวคณะจึงกำหนดจัดประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับปริญญาตรีขึ้น เพื่อเปิดโอกาสและฝึกฝนให้นักศึกษา สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาของแต่ละหลักสูตร พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้สู่งานวิจัย และยกระดับศักยภาพชุมชน ตลอดจนเป็นการสร้างฐานกำลังในการพัฒนาชาติ ซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สามารถดำเนินงานได้ตรงตามเป้าประสงค์ที่ได้วางไว้

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สารบัญ

เรื่อง **หน้า**

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาอังกฤษ)

- An investigation of the semantics of LGBTQ+ vocabulary in RuPaul's Drag Race 1
- Thai University Students' Attitudes toward English as a Lingua Franca 16

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาจีน)

- 游戏《原神》对中国服装及建筑的文化输出
分析研究——以《原神》中的璃月地区为例 32
การศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมจีนด้านเครื่องแต่งกายและสถาปัตยกรรม
กรณีศึกษา เมืองหลีเยวในเกม Genshin Impact
- 宋卡王子大学中文专业学生使用动量词“回”、“次”、“遍”、“趟”的偏误分析 50
การศึกษาข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนาม “回”、“次”、“遍”、“趟” ของนักศึกษา
หลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- 汉语成语中带“三”数字的语义和语用研究 67
การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลข “三” sān สาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน
- 中国当下对同性恋及流行腐剧(男男行为)态度调查研究 89
การสำรวจทัศนคติของชาวจีนต่อเพศที่สามและซีรีส์วายในจีน
- 辛亥革命对“1912 年暹罗革命党”的影响——基于语境分析研究 105
อิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130: การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบท

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

- กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” 119
- กลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี 131
- กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี 141
- กลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud 156
- กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง 170
- กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press 182
- กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน 194
- กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ 206
- กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol 219
- การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ 231

เรื่อง หน้า

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

- การศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละคร จากละครชุด เรื่อง พฤติการณ์ที่ตาย 244
- โครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” 256
- แนวคิดของ“มิลลิ” ผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป 270
- เพลงสุดท้าย : ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ 281
- ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช 295
- ภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน 307
- มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ไทย 323
- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา 336
- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ: กรณีศึกษารอบโลก by กรุณา บัวคำศรี 347
- วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” 358
- วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของ กันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง 371
- วิเคราะห์กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ 383
- อัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon) 397

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และการบริการ

- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่,จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย 409
- กลวิธีการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงโหมโรงเย็น 421
- การพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี 435
- การพัฒนาแอพพลิเคชั่นกูเกิลไซต์ (Google Sites) เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ สำหรับนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ 445
- การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี 457
- ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy) ทางด้านศิลปะส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต1 480
- ดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) กรณีศึกษา : วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 491

เรื่อง หน้า

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และการบริการ

- ธุรกิจดนตรีไทยออนไลน์กรณีศึกษาร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ 502
- ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่งในการสร้างกำแพงกันคลื่น : กรณีศึกษาพื้นที่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา 514
- พัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ 526
- ส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 538
- การคุ้มครองการคุกคามทางเพศในประเทศไทยและในต่างประเทศ 550
- การประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 563
- การประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุฉกรรจ์ 575
- เทคโนโลยี Deep Fake กับการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย 587
- วิเคราะห์การควบคุมสินค้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 597

กลุ่มการท่องเที่ยว

- การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรม วัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง 607
- การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ 620
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 633
- การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา 643
- การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน 655
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กรณีศึกษา ธุรกิจนวดและสปา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 669
- แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 679

โครงการการประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University

第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会

.....

1. หลักการและเหตุผล

ด้วยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ได้ก้าวสู่การเป็น 1 ใน 9 มหาวิทยาลัยวิจัย โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในระดับภูมิภาคเอเชีย ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิต บริการวิชาการ และทำนุบำรุงวัฒนธรรม โดยมีการวิจัยเป็นฐาน และได้กำหนดเป้าประสงค์ข้อหนึ่งว่า “เพื่อเสาะหาวิชชาอันก่อเกิดเป็นทุนวิชาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่มหาวิทยาลัยวิจัย สามารถถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพชุมชนเข้มแข็ง และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับนานาชาติ” ซึ่งทุกหน่วยงานต้องสร้างผลการดำเนินงานเพื่อให้มหาวิทยาลัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ การวิจัยและการประกันคุณภาพทางการศึกษาจึงมีบทบาทควบคุมคุณภาพของบัณฑิตซึ่งถือเป็นผลผลิตของหน่วยงาน

จากเหตุผลดังกล่าว คณะศิลปศาสตร์จึงได้มีแนวคิดในการจัดประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้น เพื่อฝึกฝนให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาของแต่ละหลักสูตรพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และยกระดับศักยภาพชุมชน ตลอดจนเป็นการสร้างฐานความรู้ในการพัฒนาชาติ ซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์สามารถดำเนินงานได้ตรงตามเป้าประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยกิจกรรมหลัก ได้แก่ กิจกรรมปาฐกถาพิเศษ และการนำเสนอผลงานทางวิชาการของนักศึกษาจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้แก่ กลุ่มภาษาศาสตร์ และกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ผลงานวิจัย แลกเปลี่ยนเรียนรู้และแสดงความคิดเห็นทางวิชาการในการประชุมครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่ผลงานวิจัยสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาอื่น ๆ
2.2 เพื่อสร้างบรรยากาศการวิจัยและส่งเสริมให้มีการนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ
2.3 เพื่อสร้างรากฐานความเข้มแข็งทางวิชาการให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาตรี
2.4 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายการวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน

3. วิธีการดำเนินงาน

- การบรรยายพิเศษ (Speaker)
- การนำเสนอผลงานทางวิชาการของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี (Oral Presentation)

4. ระยะเวลาการดำเนินงาน

วันที่ 3 ธันวาคม 2565 ตั้งแต่เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป

5. สถานที่ดำเนินงาน

ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และออนไลน์ผ่านระบบ ZOOM

6. ผู้รับผิดชอบโครงการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้เผยแพร่ผลงานวิจัยทางวิชาการในด้านต่างๆ สู่สังคม

7.2 เกิดบรรยากาศการวิจัยระดับปริญญาตรีและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนาต่อยอดงานวิจัยหรือผลงานวิชาการอื่น ๆ

7.3 เป็นรากฐานทางวิชาการที่เข้มแข็งต่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

7.4 สร้างความเข้มแข็งเครือข่ายการวิจัย ระหว่างสถาบันการศึกษา และชุมชน

8. สาขางานวิจัยที่เปิดรับบทความ

8.1 กลุ่มทางภาษา (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาไทย และภาษาอื่น ๆ)

8.2 กลุ่มทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน ศิลปวัฒนธรรม และบริการ

8.3 กลุ่มทางการท่องเที่ยว

9. การลงทะเบียนและการสมัคร

ดูรายละเอียดการประชุม การลงทะเบียนและสมัครได้ที่ http://www.iw2.libarts.psu.ac.th/la_ncon

10. อัตราค่าลงทะเบียน

สำหรับผู้ส่งบทความ สามารถเลือกเข้าร่วม ณ คณะศิลปศาสตร์ หรือผ่านระบบ zoom

- นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ ไม่มีค่าใช้จ่าย
- นักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ต่างคณะ ต่างวิทยาเขต 500 บาท/บทความ
- นักศึกษาต่างมหาวิทยาลัย 500 บาท/บทความ

11. กำหนดการส่งบทความ

วัน-เดือน-ปี	กิจกรรม
บัดนี้–21 ต.ค.65	วันเริ่มต้นลงทะเบียน (ผ่านทางเว็บไซต์) /ส่งบทความ Full Paper จำนวน 10-15 หน้า (บทคัดย่อ ตาม Template 1 หน้า + เนื้อหาส่วนอื่น ๆ 14 หน้า)
21 ต.ค.65	วันสุดท้ายของการรับบทความ (ผ่านทางเว็บไซต์ ส่งไฟล์ word เท่านั้น)
15-20 พ.ย.65	แจ้งผลการพิจารณาบทความและแก้ไขบทความ (ผ่านทางเว็บไซต์)
21 พ.ย.65	วันสุดท้ายของการรับบทความ Full Paper ฉบับแก้ไขเรียบร้อยแล้ว
3 ธ.ค.65	วันประชุมวิชาการ ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

หมายเหตุ : 1. บทความ Full Paper ที่ผู้ทรงให้ดำเนินการแก้ไข ขอให้ส่งฉบับแก้ไขตามรูปแบบที่กำหนด พร้อมกับแบบฟอร์มรายงานการแก้ไขบทความไปยังคณะศิลปศาสตร์ (คุณจิรภัทร รัตนสังข์) ทาง E-mail: lapsuncon@gmail.com ตามกำหนดการข้างต้น

*2. หากตรวจสอบบทความเบื้องต้นแล้วพบว่าไม่เป็นไปตามรูปแบบและเกณฑ์ที่ได้กำหนด ทางผู้จัดขอตัดสิทธิ์ในการส่งบทความฉบับนั้นเข้าพิจารณา ทั้งนี้ ขอให้การพิจารณาของผู้จัดถือเป็นข้อสิ้นสุด

ขั้นตอนการสมัครโดยย่อ

1. ขั้นตอนการลงทะเบียนสำหรับผู้เข้าร่วมส่งผลงาน

1.1 จัดเตรียมบทความ และจัดทำบทความ

การจัดเตรียมบทความ และจัดทำบทความให้อยู่ในรูปแบบ Template และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่ผู้จัดกำหนด

1.2 ลงทะเบียน และอัพโหลดบทความ

ลงทะเบียนได้ที่ http://www.iw2.libarts.psu.ac.th/la_ncon ผู้จัดจะนำบทความส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเฉพาะผลงานที่เป็นไปตามรูปแบบ หลักเกณฑ์ และ Template รวมถึงที่ได้ชำระเงินแล้วเท่านั้น ผลงานที่ผ่านการพิจารณาจะไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

1.3 ตรวจสอบสถานะความถูกต้องของรูปแบบ หลักเกณฑ์ และ Template

ผู้จัดจะดำเนินการตรวจสอบผลงานตามรูปแบบ และหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้ส่งผลงานจะสามารถชำระค่าลงทะเบียนได้หลังจากตรวจสอบสถานะการส่งบทความ โดยจะต้องมีสถานะ "ผ่านตามหลักเกณฑ์" เท่านั้น

1.4 ชำระค่าลงทะเบียน ตามอัตราที่ผู้จัดได้แจ้งไว้ ภายในวันที่ 24 ตุลาคม 2565

1.5 แจ้งและยืนยันการชำระค่าลงทะเบียน

หมายเหตุ ผู้ส่งบทความเข้าร่วมมีหน้าที่ในการติดตามหรือตรวจสอบสถานะต่างๆ ตามกระบวนการ หากพบว่าสถานะหรือบทความตกหล่นขอให้รีบแจ้งหรือติดต่อผู้จัดทันที

ขั้นตอนการลงทะเบียนสำหรับผู้เข้าร่วมฟัง

1.1 ลงทะเบียนเข้าร่วม

1.2 ตรวจสอบรายชื่อได้ทาง http://www.iw2.libarts.psu.ac.th/la_ncon

ติดต่อสอบถาม

คุณจิรภัทร รัตนสังข์ งานบริการการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 286673 โทรสาร (074) 286676
E- mail : lapsuncon@gmail.com
เว็บไซต์ : http://www.libarts.psu.ac.th/

การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

ช่วงเช้า (การบรรยายพิเศษ)

เวลา 09.30 – 10.00 น.	ผู้นำเสนอบทความ ผู้สนใจเข้าร่วมฟัง อาจารย์ นักศึกษา ลงทะเบียนหน้างาน และผ่าน Google Form
เวลา 10.00 – 10.15 น.	ชมคลิปวีดีโอคณะศิลปศาสตร์ และคลิปวีดีโอของแต่ละหลักสูตรระดับปริญญาตรี
เวลา 10.15 – 10.30 น.	พิธีเปิดการประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7 - กล่าวรายงานโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป จินดาพิทักษ์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายการศึกษา - กล่าวเปิดการประชุม โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา จันทร์แย้ม คณบดีคณะศิลปศาสตร์
เวลา 10.30 – 11.30 น.	การบรรยายพิเศษ ในหัวข้อ "โนรา สู่สากล" โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์ ศิลปินแห่งชาติประจำปี 2564 สาขาศิลปะการแสดง (มโนราห์) ผ่านระบบ zoom ที่ https://psu-th.zoom.us/my/libarts15 และ ID Zoom 999 001 6715 และ ณ ห้องรพีพรรณ สุวรรณณัฐโชติ ชั้น 1 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ช่วงบ่าย (การนำเสนอบทความ)

เวลา 12.20 – 13.00 น.	เตรียมการนำเสนอบทความ (แยกตามห้องนำเสนอและตรวจสอบรายชื่อผู้นำเสนอ)
เวลา 13.00 – 16.30 น.	การนำเสนอผลงาน ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM ตามกำหนดการแต่ละห้อง

หมายเหตุ : 1. Link ในการเข้าห้อง ZOOM ทางผู้จัดจะประกาศทางเพจและส่งให้ทางอีเมล์ที่ได้แจ้งไว้
2. ผู้นำเสนอผลงานจะต้องลงทะเบียนผ่าน Google Form และตรวจสอบรายชื่อก่อนเริ่มนำเสนอในช่วงบ่าย
3. กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

ห้องนำเสนอ 01 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณนะ หนูหมื่น**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี	นางสาววิไลลักษณ์ ชะละจิตต์ นางสาวพัชรพร บัวตูม นายพงษ์สิทธิ์ ศรีเกลื่อน
2	13.20 - 13.40 น.	วิเคราะห์กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์	นายพัชรวรินทร์ สุวรรณชาตรี
3	13.40 - 14.00 น.	ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช	นางสาวนูรอามีราศ ตือเงาะ นางสาวซูฟีน่า ฤทธิ์โต นางสาวศุภวรรณ์ ตุ้มอยู่
4	14.00 - 14.20 น.	กลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี	นางสาวธัญชนก สังขะกูล นางสาวศุภิสรา ทองกาญจน์ นางสาวสุธาสินี รักจันทร์
5	14.20 - 14.40 น.	การศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละครจากละครชุด เรื่อง พฤติการณ์ที่ตาย	นางสาวญาซีมีย์ บินอาลี นางสาวนริษา มูเก็ม นางสาวนัสรีน เจ๊ะโซ๊ะ
6	14.40 - 15.00 น.	มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ไทย	นายตะวัน ภักษร นางสาวธนวรรณ นภาพงศ์ นางสาวเพ็ญนภา ศรีพรหม
7	15.00 - 15.20 น.	วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า”	นายศุภณัฐ สลักคำ นางสาวเสาวลักษณ์ อิสโร นางสาวอารียา จันหุณี



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

ห้องนำเสนอ 02 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุทธินนท์**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา	นางสาวมาริศา ปรีบุญ
2	13.20 - 13.40 น.	กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊ก วัตสัน	นางสาวจิราวรรณ บุตรพูล
3	13.40 - 14.00 น.	กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press	นางสาวสิริกานดา กุณโฮง
4	14.00 - 14.20 น.	วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของ กันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง	นางสาวภาวิณี บิลสีไหม นางสาวศิริภัสสร บุญนิ่ม นางสาวศศนันท์ ทองดี
5	14.20 - 14.40 น.	เพลงสุดท้าย : ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์	.นางสาวชลธิชา รังศิลป์ นางสาวศุภาณิการ์ รุ่นกลิ่น นางสาวสัจพร คำชมภู
6	14.40 - 15.00 น.	กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์”	นางสาววริศรา ชุมพล นางสาวรุ่งกานต์ พริกบางเข็ม



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

ห้องนำเสนอ 03 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.ณฐ อังศุวิริยะ**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	กลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud	นางสาวศศิธร คำแสนวงษ์
2	13.20 - 13.40 น.	กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง	นางสาวนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง
3	13.40 - 14.00 น.	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ: กรณีศึกษารอบโลก by กรุณา บัวคำศรี	นายอรัญ ภูสุดสูง
4	14.00 - 14.20 น.	การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ	นางสาวภักชริดา อุณวงค์ นางสาวจิดาภา อ่อนน้อม
5	14.20 - 14.40 น.	แนวคิดตัวแทนผู้หญิง Gen-Z “มิลลิ” ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป	นางสาวเกศรินทร์ วังชา นางสาวฐิตาภา บุญดิเรก นางสาววรรณพิชชา โตะสัน



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

ห้องนำเสนอ 04 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ดร.สุรพงษ์ ยิ้มละมัย**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ	นางสาวณัฐนันท์ จองตามา
2	13.20 - 13.40 น.	กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol	นางสาวเวทิสา กางทา
3	13.40 - 14.00 น.	การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้า ช่อง Shopee Thailand ในแอปพลิเคชัน TikTok	นางสาวปวีณา ไพชยนต์
4	14.00 - 14.20 น.	โครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast”	นายวรายุทธ ยอดใจ นางสาวรัตน์ชฎา บุญจันทร์ นางสาวอริสา เสริฐประสิทธิ์
5	14.20 – 14.40 น.	ภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน	นางสาวจุฑามาศ แถมจันทร์ นางสาวณิชกานต์ นาคสุวรรณ นางสาวสุนันทา สังข์แก้ว
6	14.40 – 15.00 น.	"อัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง รายากับมังกรตัวสุดท้าย "(Raya and The Last Dragon)	นายนัฐวุฒิ เพียรทอง นางสาวศิโรรัตน์ ขำปลื้มจิต นางสาวสุวิมล ละอองพันธ์



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาจีน)

ห้องนำเสนอ 05 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ดร.อรกัญญา โรจนวานิชกิจ**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	"อิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130: การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบท"	นางสาวพรปภัทร ภู่สายโกสิน
2	13.20 - 13.40 น.	"การศึกษาข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนาม“回”、“次”、“遍”、“趟”"ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	นางสาวบุษบากร ทองคำอ่อน นางสาวอรชนก เพชรบูรณ์
3	13.40 - 14.00 น.	การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลข “三” sān สาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน	นางสาววริศรา รักษ์ศรีทอง นางสาวมัณฑนา พากเพียร
4	14.00 - 14.20 น.	การสำรวจทัศนคติของชาวจีนต่อเพศที่สามและซีรีส์วายในจีน	นายเกริกไกวัล แร่อ่อน
5	14.20 - 14.40 น.	การศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมจีนด้านเครื่องแต่งกายและสถาปัตยกรรม กรณีศึกษา เมืองหลีเยว่ในเกม Genshin Impact	นางสาวศิรดา ชัยวิริยะวงศ์ นางสาวกนกธร แซ่หลี



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางภาษาศาสตร์ (ภาษาอังกฤษ)

ห้องนำเสนอ 06 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ดร.ณรงเดช พันธะพุมมี**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	A Comparison of English Article Accuracy in English Major and English Minor at Naresuan University	นายคณิน ทองคำกูล นางสาวธิญาดา กาปัญญา นางสาวเปี่ยมหทัย ขัติเนตร
2	13.20 - 13.40 น.	A Study of Thai EFL University Students' Errors in Using English Relative Clauses	นายสิริดนย์ แจ้งโห้
3	13.40 - 14.00 น.	English Major Students' Attitudes Toward Learning English with Native and Non-Native English Speaking Teachers	นายณัฏฐพัส แสงพงษ์ นางสาวมยุดา ภูน้ำทอง
4	14.00 - 14.20 น.	An investigation of the semantics of LGBTQ+ vocabulary in RuPaul's Drag Race	นางสาวฉัตรสิริ โอภาศ นาย ธนบัตร ศิริจันทร์ นางสาวธิติมา สุวรรณรัตน์
5	14.20 - 14.40 น.	"Thai University Students' Attitudes toward English as a Lingua Franca"	นายชลธาร สังวาลย์ นางสาวพิชชญากานต์ รอดรักษ์ นางสาวกูอัสมาอามานี พระศรีณวงค์

กลุ่มทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และการบริการ

ห้องนำเสนอ 07 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ดร. อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่,จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย	นางสาวศิริพรรณ บุญลือ นางสาวณัฏิดา เทือกเถาแปง นางสาวนภัทรภรณ์ จุลวงษ์
2	13.20 - 13.40 น.	การพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี	นายคณิศร ดีวิเศษ
3	13.40 - 14.00 น.	ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy) ทางด้านศิลปะส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต1	นายสหชาติ เขียวเกษม นางสาวจิณัฐตา เมฆสุทัศน์
4	14.00 - 14.20 น.	พัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่	นายสุริยะ ภักดีชน
5	14.20 - 14.40 น.	"การพัฒนาแอพพลิเคชั่นกูเกิลไซต์ (Google Sites) เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ สำหรับนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่"	นางสาวศิตานันญ์ ไชยสนธิ์
6	14.40 - 15.00 น.	ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปิ้งย่าง-ชาบูของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	นางสาววริษา ศรีอ่อน นางสาวกนกพรรณ คงทน



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และการบริการ

ห้องนำเสนอ 08 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี อึ้งโพธิ์**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี	นางสาวธีราภรณ์ เทพสมพร
2	13.20 - 13.40 น.	กลวิธีการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงโหมโรงเย็น	นายดรัณภพ เกิดแก้ว
3	13.40 - 14.00 น.	ดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ้งหง่อ) กรณีศึกษา : วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	นายอภิสิทธิ์ เฉลิมวรบุตร
4	14.00 - 14.20 น.	ธุรกิจดนตรีไทยออนไลน์กรณีศึกษาร้านปิยศิลป์ ภาคใต้	นางสาวฐิตาพร มีเต็ม
5	14.20 - 14.40 น.	ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่งในการสร้างกำแพงกันคลื่น : กรณีศึกษาพื้นที่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา	นายเอดาวัต ศักดิ์แก้ว



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน และการบริการ

ห้องนำเสนอ 09 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : อาจารย์พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงศ์**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	การคุ้มครองการคุกคามทางเพศในประเทศไทยและในต่างประเทศ	นางสาวฐิติมา ชูมาก นางสาวภัทรานิษฐ์ มิตรชู
2	13.20 - 13.40 น.	การประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ Occupation of LGBTQ+	นางสาวพรทิพย์ สองพัง นางสาวฟอริดา รักชูชื่น นางสาวมยุรี ศรีสุวรรณ์ นางสาวระพีพรรณ เพชรพวง นางสาววิลาวรรณ รุ่งสว่าง
3	13.40 - 14.00 น.	การประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุฉกรรจ์	นางสาวทิพวรรณ สัตบุตร นายชาดบรรณ์ อาแว
4	14.00 - 14.20 น.	เทคโนโลยี Deep Fake กับการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย	นายกิตติพัฒน์ นพวงศ์ นางสาวอังคณา แซ่เลี้ยว
5	14.20 - 14.40 น.	วิเคราะห์การควบคุมสินค้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	นางสาวจันทร์จรัส อุไรรัตน์ นางสาวชนากาญจน์ หัสนะชัย นายอครพล วุฒิยา



การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
วันเสาร์ที่ 3 ธันวาคม 2565 ณ คณะศิลปศาสตร์ และผ่านระบบ ZOOM

กลุ่มทางด้านการท่องเที่ยว

ห้องนำเสนอ 10 **ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง : ดร.สาลินี ทิพย์เพ็ง**

ที่	เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
1	13.00 - 13.20 น.	การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง	นายมนต์ชัย ไชยวรรณ
2	13.20 - 13.40 น.	"การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่"	นางสาวฉัตรติมา ศิริ
3	13.40 - 14.00 น.	"การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน"	นางสาวรัตนมน เพ็ชรจันทร์
4	14.00 - 14.20 น.	"การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย"กรณีศึกษา ธุรกิจนวดและสปา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	นางสาวธันยพร หอพัฒนาวุฒิวงศ์ นางสาวนัชวรรณ สุดใจ นางสาวปฐมพร ไมอิสระ
5	14.20 - 14.40 น.	การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา	นางสาวอัศยา แก้วราชกิจ นางสาวจินดารัตน์ พวงแก้ว นางสาวธรรนลินี ละอองรัตน์
6	14.40 - 15.00 น.	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	นางสาวปริยาภัทร มูลติไชย นางสาวธีรัชฌา จันทร์ช่วยนา นางสาวลลิตชา แซ่หลี
7	15.00 - 15.20 น .	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	นายอัฟฟาน เจนใจ นายอุไบดิลละห์ คงคะจันทร์ นางสาวชยุดา วรรณรัตต์


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference on Humanities and Social Sciences
第七届全国本科生人文社会科学学术研讨会
ภาษา วัฒนธรรมและสังคม
ความเป็นสากลบนฐานท้องถิ่น
Language, Culture and Society: Locality in Sync with Globality
3 ธันวาคม 2565
ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
และออนไลน์ผ่านระบบ zoom
บัดนี้ - 21 ตุลาคม 2565
กำหนดการส่งบทความ
15 พฤศจิกายน 2565
แจ้งผลการพิจารณา
ปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ
โนรา สู่สากล
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์
ศิลปินแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ.2564 สาขาศิลปะการแสดง (โนรา)
รายละเอียดการประชุม การลงทะเบียนและสมัคร
http://www.iw2.libarts.psu.ac.th/la_ncon
สาขางานวิจัยที่เปิดรับบทความ
กลุ่มทางภาษา (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาไทย และภาษาอื่น ๆ)
กลุ่มทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชุมชนศึกษา คติชน อุตสาหกรรมการบินและการบริการ และการท่องเที่ยว
อัตราค่าลงทะเบียน
นักศึกษาต่างคณะ ต่างวิทยาเขต
และต่างมหาวิทยาลัย
บทความละ 500 บาท
สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่
คุณจิรภัทร รัตนสังข์
0 7428 6673
lapsuncon@gmail.com

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาอังกฤษ)

An investigation of the semantics of LGBTQ+ vocabulary in *RuPaul's Drag Race*

Chatsiri Opas[1], Nitchanan Kreekrainut[2], Thanabat Sirijan[3], Titima Suwannarat[4], and Kristof Savski[5]

ABSTRACT:

This study focuses on the semantics of LGBTQ+ vocabularies in RuPaul's Drag Race. The main purposes of this study were to examine which vocabulary in RuPaul's Drag Race expresses LGBTQ+ identities and describe the semantics of words used in the show . Postmodern approach by Jones, L. (2016: 210-224) was adopted as a framework for the study. The data were taken from the conversations in episodes 1 and 2 of RuPaul's Drag Race seasons 10, 11, 12, and 13. The results showed that examples of LGBTQ+ vocabulary in RuPaul Drag Race can be divided into two major types: words with hidden meanings and new words.Words with hidden meanings are words that have other meanings underneath them, and new words are words that were created to use within the community. Most examples found in RuPaul's Drag Race were words or phrases with other meanings underneath. Other examples were creating new words based on word formation rules. LGBTQ+ also created new words based on context and environments that did not relate to linguistic rules. The results indicated that speakers' identities including gender and race were reflected through speakers' language and vocabularies used within their community.

Keywords: LGBTQ+, Semantic, Identity, Sexuality, RuPaul's Drag Race

[1-4] B.A.Students in English Program, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

[5] Asst.Prof., Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

บทคัดย่อ

รายงานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่อรรถศาสตร์ของคำศัพท์ LGBTQ+ ที่ปรากฏในรายการรูพอลส์ แดร็ก เรซ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาคำศัพท์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับ LGBTQ+ (2) เพื่ออธิบายอรรถศาสตร์ของคำศัพท์ LGBTQ+ ที่ปรากฏในรายการรูพอลส์ แดร็ก เรซ งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎี Postmodern approach ของโจนส์เป็นกรอบทฤษฎี คำศัพท์ที่ใช้ในรายงานวิจัยนี้นำมาจากบทสนทนาที่เกิดขึ้นในตอนที่ 1 และ 2 ของรายการรูพอลส์ แดร็ก เรซ ซีซั่นที่ 10 11 12 และ 13 จากการศึกษาพบว่าตัวอย่างคำศัพท์ LGBTQ+ ที่ปรากฏในรายการรูพอลส์ แดร็ก เรซ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) คำที่มีความหมายแฝง หรือ hidden meanings (2) คำศัพท์ใหม่ หรือ new words คำที่มีความหมายแฝง หรือ hidden meanings คือคำที่มีความหมายอื่นนอกเหนือจากคำหมายของมันเองที่ผู้พูดจงใจแฝงไว้ คำศัพท์ใหม่ หรือ new words คือคำใหม่ที่ผู้พูดประกอบขึ้นมาใหม่ โดยอาจเกิดจากคำศัพท์ที่มีอยู่แล้วหรือสร้างจากกฎการสร้างคำที่มีอยู่และบางครั้งอาจสร้างคำใหม่โดยไม่คำนึงถึงกฎการสร้างคำที่มีอยู่เลย ผลการศึกษาพบว่าภาษาและคำศัพท์ที่ใช้เฉพาะกลุ่มสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้พูด ซึ่งรวมถึงอัตลักษณ์ทางเพศและชาติพันธุ์

คำสำคัญ: อรรถศาสตร์ อัตลักษณ์ อัตลักษณ์ทางเพศ เพศสภาพ

1. INTRODUCTION

Languages are significant to identify humans' background, identity, and social status, rather than merely for ordinary communication. Languages can express social status or culture, including how people live. According to Butler (1990, as cited in Calder 2021), languages not only reflect social diversities but also construct them. Humans use language to express their identities and sexualities as language is a tool to connect to the community.

Historically, LGBTQ+ was one of the groups that created an insider language to communicate within their communities as LGBTQ+ communities were unacceptable in the past. Previously, men mostly attempted to avoid being perceived as homosexual by using homophobic epithets against LGBTQ+ since they would be punished for being gay (Plummer 1999, as cited in McCormack, M., Wignall, L., & Morris, M. , 2016). McCormack (2012) defined this action as a language meant to harm LGBTQ+. Thus, people outside the community may not be willing to contact LGBTQ+ or learn their intended messages. However, LGBTQ+ language influences non-LGBTQ+ since society is more accepting and acknowledges the existence of this community. Studying the meaning of vocabularies through LGBTQ+ reality shows may decrease gender gaps and discrimination between LGBTQ+ and non-LGBTQ+ communities, and it could open the door to understanding each other.

As societies become more open, LGBTQ+ play a significant role in many social media platforms, and they have unique characteristics of using language among their community. LGBTQ+ can express their identity and sexuality through features of language which set them apart from others. According to Oficiar (2019: 1-18), expressing identity is the pride for the LGBTQ+ community as LGBTQ+ sought to be recognized by their sexual preference. It's not just expressing self-identity but also a sign of self-respect.

Non-LGBTQ+ in the society should understand and respect LGBTQ+ language and identity to decrease gender discrimination. To our knowledge, several studies investigate language and sexuality or the general use of non-LGBTQ+ language. In previous studies, linguists concentrated on investigating differences between male and female languages since language was used to indicate gender roles in traditional society while in the modern era focused on gender diversity (Bucholtz & Hall, 2006: 756-758.). Moreover, Oficiar (2019: 1-18) suggests that the evolution of LGBTQ+ language is far more complex, and more research should acknowledge it. The focus of future research would be beneficial in gaining a broader understanding of how it evolves in society. It would be useful to learn how LGBTQ+ people are treated in their communities through their use of homosexual slang. The findings should help researchers better understand the linguistic characteristics of LGBTQ+ language, whether they are distinct or similar.

This study aims to investigate the semantics of the LGBTQ+ language in the reality TV show RuPaul's Drag Race, a reality show that contains many LGBTQ+ characters, to identify which vocabulary in the show expresses LGBTQ+ identities and to describe the semantics of words which express LGBTQ+ identity. It is hoped that this study will help non-LGBTQ+ people understand the meaning of LGBTQ+ vocabulary better as in the LGBTQ+ community, those words have different meanings from words commonly used.

2. LITERATURE REVIEW

2.1 Gender identities

Sex and gender can be considered as different categories. Sex refers to biological differences between males and females, mainly related to reproductive organs. However, while sex is concerned about biological gender differences, gender is more focused on cultural norms and identity. In general, while sex is treated as consisting of only two categories (male and female), gender is considered to allow much more diversity of different identities.

According to Jones (2016: 210-224), ideology is a system of social ideas about what is normal and what is abnormal. Binary ideology in gender treats separate female and male

genders divided from the reproductive organ and heterosexual relationships as normal. On the other hand, all other forms of gender identity and relationships are treated as abnormal. Social practices draw on this ideology and reinforce it through gender roles, clothing styles, or behavioral norms; stereotypes are also part of this.

From the researchers' view, non-binary ignores the heteronormative system and focuses on individual identity, as non-binary is linked to the concept of liberalism. According to Bucholtz & Hall (2006: 756-758.), the inflexibility of gender roles in traditional societies is in contrast to the main ideological idea of gender liberalism in modernity.

2.2 The relationship between language and gender identities

People in society try to create ideologies that relate gender identities to language. Therefore, they reflect individual identities through clothing styles, behavioral norms, or language.

Modern approaches, which emerged during the 1970s and marked the beginning of the systematic study of language and gender, perceived women as deficient, which is lacking when compared to men. According to Lakoff (1975), women's language was described as a deficit since women are in subordinate positions in society. Their language was seen to be more powerless, hesitant, and uncertain than men's. Moreover, two other approaches supported the concepts of the modern approach; the 'difference' and 'dominance' views. The difference approach focused on the way of using language, which reflects cultural differences between men and women; for example, women's language is used for developing relationships and rapport, on the other hand, men's language is more technical and competitive. In addition, the dominance approach stated that rights between men and women are not equal in a patriarchal society.

Nevertheless, the postmodern approach gave value to individual identities as well as gender roles created by social norms. Postmodern approaches are more focus on gender identities that were traditionally excluded, particularly queer identities (non-normative, or non-mainstream). The postmodern approach led us to interpret speakers' language used to indicate a broader range of cultural identities. Indexicality is a concept that occurs within interaction where speakers try to associate particular linguistic features with a variety of social groups. Indexicality is about drawing imagined lines between people's language and social identities. The speakers' language used may be related to particular ideologies about their gender.

2.3 Relevant Grammatical Features

Denotative and Connotative

According to Cambridge Dictionary, denotative is a word that is linked to its main

meaning, not including the feelings and ideas that people may connect with that word. On the other hand, Cambridge Dictionary defined that connotative is a word that includes the feelings and ideas that people may connect with that word. For example, "drag" in denotative meaning is a verb meant to pull somebody or something; on the contrary, the word "drag" is used in LGBTQ+ communities as the word relates to a person who dresses in opposite sex cloth, mostly dresses in women's clothing.

3. RESEARCH QUESTIONS

This study was investigated to answer the following questions:

1. What words connected to LGBTQ+ identity are used in RuPaul's Drag Race?
2. What are the denotative and connotative meanings of words connected to LGBTQ+ identity in RuPaul's Drag Race?

4. RESEARCH METHODOLOGY

4.1 DATA

The American reality show 'RuPaul's Drag Race' from 2009–2021 was used as data in this study to observe LGBTQ+ vocabulary phenomena in the media. RuPaul's Drag Race is a famous American drag competition reality tv series. Each week the contestants will receive different challenges and they will have to present a themed look in a runway walk. After that, judges will critique each contestant's performance. Then the week's bottom two contestants will be announced to perform the finale performance called 'Lip Sync for Your Life.'

In total, there are 175 episodes across 13 series of this show. Our study analyzed 8 episodes, consisting of the first two episodes of the four most recent seasons (10, 11, 12, and 13) as data samples. We chose the first and second episodes from each of RuPaul's Drag Race's four latest seasons as the sample because of the vocabularies that appear in the show are the vocabularies that they currently use in their community. In each episode, people in varieties of nationality express many different LGBTQ+ vocabularies that relate to their ethnicity. In addition, drag race, which was a major concept of the show, is an approach in which some LGBTQ+ reflected their identities through makeup and feminine clothes.

4.2 DATA COLLECTION PROCEDURE

LGBTQ+ vocabularies carried LGBTQ+ identity were detected from the conversation in RuPaul's Drag Race, an American LGBTQ+ reality show. The data of the study was observed by watching the reality show, focusing on the English subtitles as well as comparing it with transcription. The movie script was obtained from Netflix. This streaming platform is

chosen because it provides a complete script and easier for the researchers to transcribe the dialogues.

4.3 Data analysis

We adopted the postmodern approach to language and gender as a framework. Jones (2016: 210-224) advocates that postmodern approaches are more focused on gender identities that were traditionally excluded, particularly queer identities (non-normative, or non-mainstream). The postmodern approach led us to interpret speakers' language used to indicate a broader range of cultural identities.

Data analysis was divided into two parts: inductive text analysis and semantic analysis. For inductive text analysis, all speeches in the reality show were transcribed and all possible vocabulary expressing LGBTQ+ identity was identified. After that, the data was gone through semantic analysis by using online databases as a source to support the denotative and connotative meaning of words. However, the context of the scenarios was also used to analyze the data that online databases cannot interpret the meaning of the word.

5. FINDINGS

Of all 54 words that carried LGBTQ+ identities taken from Episodes 1 and 2 from RuPaul's Drag Race seasons 10, 11, 12, and 13, we found two key findings which are words with hidden meanings and new words.

FINDING 1: WORDS WITH HIDDEN MEANING

Many vocabularies found in the show had taboo meanings underneath. Taboo words were used both directly and indirectly in the LGBTQ+ communities. In some cases, they were used directly as reclaimed words. Reclaimed words are words that used to be politically incorrect or offensive but several years later, people began to accept that these words are politically correct and used them without a discriminating purpose, usually starting within the community they were once used to attack (e.g. homophobic words used within the LGBTQ+ community). However, some people still disagreed with the reappropriation of some words and still counted them as insulting and offensive words (Thorne, n.d., as cited in Nunn, 2015). In order to avoid taboo words because of their offensive nature, another indirect practice of using taboo words was hiding offensive meanings under other words. We interpret the semantics of words in both denotative and connotative meanings that carried LGBTQ+ identities, as shown below.

Example 1

Word/Phrase: Tea

Dialogue: *Denali: This is what we've been talking about this whole time. Is this the real **tea**?* (Season 13 Episode 1)

Denotative words: (n.) Definition by Cambridge dictionary, (a drink made by pouring hot water onto) dried and cut leaves and sometimes flowers, especially the leaves of the tea plant

Connotative words: (n.) true facts

According to Merriam-Webster, the word "tea" derived from Midnight in the Garden of Good and Evil, a best-selling nonfiction book by John Berendt. He asks The Lady Chablis, a well-known drag performer in Savannah, about her love life, and she says she stays away from some guys because they get violent when they "find out her T". The interviews with Chablis in Berendt's book provided a glimpse into the terms used in black drag culture. The letter T stands for truth, and she is transsexual. T, which is sometimes written tea, seems to have a dual significance in black drag culture. It might be used to describe one's own secret truth, as Chablis does.

Example 2

Word/Phrase: Cox

Dialogue: *RuPaul: Jackie Cox. Well, I love all **Cox**.* (Season 12 Episode 1)

Denotative words: (n.) (1) the person who sits in the back of a rowing boat and controls its direction (2) Cox' could be referred to 'Jackie Cox', the name of one of the competitors.

Connotative words: (n.) male genitals

This term shows us a creative way to avoid using a taboo word by the speaker in order to reduce the intensity of the word. Homophones technique was used in this term to avoid a taboo word.

Example 3

Word/Phrase: Gag

Dialogue: *1) Aquaria: I cannot believe we're doing the same makeup. That's the **gag**.* (Season 10 Episode 1)

*2) Plastique Tiara: I grew up in Saigon, Vietnam, so a lot of my drag inspirations come from Vietnamese pop stars. I just turned 21 last month.Nina West: Twenty-one? I'm still **gagged** about that, 21.* (Season 11 Episode 1)

Denotative words: (n.) Definition by Cambridge dictionary, gag is a joke or funny story, especially one told by a comedian
(v.) feeling like you are about to vomit

Connotative words: (n.) The act of being shocked or surprised
(v.) Definition by RuPaul's Drag Race dictionary, gag is to react intensely, usually as a result of shock

In dialogue 1, Aquaria found that another competitor, Miz, did makeup that looked similar to theirs. Aquaria and Miz used to be best friends but now they seem to dislike each other. Aquaria thought Miz copied their makeup style and that action made Aquaria upset. Aquaria used "gag" to express their feeling against Miz's action. In the show, they often soften the words by using LGBTQ+ slang to avoid conflict. Alike to Aquaria's situation, they want to express their feeling but did not want the conflict, so they decided to use gag which was LGBTQ+ slang in this conversation. In dialogue 2, Nina used the word "gag" in this context to present her surprise at Plastique's age, which is so young.

Example 4

Word/Phrase: Porkchop

Dialogue: *Rupaul: Ladies, this is your first chance to impress me and save yourself from getting the **porkchop**.* (Season 13 Episode 1)

Denotative words: (n.) Definition by Collins dictionary, a small cut of pork containing part of a rib bone.

Connotative words: (n.) The state of being eliminated contestants from the show.

The word porkchop used in drag community and originated from the first eliminated contestant, Victoria Porkchop Parker.

Example 5

Word/Phrase: Nuggets

Dialogue: *Rupaul: Are you nervous?*
Utica: I feel it in my nuggets.
RuPaul: You feel what?
Utica: I feel it in my nuggets.
*RuPaul: Oh, Ok. We all love **nuggets**.* (Season 13 Episode 1)

Denotative words: (n.) Definition by Cambridge dictionary, a small piece of chicken or fish that has been covered in breadcrumbs and fried.

Connotative words: (n) testicles

In this scene, Utica use the word "nuggets" which means testicles in LGBTQ+ community to avoid using taboo word. They use nuggets because of the shape of it similar to testicles.

FINDING 2: NEW WORDS

We also found examples of new created words that carried LGBTQ+ identities in RuPaul's Drag Race. New word creations found in RuPaul's Drag Race are divided into two groups. First, new word creation is based on word formation rules: affixation, compounding and blending. Second, new words are created by environment or context. According to Jones (2016: 210-224), the speakers' language used may be related to particular ideologies about their gender. Each word formation rule is exemplified below.

2.1 AFFIXATION

Example 1

Word/Phrase: De-drag

Dialogue: *Soju : So, it's time to **de-drag**.* (Season 11 Episode 1)

Meaning: To get off from being drag

Formation rule: Prefix which is de- + drag

In this situation, Soju wants to get off from being dragged, so she uses this word to express it. De-drag is a combination of prefixes - de and an LGBTQ+ word - drag for decreasing the difficulties and length of the words used. Creating this word can reduce the syllable pronunciation but still express the direct meaning.

Example 2

Word/Phrase: Hairography

Dialogue: *Monique: Dance queen, hair queen, **hairography**.* (Season 10 Episode 1)

Meaning: Referring to being good at doing hair.

Formation rule: Hair + ography (represent either an activity itself); a form or process of doing hair.

This word is one of the creativity in using words. Monique decided to compound two words: Hair and orgraphy, to describe their skill.

Monique might mean that they is good at doing hair.

2.2 COMPOUNDING

Example 1

Word/Phrase: Drag daughter

Dialogue: *Bob the Drag Queen from ss8: This is a gag. That is my drag daughter, Miz Cracker from the legendary House of the Drag Queens.*(Season 10 Episode 1)

Meaning: a person that is a drag and younger and really close to the speaker.

FORMATION RULE: DRAG+DAUGHTER

Two words that had their own meaning: drag and daughter were compounded, and became new words. Since Bob and Miz were close and they really adore Miz, Bob referred to Miz as if they was their daughter which is also considered a feminine word to demonstrate their relationship and identities.

Example 2

Word/Phrase: Buffalo Bill moment

Dialogue: *Gottmik: I am a transgender man, so born a girl, transitioned to a guy, dress like a girl for money. Very that . But, I'm so psy-. I am an extravagant celebrity makeup artist. I'm gonna have, like, a* ***Buffalo Bill moment*** *here.* (Season 13 Episode 1)

Meaning: A moment when people admire themselves in front of the mirror

Formation rule: In this scene, A contestant swells with pride in front of the mirror before walking around the werkroom.

Buffalo Bill is the name of a transexual character in The Silence of the Lambs. In the film, Buffalo Bill is putting on make-up, cross-dressed, and admiring themselves in the mirror.

In this context, Gottmik metaphorizes the Buffalo Bill moment as the moment that they spend admiring themselves.

2.3 BLENDING

Example 1

Word/Phrase: Con-drag-ulations

Dialogue: *Rupaul: Con-drag-ulations. You are the winner of this week's challenge.* (Season 11 Episode 1)

Meaning: the same meaning as congratulations

FORMATION RULE: CONGRATULATIONS + DRAG

RuPaul always uses "Condragulation" to congratulate contestants by blending a word that shows their identity with "congratulation."

Example 2

Word/Phrase: Rainbros

Dialogue: *Judges: OMG, we match, we're* ***rainbros***. (Season 13 Episode 2)

Meaning: LGBTQ+'s companions

FORMATION RULE: RAINBOW + BROS

Generally, the Rainbow is a symbol of the LGBTQ+ community. In this context, the word "rainbow" changed to rainbros, which has a similar sound, to indicate a specific meaning which means LGBTQ+'s companions.

2.4 NEW WORDS FROM CONTEXT

Example 1

Word/Phrase: Twink

Dialogue: *Brita: Who would have thought that, behind this clown makeup, was this such cute* ***twink***. (Season 12 Episode 1)

Meaning: An attractive, boyish-looking, young gay man. It is a gay slang that used to describe a young gay man that their age are less than twenty.

Oxford dictionary giving a definition to the word 'Twink' that it is a homosexual slang word that may be obtained and adapted from an old British gay slang term, "twank," which refers to a sexually appealing young man.

Example 2

Word/Phrase: Gurl
Dialogue: *RuPaul: Whoo,* ***gurl****!* (Season 12 Episode 1)
Meaning: (n.) girl

According to Urban Dictionary, an alternative spelling of girl used to indicate that the person being referred to may look and act like a girl but they are not genetically female. This term has the same sense as 'Werk'. The word was adapted as misspelling because the speaker intentionally focuses on the authentic pronunciation form of that word rather than the standard written form.

Example 3

Word/Phrase: Tyra again
Dialogue: *RuPaul: Tyra, Tyra again.* (Season 10 Episode 1)
Meaning: Try again

Tyra Sanchez won Season 2 of RuPaul's Drag Race, RuPaul used it as if it is the same word as try. It was considered creative in using words by blending the name of the drag queen from the previous season with the word "try again" since "Tyra" sounds similar to "try a-". Tyra's name carried their identity as LGBTQ+ since they is one of the drag queens. This word was used to express to motivate the competitors and also express their identities at the same time.

6. SUMMARY AND DISCUSSION

The main goal of the current study was to identify which vocabulary in RuPaul's Drag Race expresses LGBTQ+ identities and describe the semantics of words used in RuPaul's Drag Race.

The results of this investigation show that examples of LGBTQ+ vocabulary in RuPaul Drag Race were divided into two major types: words with hidden meanings and new words. Several words which had their own meanings but LGBTQ+ speakers in the show hide other meanings underneath them, were called words with hidden meanings in this study. Most examples found in RuPaul's Drag Race were words or phrases with other meanings

underneath. Reclaimed words have also been found in some contexts of the show. Other examples were creating new words based on word formation rules. LGBTQ+ also created new words based on context and environments that did not relate to linguistic rules. The results indicated that speakers' identities including gender and race were reflected through speakers' language and vocabularies used within their community.

To answer the research questions, words connected to LGBTQ+ identity used in RuPaul's Drag Race were created for some contexts to express feelings or explain situations and those words are unprecedented. In addition, the denotative meanings of words are not connected to LGBTQ+ identity and have their own meanings, but the connotative meanings of words are connected to LGBTQ+ identity and mostly are taboo meanings since LGBTQ+ avoid using taboo words directly to reflect their identities.

7. RECOMMENDATIONS

This study only focuses on the vocabulary used in RuPaul's drag race which only consists of queers while other kinds of LGBTQ+, such as Lesbians, were not included. In addition, the data in the reality show might not cover all LGBTQ+ vocabulary used in real-life situations.

Further research might explore words used in other kinds of LGBTQ+ communities or investigate the sample that contains several varieties of LGBTQ+ identities. Investigating LGBTQ+ words on social media platforms also leads the researcher to get more examples of LGBTQ+ words in real situations. In addition, not only gender identities were reflected through their language, but race and ethnicity were also expressed. Therefore, further study might pay attention to other personal identities as well as gender identities. Furthermore, grammatical features in the LGBTQ+ language were not investigated.

9. References

Bucholtz, M., Hall, K. (2006) Gender, sexuality and language. *Encyclopedia of Language and Linguistics, 4,* 756-758.

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity.* New York: Routledge.

Connotative. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from

https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/connotative

Cox. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cox

Denotative. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/denotative

Gag. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gag

Gag. (2022). In RuPaul's Drag Race dictionary. Retrieved from https://rupaulsdragrace.fandom.com/wiki/RuPaul%27s_Drag_Race_Dictionary

GURL. (2022). IN URBAN DICTIONARY, RETRIEVED FROM https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gig

Jones, L. (2016). *Language and Gender Identities.* In: S. Preece (Ed.), The Routledge Handbook of Language and Identity (pp. 210-224). Routledge.

McCormack, M., Wignall, L., & Morris, M. (2016). Gay guys using gay language: Friendship, shared values and the intent-context-effect matrix. *The British Journal of Sociology, 67*(4), 747–767. https://doi.org/10.1111/1468-4446.12203

Nuggets. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/nugget

Nun, G. (2015, October 30). Power grab: reclaiming words can be such a bitch. *The Guardian.* https://www.theguardian.com/media/mind-your-language/2015/oct/30/power-grab-reclaiming-words-can-be-such-a-bitch

Oficiar, J. E. (2019). Language of homosexuality: A morpho-semantic analysis. *International Journal of English Language and Linguistics Research, 7*, 1-18.

Porkchop. (2022). In Collins Dictionary, Retrieved from https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/pork-chop#:~:text=A%20pork%20chop%20is%20a,the%20ribs%20of%20a%20pig.

Tea. (2022). In Cambridge Dictionary. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tea

Tea. (2022). In Merriam-Webster. Retrieved from https://www.merriam-webster.com/words-at-play/tea-slang-meaning-origin#:~:text=It%20could%20reference%20to%20a,and%20great%20tea%20%5Bgossip%5D

Twink. (2022). In Urban Dictionary, Retrieved from https://www.urbandictionary.com/define.php?term=twink

Thai University Students' Attitudes toward English as a Lingua Franca

Pitchayakarn Rodruck[1], Kuasma-amanee Prasrinawong[2]
Pimmada Thongpoon[3], Chonlatarn Sungwarn[4]
and Naratip Jindapitak[5]

Abstract:

This research examines Thai university students' attitudes toward English as a lingua franca with regard to four main dimensions: their perceived comprehensibility of English accents, their English-accent preferences, their stereotypes about English accents, and their attitudes toward the importance of acquiring a particular accent. The study was based on a survey of 50 participants studying in the Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai campus. With the aim to investigate participants' attitudes toward eight English varieties, the verbal guise technique and semi-structured interviews were employed. Data were analyzed quantitatively and qualitatively. Results showed that British English (BrE) received the highest rating in almost all dimensions. However, in terms of overall evaluations, Filipino English (FiE) was rated the highest, while Japanese accent received the lowest rating. According to interview findings, native English accents were viewed more positively than non-native English accents.

Keywords: English as a lingua franca, perceived comprehensibility, preferences, stereotypes, attitudes

[1-4] B.A. Student in English program, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

[5]Asst. Prof., Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจทัศนคติของนักศึกษาไทยที่มีต่อภาษาอังกฤษในฐานะภาษานานาชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ย่อยดังนี้ ๑. เพื่อหาว่าผู้เรียนมีความสามารถในการเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษในทิศทางใด ๒. เพื่อหาว่าผู้เรียนชอบสำเนียงภาษาอังกฤษแบบใด ๓. เพื่อสำรวจว่าผู้เรียนมีทัศนคติแบบเหมารวมต่อสำเนียงภาษาอังกฤษอย่างไร และ ๔. เพื่อสำรวจว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับสำเนียงภาษาอังกฤษแบบใด โดยรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน ๕๐ คน ผ่านการทำแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดได้นำไปวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่าภาษาอังกฤษแบบบริทิชได้รับการประเมินในเชิงบวกมากที่สุดเกือบทุกด้าน อย่างไรก็ตามเมื่อกล่าวถึงผลการวิจัยในภาพรวม ภาษาอังกฤษแบบฟิลิปปินส์ได้รับคะแนนการประเมินมากที่สุด ขณะที่สำเนียงภาษาอังกฤษแบบญี่ปุ่นได้ผลประเมินน้อยที่สุด และผลการสัมภาษณ์เผยว่าสำเนียงภาษาอังกฤษแบบเจ้าของภาษาได้รับความนิยมในกลุ่มนักศึกษามากกว่าสำเนียงภาษาอังกฤษแบบอื่น ๆ

Introduction

From the past to the present, the world has internationally been brought together and generally has shared many connections. Language has become a useful tool to achieve both economic and educational purposes. However, there has been an increasing need for people of different nationalities or communities to communicate with each other. A Lingua Franca is, therefore, needed to bridge communication gaps between speakers with different mother tongues (Jenkins, 2007). In other words, Lingua Franca is used as a channel of communication and used among people whose first languages (L1s) are different. English as a lingua franca (ELF) is an obvious example of how English is adopted and utilized as the medium to communicate with speakers with different spoken languages and diverse cultures. Kachru (1985) indicated that countries, where English serves different communicative purposes, can be categorized based on historical backgrounds, politics, and the use of English internally into three concentric circles: the Inner Circle, the Outer Circle, and the Expanding Circle.

Since English in general and English as a lingua franca have played a role in many cultures and communities, the occurrence of new varieties of English can generally be seen, and the language itself has dramatically changed from the original pattern. Labov (1994, as cited in Sonderegger, Graf, & Bane, 2017) one noticeable feature which varies greatly from one speech community to another is accents. Since English is utilized by many people as a second, foreign or additional language, alongside their mother tongue, these people are said to speak English with their mother-tongue influence in their pronunciation that sometimes leads to communication barriers. Moreover, some studies (e.g., Jindapitak & Teo, 2013; Kalra & Thanavisuth, 2018; Kaur, 2014) showed that people judge different English accents differently and revealed English spoken by native speakers (NSs) are considered more privileged and standard than English used among non-native speakers (NNSs). This, furthermore, seems to raise

a question, namely whether this deep-rooted mindset emphasizes standard language ideology where one language is set as a blueprint for evaluating other varieties (Jenkins, 2015). In addition, there is some evidence showing that the established set of this attitude is being held in certain countries, including Thailand. Bennui (2017) indicated that most of the tour guides invited as participants in his study pointed out that it is essential to speak English flawlessly to improve the level of Thai English and succeed in professions, for example. To cover the other dimensions and extend the knowledge regarding this issue in the Thai context, investigating Thais' perception of the spoken-English varieties might be worthwhile.

Objectives

The objective of the study is to examine Thai university students' attitudes toward varieties of spoken English in relation to ELF. Additionally, within this broad objective pertaining to the concepts of attitudes, the study investigated Thai university students' perceived comprehensibility of English accents, their preferred English accent, their stereotypes about English accents, and their attitudes towards the importance of acquiring a particular accent.

Literature reviews

English as lingua franca and World Englishes

ELF is defined in a variety of ways. The obvious definition, for example, is that ELF is a contact language used among people owning different mother tongues, having different national cultures, and for whom English serves as an international language of choice for communication (Firth, 1996). In addition, Jenkins (2000) indicated that ELF highlights the influence of English over people having different L1s in communication. Another definition is defined by Seidlhofer (2011, p. 7) as "any use of English among speakers of a different first language for whom English is the communicative medium of choice, and often the only option". Alternatively, House (1999) also defined ELF as the interaction between groups of people who have different cultures in language and whose native tongue is not English. These conceptions bring to the conclusion that English is now not only the property for countries using English as L1s but also for countries where English plays a role as second language and foreign language.

Since the introduction of World Englishes illustrated the role of English in different functions, it can categorize the countries where people make use of English into three circles. Kachru (1985) indicated that countries where English is officially used as L1 and for several purposes such as in daily life and for government administration are allocated as the Inner Circle, which consists of the United States of America, the United Kingdom, Australia, Canada, and New Zealand. The second one is the Outer Circle. The majority of members in this circle are countries once colonized by the British empire, for instance, India, Philippines, Singapore, and Malaysia. The population in these countries also uses English as a second language (L2). That is, English is acquired for several purposes or in education, business, and media. The last category

mainly focuses on using English as a foreign language called Expanding Circle, which consists of China, Thailand, Japan, and so on. Also, English used in this circle does not have an official function, yet it is necessary to some extent.

In addition, Suebwongsuwan and Nomnian (2020) pointed out that approximately 80 percent of people now using English as mutual communication is NNSs; in other words, English at present is widely used by people in the Outer Circle and Expanding Circle. Hence, it can be noted that English is a universal language spreading across various societies, and the new varieties of English, including the development of various accents, generally arise (Sangnok & Jaturapitakkul, 2019).

Standard Language and Standard English Ideology

Standard language (SL) has been a controversial topic vigorously debated in the sociolinguistic field. Some sociolinguists have defined the concept of this term; for instance, standard language is a technical term used for a particular language that is standardized as a model and spoken among those having power in a society (Jenkins, 2015). This definition likely adheres to the indication of Milroy (2001) who once said that standard language has higher social prestige because it is utilized by such superior groups in society as a proper language. Therefore, it is quite clear that the so-called standard language has been communicated in education and used as a blueprint for evaluating other varieties (Jenkin, 2015). In addition, León (2018) also added that languages themselves do not have prestige originally; instead, they gain it when their speakers are in a position of power. Once language goes beyond communication, the person will try to associate it with social class or race. It means the one chosen to be a yardstick is not only used as a medium of communication but also for judging social class and the identity of its speakers, according to Milroy (2001). One of the most obvious examples of standard language which is internationally used across several countries is English. Even though the spread of English has unquestionably a huge amount of influence over several countries, there has been the notion of who should be the owner of English or what a perfect speaker of it should be. Unsurprisingly, the notion is likely to be favorable to NSs of the Inner Circle, where they have the authority to standardize English and circumscribe what acceptable English should look like (Jenkin, 2015). To illustrate, the influence of standard English ideology has expanded across NNS societies and in several contexts, especially in education. NNS teachers deeply believe that speaking like a native can be considered a good English teacher. Pertaining to the belief, Canagarajah (1999, as cited in Jindapitak, 2015) showed that NNS teachers are encouraged to get rid of their first language so that they can sound like a NSs. According to what Canagarajah pointed out, it seems clear that standard English ideology has existed, and it is necessary for NNS teachers to teach only standard English.

Users' Attitude toward Varieties of English

With the aim to investigate attitudes toward the varieties of spoken English, it should be taken for granted that attitudes and each English accent are significantly related. That is, how people perceive a particular English accent can greatly affect their attitudes. From the perspectives of listeners, a speaker having a specific accent can be judged differently as being honest, gentle, or intelligent (Jindapitak, 2010). Therefore, the following presents examples of the related studies regarding this relation.The multitude of English accents has been paid attention to by researchers in the linguistic field. Several years ago, many studies have conducted on the perception of accents in World Englishes, and some of them showed significant information.

Kaur (2014) examined the trainee teachers' attitudes toward ELF in Malaysia. The results of the study showed that native English accents (NS accents) in Inner Circle were viewed and described by the participants as being more precise and positive than non-native English accents (NNS accents) which were Spanish, Indian, and Japanese. The findings also showed that the top three English-accent preferences based on rankings were all from NSs.

Fang (2016) explored the perception of varieties of English among Chinese university students who lived in China. The results showed some respondents could not judge any languages and accents because of culturally diverse factors and area differences; nevertheless, there also were respondents believing that native English accents were still beautiful and standard as more than half of them indicated that they hoped to sound like NSs. Furthermore, the study conducted by Suebwongsuwan and Nomnian (2020) investigated Thai undergraduate hotel students' awareness and attitudes toward the varieties of spoken English concerning ELF. To examine participants' attitudes toward varieties of spoken English, the verbal-guise test is used to collect data. Regarding the four aspects which are comprehensibility, acceptability, pleasantness, and familiarity, the results showed that each accent was rated so high. However, the US accent received the highest ranking for all aspects, particularly with respect to familiarity.

Research Methodology

Participants

Fifty students studying at Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Thailand, were invited to be the participants. They were selected by using convenience sampling. The reason for selecting students from languages and human development fields was that they have a high tendency to speak English with people having different accents in the forthcoming future. As the faculty of Liberal Arts constantly offers its students the knowledge of languages, cultures, and human development, exploring these students' attitudes toward the variety of English might provide some key information that possibly benefits further study in relation to language and attitudes.

Instruments

This study employed both quantitative and qualitative techniques to elicit the participants' attitudes. The Verbal Guise Technique (VGT) and semi-structured interview were utilized. All the instruments were piloted with a similar group of students who were not selected as the main participants in this study.

VGT

Voice recording

In this study, voice recordings of eight English varieties were used as samples. Seven varieties including, Filipino English (FiE), Indian English (InE), Japanese English (JE), Chinese English (ChE), Near-native Thai English (NNTE), British English (BrE), and Estuary English (EE) were gathered from the International Dialect of English Archive (IDEA) website. However, due to the website's limitation that does not offer Strong Thai English (STE) accent, the researchers asked a Thai student majoring in English to record his voice instead. Also, the topic of each recording, entitled *Comma Gets a Cure* written by Jill McCullough & Barbara Somerville and edited by Douglas N. Honorof was shortened to 183 words. The topic was applied by utilizing J.C. Wells' standard lexical sets since it was considered a general text without country-biased cultural information to participants of any field of study (Jindapitak, 2010). The length of each recording is approximately one minute long, which is considered neither too short nor too long for the participants when listening and then completing the questionnaires.

Questionnaire

Two sections were introduced in the questionnaire. The first section was created to collect participants' personal information, for example, name, age, gender, and study field. After consent was sought, the participants' names were used for data collection only, and they were kept confidentially. The second section was a 5-point rating scale adapted from Zhang (2019) to examine Thai learners' attitudes toward the varieties of English accents. The scale ranged from completely disagree to completely agree.

In addition, the nine statements were used to address the study's objective as follows: Statements 1 to 3 were to examine the participants' perceived comprehensibility of English accents. Statements 4 and 5 elicited their stereotypes about English accents. Statements 6 and 7 aimed to find

out their English-accent preferences. Statements 8 and 9 measured their attitudes toward the importance of acquiring a particular accent.

Semi-structured interview

The semi-structured interview was employed to collect qualitative data. It included six questions asking about participants' perception of spoken English varieties based on three concentric circle to elicit their perceived comprehensibility toward English accents, their accent stereotypes, their accent preferences as well as their views on the importance of acquiring a particular accent.

Data collection procedures

The participants were informed of the purpose of research and were asked for their consent to participate. Then, they were asked to listen to the recording of different Englishes only once. To collect their attitudes quantitatively, they were required to rate the level of their agreement based on the provided statements after finishing listening to one recording. The same procedures were repeated until they finished all recordings. To collect qualitative data, 15 participants were asked to be interviewed based on their convenience. If they agreed to get involved, they were interviewed in Thai. Their interviews were recorded and were later transcribed for further analysis. In this study, the data collection procedures were roughly scheduled to take 20-30 minutes per participant.

Data analysis

For quantitative data, statistical methods were employed to calculate the participants' attitudes. Firstly, Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) was run to analyze the results received from the rating scales. Mean and standard deviation was calculated by using descriptive statistics to indicate the overall accent evaluations. In addition, ANOVA was also calculated to probe whether there was a significant effect in the participant's evaluations of eight accents. To see if there were significant differences in each pair of accents, a Post-hoc Test (Pairwise comparison) was finally computed. To analyze qualitive data gathered from the semi-structured interviews, content analysis was employed. The data were then categorized based on four dimensions: perceived comprehensibility, preferences, stereotypes, and importance of acquiring a particular accent.

Findings

1. Verbal guise test results

According to Table 2, BrE and FiE received the highest evaluations in most of the statements, and the third place was outperformed by NNTE. EE came next securing the fourth place in more than half of the statements, followed by InE which ranked fifth in most statements. In addition, the sixth, seventh and eighth places were mainly taken by the accents of speakers in Expanding Circle (e.g., ChE, STE and JE). When compared to the rest of the accents, JE received the least favorable evaluations, with the lowest mean scores in six out of nine statements.

Table 2: Evaluations of the accents (by ranking ordering)

Statement	**Mean (Standard deviation)**							
	Ranking 1	Ranking 2	Ranking 3	Ranking 4	Ranking 5	Ranking 6	Ranking 7	Ranking 8
The speaker speaks English clearly	**FiE 4.34 (0.13)**	**BrE 4.22 (0.14)**	NNTE 3.98 (0.13)	STE 3.46 (0.14)	EE 3.44 (0.13)	InE 3.3 (0.13)	ChE 2.9 (0.14)	**JE 2.84 (0.13)**
The speech is easy to follow	**FiE 4.36 (0.13)**	**BrE 3.92 (0.15)**	STE 3.88 (0.14)	NNTE 3.84 (0.13)	InE 3.18 (0.14)	EE 3.1 (0.15)	JE 2.68 (0.14)	**ChE 2.54 (0.14)**
I can easily understand this spoken English	**FiE 4.28 (0.14)**	**BrE 3.92 (0.16)**	NNTE 3.8 (0.15)	STE 3.76 (0.16)	InE 3.18 (0.15)	EE 3.12 (0.14)	JE 2.56 (0.13)	**ChE 2.54 (0.12)**
I think this speaker is friendly	**FiE 3.66 (0.14)**	**BrE 3.66 (0.14)**	STE 3.64 (0.14)	NNTE 3.6 (0.14)	InE 3.4 (0.14)	ChE 3.3 (0.11)	JE 3.18 (0.14)	**EE 3.1 (0.14)**
I think this speaker is smart	**BrE 3.92 (0.13)**	**FiE 3.82 (0.13)**	NNTE 3.64 (0.14)	EE 3.4 (0.13)	ChE 3.4 (0.12)	STE 3.34 (0.13)	InE 3.2 (0.14)	**JE 3.02 (0.13)**
I would like to have this accent	**BrE 3.96 (0.17)**	**FiE 3.8 (0.14)**	NNTE 3.46 (0.13)	EE 2.9 (0.15)	InE 2.36 (0.15)	ChE 2.26 (0.16)	STE 2.18 (0.13)	**JE 2.02 (0.12)**
I enjoy listening to this accent	**BrE 3.98 (0.15)**	**FiE 3.98 (0.13)**	NNTE 3.6 (0.14)	EE 2.98 (0.14)	InE 2.76 (0.15)	STE 2.58 (0.14)	ChE 2.54 (0.16)	**JE 2.38 (0.15)**
This speaker can be a good pronunciation model	**BrE 4.2 (0.13)**	**FiE 3.96 (0.14)**	NNTE 3.62 (0.15)	EE 3.14 (0.13)	InE 2.8 (0.15)	ChE 2.74 (0.16)	STE 2.44 (0.15)	**JE 2.26 (0.13)**
It is important for Thai-English learners to be able to speak like this speaker	**BrE 3.66 (0.19)**	**JE 3.48 (0.16)**	NNTE 3.16 (0.17)	EE 2.56 (0.16)	InE 2.38 (0.15)	ChE 2.22 (0.16)	STE 2.1 (0.15)	**JE 2.08 (0.15**

Table 3 revealed the participants' evaluations of accents regarding four dimensions: perceived comprehensibility, stereotypes, preferences, and importance of acquiring a particular accent. In terms of perceived comprehensibility, the FiE was surprisingly received the highest rating with a mean value of 4.32, followed by the BrE (4.02). On the other hand, the ChE gained the lowest score with the mean value of 2.66 for this dimension. In terms of participants' accent

stereotypes (friendly and smart), the BrE dominated the first place with the highest mean value of 3.80, followed by the FiE with the mean score of 3.74. The accent rated the least friendly and smart was JE, with the mean value of 3.1. Regarding participants' accent preferences, the BrE was rated the most favored with a mean value of 3.97, followed closely by FiE with the mean value being 3.90. The only accent receiving the least preference was JE as it received a mean value of 2.2. With respect to the attitudes towards the importance of acquiring a particular accent, BrE and FiE accents were still on top of the table as they received the highest scores, 3.93 and 3.72 respectively. The accent which was rated the lowest for this aspect was JE with a mean value of 2.17.

In relation to the overall results of accents' evaluation, it was surprising that an outer-circle variety, FiE, dominated the highest rank with the mean value being 3.96, followed by a BrE with a mean score of 3.94. The third highest evaluation was NNTE as it received the mean value being 3.63. Even though EE was rated in the fourth place and scored lower than the previous three accents (FiE, BrE, and NNTE), it still remained positive with the mean value being 3.08, followed closely by STE being 3.04. The last three accents which were rated relatively low, compared to the aforementioned accents, were all NNS accents (with the mean values being 2.95 for InE, 2.72 for ChE, and 2.56 for JE).

Table 3: Evaluations of accents regarding four dimensions

Dimensions	**English varieties**							
	FiE	**BrE**	**NNTE**	**EE**	**STE**	**InE**	**ChE**	**JE**
	Mean (SD)	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**	**Mean (SD)**
Perceived comprehensibility	4.32 (0.88)	4.02 (0.98)	3.87 (0.90)	3.22 (0.92)	3.7 (0.95)	3.22 (0.88)	2.66 (0.87)	2.70 (0.84)
Stereotypes	3.74 (0.90)	3.80 (0.90)	3.62 (0.94)	3.25 (0.82)	3.50 (0.88)	3.3 (0.93)	3.35 (0.74)	3.1 (0.90)
Preference	3.90 (0.93)	3.97 (1.08)	3.53 (0.87)	2.94 (0.98)	2.40 (0.87)	2.56 (0.96)	2.4 (1.03)	2.2 (0.85)
Importance of acquiring a particular accent	3.72 (0.91)	3.93 (1.01)	3.39 (0.98)	2.85 (0.95)	2.27 (0.93)	2.59 (0.96)	2.48 (1.03)	2.17 (0.93)
Overall	3.96 (0.31)	3.94 (0.20)	3.63 (0.24)	3.08 (0.26)	3.04 (0.71)	2.95 (0.39)	2.72 (0.42)	2.56 (0.41)

The main result of ANOVA (Table 4) reveals that there was a large significant effect in the participants' evaluations of the eight accents, $F(7, 56) = 33.791$, $p = .000$.

Table 4: Tests of within-subjects effect

Source		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Speaker	Sphericity Assumed	18.488	7	2.641	33.791	.000	.809
	Greenhouse-Geisser	18.488	1.922	9.621	33.791	.000	.809
	Huynh-Feldt	18.488	2.516	7.347	33.791	.000	.809
	Lower-bound	18.488	1.000	18.488	33.791	.000	.809
Error (Speaker)	Sphericity Assumed	4.377	56	.078			
	Greenhouse-Geisser	4.377	15.373	.285			
	Huynh-Feldt	4.377	20.131	.217			
	Lower-bound	4.377	8.000	.547			

Table 5 illustrated a post hoc test that was run to determine the significant difference between each pair of accents. The analysis emerges following patterns. Firstly, BrE and FiE were rated more positively than other varieties; however, the mean scores between these two varieties did not differ significantly. Secondly, NNTE, which was rated in the third place, showed a significant difference with the rest of the accents except STE. Thirdly, there was no statistical difference among EE, InE, and STE which were evaluated more positively than the accents of speakers in the Expanding Circle, ChE, and JE. Finally, even though ChE and JE received the lowest evaluations, they were not statistically different, as both received rather similar mean values.

Table 5: Mean difference of each pair of speakers (Post-Hoc)

	ChE	EE	FiE	InE	JE	BrE	NNTE	STE
ChE		-.367 (.135)	-1.249* (.003)	-.236 (.966)	.158 (1.000)	-1.222* (.001)	-.918* (.003)	-.327 (1.000)
EE	.367 (.135)		-.882* (.000)	.131 (1.000)	.524* (.017)	-.856* (.000)	-.551* (.000)	.040 (1.000)
FiE	1.249* (.003)	.882* (.000)		1.013* (.001)	1.407* (.000)	.027 (1.000)	.331* (.003)	.922* (.038)
InE	.236 (.966)	-.131 (1.000)	-1.013* (.001)		.393* (.001)	-.987* (.003)	-.682* (.001)	-.091 (1.000)

	ChE	EE	FiE	InE	JE	BrE	NNTE	STE
JE	-.158 (1.000)	-.524* (.017)	-1.407* (.000)	-.393* (.001)		-1.380* (.001)	-1.076* (.000)	-.484 (.310)
BrE	1.222* (.001)	.856* (.000)	-.027 (1.000)	.987* (.003)	1.380* (.001)		.304* (.045)	.896 (.187)
NNTE	.918* (.003)	.551* (.000)	-.331* (.003)	.682* (.001)	1.076* (.000)	-.304* (.045)		.591 (.339)
STE	.327	-.040	-.922*	.091	.484	-.896	-.591	

*. The mean difference is significant at the .05 level.

2. Interview findings

The qualitative results gained from the interviews were analyzed according to themes regarding four dimensions as follows:

Perceived comprehensibility

In the interview, most participants agreed that speaking English with NS accents is difficult to understand. They pointed out that the English accent that they have frequently acquired from their surroundings can influence their comprehensibility.

Two remarked:

I don't understand native English that much. According to the video recording, I can understand the last one (Strong-Thai English accent) because this accent is similar to my accent, and I am used to it. (Participant 4)

I think non-native English accents, such as Thai, are easier to understand than native English accents because it is quite easy to follow. We are also familiar with the characteristics of Thai-English accent. (Participant 7)

As far as pronunciation is concerned, all interviewees have a positive perception of NSs. They believed that NSs, who use English inherently, have clearer pronunciation than NNSs. Two noted:

Native speakers pronounce words more clearly than non-native speakers... Also, they have spoken English as their first language since their childhood and used it every day, so they can speak more clearly and understandably than non-native English speakers. (Participant 5)

Personally, native speakers have clearer pronunciation. Obviously, they are native speakers, aren't they? As they are the owners of English, they know how to pronounce English words and word-stress rules. (Participant 6)

In contrast, one participant indicated that even though NSs are better in articulating clear pronunciation, they often use some characteristics in a spoken language such as T-glottalization that sometimes make it difficult for NNSs to recognize or understand. One said:

I think there are some characteristics of native English accents such as glottalization that might create some difficulties to listen to. When pronouncing "water or bottle," the "t" sound in the US accent is often reduced in the middle of words. This characteristic makes the sound of words unclear. (Participant 11)

Interestingly, one participant viewed that the idea of "clear pronunciation" is not associated with being a NS or NNS, but with the speed of speaking:

I think it depends on where they're from and the speed of pronunciation. (Participant 1)

Preferences

From the rating scales, most participants preferred NS accents which are aligned with the interview findings. Most of the participants mentioned that BrE is preferable because of its clarity and inherent values. Three justified:

I want to have a UK accent because it has a clear pronunciation. (Participant 5)

I prefer British English because it has an appealing style in itself. (Participant 10)

I personally like the British English accent since its sound is so cool. I feel like I can speak English fluently with this accent. (Participant 11)

Stereotypes (social attractiveness)

The majority of participants seemed to have a notion that speaking English with a NS accent is better than without. In addition, many seemed to have a slightly positive bias in favor of NS accents. As shown in the following excerpts, many positive stereotypical attributes (e.g., standard, perfect, intelligent, impressive, and professional) were variously recited to label NS accents. Some remarked:

I want to have an American English accent because it is the most standard. I feel people can understand me when I speak with this accent. (Participant 4)

I wish to have either an American accent or a British accent. I think they sound intelligent enough to listen. People seem to consider us confident when speaking English with these two accents. (Participant 6)

I think native English accents are easier to understand than non-native English accents because native speakers speak English with perfect accents. (Participant 8)

In my point of view, speaking with native-like accents can make us more professional and reliable. It can also build a great first impression on English native speakers. (Participant 10)

Importance of acquiring a particular accent

More than half of the interviewees mentioned that imitating a NS when using English for international communication is crucial. They stated that it would be better if NNSs could speak English like a NS as far as international communication is concerned. Two viewed:

To be more formal, it is important to imitate a native speaker of English when speaking at a conference or for international communication. If we pronounce words correctly in the same way native speakers do, people will understand what we say. (Participant 6)

I think it is important to speak like a native for international communication as English accents of native speakers are standard accents. (Participant 8)

Interestingly, participants added that although acquiring a NS accent is significant, it is crucial for speakers to focus more on pronunciation than on accent. One claimed:

For effective communication, I think it's important to speak like a native speaker; however, we should focus more on pronunciations than accents. (Participant 11)

In striking contrast, some of the participants revealed that it is unnecessary to sound like a NS. They believed that speaking English with L1 interference is sufficient for international communication. For example, two argued:

I think it is not important to speak English with a native-like accent for global communication… , and I believe that we should appreciate our English accents. Varieties are worth enough to speak. (Participant 7)

I think there's no need to have a native-like accent because language is just a tool for communication. If the interlocutor understands what we said, that's enough for communication. (Participant 9)

Summary

The study was carried out to explore Thai learners' attitudes toward varieties of English accents with four dimensions: perceived comprehensibility, stereotypes, preferences, and importance of acquiring a particular accent. Fifty participants were students at the Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai campus, Thailand. In addition, VGT and semi-structured interviews were employed. According to the result of accents evaluations with four dimensions, British English was generally rated the highest in almost all aspects except for perceived comprehensibility, followed by Filipino English. The accent, which was placed the least favored by the participants, in contrast, was Japanese English. However, it should be noted that although British English was rated the highest in almost all dimensions, it was not the most favored by the participants for the overall evaluation of accents. Instead, the accent which received the most positive evaluation in the overall results was Filipino English. By drawing on the semi-structured interviews, the overall interview results showed that most of the participants were likely to agree that speaking English with NS accents was better than with NNS accents.

Discussions

The results showed some conflicts within the perceived comprehensibility dimension. This phenomenon is evidenced through the participants' covert attitudes from the VGT findings and overt attitudes from the interviews. As shown in the interview findings, the participants mostly viewed that NS accents are more understandable than NNs accents. Surprisingly, however, when compared to the results from VGT, FiE was instead evaluated by the participants as being the clearest and easiest to understand. This finding contradicts that of Suebwongsuwan and Nomnian (2020), which revealed that NS accents received the highest ranking in all aspects, including comprehensibility. A possible reason that supports this finding might relate to syllable-timing and stress-timing influencing intelligibility judgment, as mentioned by Prince (1981), who stated that stress-timing which includes English rhythm and syllable reduction possibly lead to the difficulty of participants' comprehension. In this study, the FiE speaker's pronunciation is highly syllable-timed, and since the participants' L1 is Thai, which is also syllable-timed language, it is very likely they found a syllable-timed English accent to be more intelligible than a stress-timed accent.

With the aim to investigate stereotypes, preferences, and the importance of acquiring native-like accents, NS accents are the most frequently received the highest rank on a rating scale. Likewise, the interview shows that many participants consciously give the highest value to NSs. The result might imply that standard ideology is still implanted in students' minds, which is in line with the previous

study carried out by Fang (2016), who revealed that students still hold the belief of standard English as they view that NS accents are the most standard and formal.

Recommendations

As this study included only one dialect of the inner circle, which is EE, it will be interesting if a further study adds other English dialects to gain broader information. Also, this study employed a small number of participants; it would be better for the next study of language attitude to be more applicable and reliable by employing more participants. With respect to the current Thai teaching curriculum, it seems that awareness of ELF has not been widespread. Some students are still likely to have a deep-rooted mindset of standard English ideology. Therefore, educators should reconsider the knowledge of ELF and encourage learners to fully understand English in the real world.

References

Bennui, P. (2017). Speaking Tinglish for professional communication: A reflection of Thai English used by tour guides along the Andaman Sea. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, *17*, 233-266.

Fang, F. G. (2016). Investigating attitudes towards English accents from an ELF framework. *The Asian Journal of Applied Linguistics*, *3*(1), 68-80.

Firth, A. (1996). The discursive accomplishment of normality: On 'lingua franca' English and conversation analysis. *Journal of pragmatics*, *26*(2), 237-259.

House, J. (1999). Misunderstanding in intercultural communication: Interactions in English as a lingua franca and the myth of mutual intelligibility. *Teaching and learning English as a global language*, 73-89.

Jenkins, J. (2000). *The phonology of English as an international language*. Oxford: Oxford University Press.

Jenkins, J. (2007). *English as a lingua franca: Attitude and identity*. Oxford: Oxford University Press.

Jenkins, J. (2015). *Global Englishes: A resource book for students* (3rd ed.). New York, NY: Routledge.

Jindapitak, N. (2010). *An attitudinal study of varieties of English: voices from Thai university English learners* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Hat Yai, Thailand.

Jindapitak, N. (2015). *English as a Lingua Franca: Learners' Views on Pronunciation.* Songkhla: Prince of Songkla University.

Jindapitak, N., & Teo, A. (2013). Accent priority in a Thai University context: A common sense revisited. *English Language Teaching, 6*(9), 193-201.

Kachru, B. (1985). Standards, codification and sociolinguistic realism: English language in the outer circle. In R. Quirk and H. Widowson (Eds.), *English in the world: Teaching and learning the language and literatures* (pp.11-30). Cambridge: Cambridge University Press.

Kalra, R., & Thanavisuth, C. (2018). Do you like my English? Thai students' attitudes towards five different Asian accents. *Arab World English Journal, 9*(4), 281–294.

Kaur, P. (2014). Attitudes towards English as a lingua franca. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 118,* 214–221.

León, M. (2018). Standard Language Ideologies, World Englishes, and English Language Teaching: An Overview. *Journal of Second Language Acquisition and Teaching, 25*, 44-62.

Milroy, J. (2001). Language ideologies and the consequences of standardization. *Journal of sociolinguistics, 5*(4), 530-555.

Prince, M. (1981). One aspect of listening comprehension: English rhythm and reduced syllables. *English Teaching, 21*, 177-187.

Sangnok, P., & Jaturapitakkul, N. (2019). Perceptions of Thai Undergraduate Students toward the Asian English Accents on Listening Comprehension. *REFLections, 26*(2), 24-50.

Seidlhofer, B. (2011). *Understanding English as a lingua franca-Oxford applied linguistics*. Oxford: Oxford University Press.

Sonderegger, M., Bane, M., & Graff, P. (2017). The medium-term dynamics of accents on reality television. *Language, 93*(3), 598-640.

Suebwongsuawan, W., & Nomnian, S. (2020). Thai hotel undergraduate interns' awareness and attitudes towards English as a lingua franca. Indonesian *Journal of Applied Linguistics, 9*(3), 704–716.

Zhang, Y. (2019). An Investigation of Chinese EFL Learners' Perceived Comprehensibility of Nine English Accents. *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics, 23*(2), 109-132.

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาจีน)

游戏《原神》对中国服装及建筑的文化输出分析研究——以《原神》中的璃月地区为例

การศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมจีนด้านเครื่องแต่งกายและสถาปัตยกรรม กรณีศึกษา เมืองหลีเยว่ในเกม Genshin Impact

ศิรดา ชัยวิริยะวงศ์[1] กนกธร แซ่หลี[2] และศักรินทร์ สวัสดี[3*]

论文摘要：本论文以《原神》游戏中的人物设计体现出的中国传统服饰文化与《原神》游戏中的璃月港体现出的中国传统建筑文化为目的。本文使用定性研究方法，通过在线上的文章、学术期刊与中国服饰文化和传统建筑文化的文化输出相关文件中收集资料，以及从游戏内收集的信息进行深入分析人物特征和璃月港的场景。

研究结果发现，男人物的服饰文化特征可以分为两种是长衫和短衣；女人物的服饰文化特征可以分为两种是旗袍与其他服饰形式，如京剧服饰、僵尸服装等。为了适合游戏中的人物的背景、特点与任务，《原神》中的人物设计添加了中国文化的特点，如表明位置与社会地位的饰品的花纹，包含表明性别与信仰的象征。在建筑方面，璃月港的建筑放置，结构与周围环境的设计是以中国建筑独特性与风格为主，主要的建筑结构有两种：一是穿斗式，小型建筑的主要结构；二是抬梁式，大型建筑的主要结构。此外，屋顶形式和颜色的设计是以中国古代建筑为基础的。

在文化输出方面，原神的璃月港反映了中国人的生活方式，如服饰文化特色、中国建筑的特点等，通过场景、璃月港中的建筑、人物设计，包括通过故事与人物对话中介绍了中国人的信仰和社会规范。

关联词：文化输出；原神；网络游戏

[1-2] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业本科生
[3] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业的教师
* Corresponding author E-mail:Sakkarin.sa@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเครื่องแต่งกายจีนที่สะท้อนผ่านการออกแบบตัวละคร และเพื่อศึกษาวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมจีนที่สะท้อนผ่านการออกแบบเมืองหลีเยว่ (璃月) จากเกม Genshin Impact ซึ่งใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษารวบรวมข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต บทความวารสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกวัฒนธรรมด้านเครื่องแต่งกาย รวมถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมของจีน และเก็บข้อมูลจากเกมเพื่อนำมาวิเคราะห์และอธิบายลักษณะของตัวละครและฉากประกอบภายในเมืองหลีเยว่

จากการศึกษาวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเครื่องแต่งกายจีนที่สะท้อนผ่านการออกแบบตัวละครเพศชายแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ฉังซาน (长衫) และต่วนอี (短衣) ในขณะที่วัฒนธรรมเครื่องแต่งกายของตัวละครเพศหญิงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กี่เพ้าและรูปแบบเสื้อผ้าอื่น ๆ เช่น ชุดงิ้วและชุดผีดิบจีน มีการเพิ่มเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน เช่น ลวดลายดอกไม้ เครื่องประดับที่บ่งบอกถึงฐานะและสถานภาพทางสังคม รวมถึงสัญลักษณ์ที่บ่งบอกเพศสภาพหรือความเชื่อลงบนเครื่องแต่งกายของตัวละคร เพื่อให้เข้ากับภูมิหลัง ลักษณะนิสัยและบทบาทภายในเกมของตัวละคร ในด้านสถาปัตยกรรม เมืองหลีเยว่ (璃月) มีการออกแบบการจัดวางและโครงสร้างอาคาร รวมทั้งองค์ประกอบของสถานที่โดยมุ่งเน้นถึงเอกลักษณ์และกลิ่นอายความเป็นจีน โดยโครงสร้างหลักที่ค้ำจุนอาคารมี 2 ชนิด ได้แก่ ชวนโต่ว (穿斗) ที่เป็นโครงสร้างหลักของอาคารขนาดเล็ก และไท่เหลียง (抬梁) ที่เป็นโครงสร้างหลักสำหรับอาคารขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการออกแบบทรงหลังคาและสีของหลังคาอิงตามสถาปัตยกรรมจีนโบราณอีกด้วย

สะท้อนให้เห็นว่าเกม Genshin Impact มีการส่งออกวัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตของชาวจีน เช่น เอกลักษณ์เสื้อผ้า รวมถึงเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมจีน โดยนำเสนอวัฒนธรรมดังกล่าวผ่านฉากประกอบการออกแบบอาคารและตัวละครในเมืองหลีเยว่ (璃月) รวมทั้งนำเสนอรายละเอียดทางวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น ความเชื่อและบรรทัดฐานทางสังคมผ่านเนื้อเรื่องหรือบทพูดของตัวละคร

คำสำคัญ : การส่งออกวัฒนธรรม Genshin Impact เกมออนไลน์

บทนำ

ในยุคดิจิทัล ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อข้อมูลข่าวสารได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็นละคร ซีรีส์ เพลง หรือเกม ซึ่งสื่อดังกล่าวมีส่วนช่วยในการเผยแพร่เอกลักษณ์เฉพาะของสังคมหนึ่งไปยังสังคมภายนอกได้อย่างกว้างขวาง การเผยแพร่ดังกล่าว เรียกว่า การส่งออกทางวัฒนธรรม (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) โดยเกมเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่รวมรูปแบบการส่งออกวัฒนธรรมในหลาย ๆ ด้านไว้ด้วยกัน เช่น การส่งออกวัฒนธรรมด้านดนตรีผ่านเพลงประกอบภายในเกม การส่งออกวัฒนธรรมด้านเสื้อผ้าผ่านการออกแบบตัวละคร หรือการส่งออก

วัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมผ่านการออกแบบฉาก ซึ่งรวมอยู่ภายในเกม ๆ เดียว เป็นต้น

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาตลาดเกมในจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และแม้ว่าจำนวนเกมที่ผสมผสานวัฒนธรรมจีนจะมีเพียง 2% แต่รายได้รวมของเกมเหล่านี้กลับอยู่ในสามอันดับแรก โดยเกม Genshin Impact จากค่าย HoYoverse ที่ได้มีการออกแบบตัวละคร สถานที่ และสถาปัตยกรรมภายในขอบเขตเมืองหลีเยว่ (璃月) อ้างอิงตามวัฒนธรรมจีน ได้รับรายได้มากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ในหกเดือนนับตั้งแต่เปิดตัวเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2563 ทำให้เป็นเกมเล่นตามบทบาทที่ทำรายได้สูงสุดในโลก (Zhang Yan, Li Jinhao & Zhao Yuxiang, 2564) นอกจากนี้ภายในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 มีผู้เล่น Genshin Impact บนคอมพิวเตอร์จำนวนมากกว่า 3.9 ล้านคน โดยข้อมูลนี้นับเฉพาะตลาดเกมจำนวน 37 ประเทศเท่านั้น ไม่รวมตลาดเกมในประเทศจีน (thisisgamethailand, 2563) และยังมีจำนวนผู้เล่นภายในหนึ่งวันสูงสุดถึง 10 ล้านคน (Chao, 2564) จากความนิยมของเกม Genshin Impact ทั้งในและนอกประเทศ ทำให้ชาวต่างชาติได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนผ่านตัวเกม ถือเป็นความสำเร็จอย่างมากในการส่งออกวัฒนธรรมจีนไปต่างประเทศ (Liu Shuxiu, 2564)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบทความที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ได้แก่ การศึกษาเรื่องจุดแข็งและข้อจำกัดของ Soft Power ของประเทศเกาหลีใต้ ของกิตติ ประเสริฐสุข (2563) พบว่าอำนาจอย่างอ่อน (Soft power) หมายถึงอำนาจที่เกิดจากการสร้างเสน่ห์หรือการโน้มน้าว ซึ่งตามกรอบแนวคิดของ Joseph Nye สามารถแบ่งออกได้ 3 ด้าน ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศ โดยเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติในการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ทำให้หลายประเทศหันมาให้ความสนใจเรื่องการผลักดันอำนาจอย่างอ่อนแทนการใช้อำนาจอย่างแข็ง (Hard Power) ซึ่งเป็นการบังคับใช้กำลังทางการทหารและเศรษฐกิจอันไม่เป็นที่ยอมรับในสังคมยุคปัจจุบัน รวมไปถึงการศึกษาเรื่องการส่งออกวัฒนธรรม ณัฐวุฒิ มีสกุล (2562) ได้ทำการศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อละครเกาหลี พบว่า นโยบายที่ช่วยกำกับดูแลและสนับสนุนด้านการผลิตสื่อของเกาหลี รวมทั้งวัฒนธรรมเกาหลีที่ปรากฏในสื่อ เช่น ละคร เพลง ภาพยนต์ที่ถูกเผยแพร่ เป็นสาเหตุที่ทำให้ประเทศเกาหลีเป็นที่รู้จัก และสามารถส่งออกสินค้าและวัฒนธรรมของประเทศไปยังในและนอกประเทศได้อย่างแพร่หลาย ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมจีนที่สอดแทรกอยู่ภายในเกม Genshin Impact โดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบของเกม เช่น ตัวละคร ฉาก ในมุมมองด้านวัฒนธรรม อาทิ เสื้อผ้าการแต่งกาย และสถาปัตยกรรมที่ปรากฏบนเกม เพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบการส่งออกวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านเกมดังกล่าว ที่สามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับการส่งออกวัฒนธรรม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเครื่องแต่งกายที่สะท้อนผ่านการออกแบบตัวละครในเมืองหลีเยว่ (璃月) จากเกม Genshin Impact

2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมที่สะท้อนผ่านการออกแบบเมืองหลีเยว่ (璃月) จากเกม Genshin Impact

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. หลีเยว่ (璃月) คือ หนึ่งในเจ็ดประเทศภายในเกม Genshin Impact ที่มีต้นแบบมาจากประเทศจีน

2. การส่งออกวัฒนธรรม หมายถึง การเผยแพร่เอกลักษณ์เฉพาะของสังคมหนึ่งไปยังสังคมภายนอกอย่างกว้างขวางผ่านสื่อ หรือสินค้าต่าง ๆ

วิธีการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเชิงคุณภาพที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลและศึกษาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต บทความวารสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกวัฒนธรรม วัฒนธรรมเครื่องแต่งกาย รูปแบบสถาปัตยกรรมของจีน และการเก็บข้อมูลจากเกม เพื่อใช้วิเคราะห์และอธิบายลักษณะของตัวละครและฉากประกอบที่นำเสนอเอกลักษณ์จีนในเมืองหลีเยว่ จากเกม Genshin Impact

ผลการศึกษา

1. การส่งออกวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย

ตัวละครภายในเกมคือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นตัวดำเนินเรื่องราวภายในเกมและเป็นสิ่งที่อยู่ในสายตาของผู้เล่นตลอดเวลาที่เล่นเกม รายละเอียดบนตัวละครจึงเป็นสิ่งที่ผู้เล่นสังเกตและซึมซับได้ง่าย ทำให้การส่งออกวัฒนธรรมทางด้านเสื้อผ้าผ่านการออกแบบตัวละครมีความสำคัญ นอกจากนี้ความหลากหลายของการออกแบบตัวละครภายในเกม Genshin Impact ทำให้สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกเพศทุกวัย

1.1 การส่งออกวัฒนธรรมผ่านเสื้อผ้าของตัวละครเพศชาย

การส่งออกวัฒนธรรมผ่านเสื้อผ้าของตัวละครเพศชายภายในเกม Genshin impact แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ ฉางซาน (长衫) และต่วนอี (短衣) โดยฉางซานมีต้นกำเนิดในราชวงศ์ชิง (清朝) มีลักษณะเป็นชุดจีนแบบยาว เสื้อคลุมยาวถึงข้อเท้า แขนเสื้อยาวรุ่มร่าม ซึ่งอ้างอิงจากนวนิยายเรื่องสั้นชื่อ ข่งอี๋จี่[4] (孔乙

[4] ข่งอี๋จี่ (孔乙己) คือ หนึ่งในเรื่องสั้นของหลู่ซวิ่น (鲁迅) ที่ถูกตีพิมพ์ในวารสาร นวชน (新青年) ปีพ.ศ. 2462 ก่อนจะถูกรวมไว้ในหนังสือรวมเรื่องสั้นชุดแรกของหลู่ซวิ้นชื่อว่า คำนำเรื่องสั้นชุดตะโกนก้อง (吶喊) (สุพัตรา ห.เพียรเจริญ, 2563)

己) ปีพ.ศ. 2462 โดย หลู่ซวิ่น (鲁迅) กล่าวว่าผู้ที่สวมใส่ฉางซานเป็นผู้มีฐานะและการศึกษาที่ดี รูปแบบของเสื้อมาจาการที่ผู้สวมใส่ไม่ต้องขยับเนื้อตัวทำงานมาก โดยตัวละครชายที่สวมใส่ฉางซานภายในเกม ได้แก่ จงหลี เนื่องจากจงหลีเป็นที่ปรึกษาของโถงแห่งการเกิดใหม่หวังเชิง (往生堂) มีความรอบรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองหลีเยว่เป็นอย่างมาก หน้าที่หลักของเขาจึงเป็นการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดพิธีกรรมต่าง ๆ

ในขณะที่ผู้สวมใส่ต่วนอีเป็นชนชั้นแรงงาน ชาวนา หรือ ทหาร ที่ต้องทำงานหนัก ฝึกฝนการต่อสู้หรือออกไปสู้รบ ตัวละครชายที่สวมใส่ต่วนอีภายในเกม ได้แก่ ฉงหยุนและเซียว เนื่องจากฉงหยุนเป็นนักปราบปิศาจที่ต้องออกไปต่อสู้อยู่เสมอ ส่วนเซียวเป็นยักษา (夜叉) ผู้มีหน้าที่ปกป้องคุ้มกันเมืองหลีเยว่

นอกจากการนำฉางซานและต่วนอีมาเป็นต้นแบบพื้นฐานของเสื้อผ้า ทางผู้พัฒนาได้เพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับลวดลายและเครื่องประดับของจีนลงบนเสื้อผ้าของตัวละครให้สอดคล้องกับลักษณะพื้นฐานของตัวละคร ทำให้ตัวละครมีเอกลักษณ์มากขึ้น

รูปที่ 1 ชุดฉางซาน (长衫) ที่มา https://bit.ly/3CjApdw



รูปที่ 2 ชุดต่วนอี (短衣) ที่มา https://bit.ly/3SYWHbc



1.1.1 ฉางซาน (长衫)

(1) ตัวละคร จงหลี (钟离) หลังจากยุคสงครามฝิ่นในปีพ.ศ. 2383 เป็นต้นมา วัฒนธรรมตะวันตกเริ่มเผยแพร่เข้าสู่ประเทศจีน ทำให้การแต่งกายของชาวจีนมีการผสมผสานกับวัฒนธรรมตะวันตกและมีความทันสมัยมากขึ้น การแต่งกายของจงหลีเป็นการนำฉางซานมาปรับเปลี่ยนเป็นเสื้อคลุมยาวและรองเท้าหนังแบบตะวันตกแต่ลวดลายบนเสื้อผ้ายังคงมีเอกลักษณ์แบบจีนโบราณ

รูปที่ 3 เครื่องแต่งกายของจงหลี



โทนสีของชุดเน้นสีน้ำตาลและสีเหลืองซึ่งเป็นตัวแทนธาตุดิน หมายถึง ความเป็นปึกแผ่นมั่นคง ในสมัยโบราณสีเหลืองเป็นสีที่ราคาแพงและถูกเคารพมากที่สุด เพราะเป็นตัวแทนสีของโลกและจักรพรรดิ เครื่องทรงขององค์จักรพรรดิจึงนิยมใช้สีเหลือง นอกจากนี้ ในสมัยโบราณผู้ที่ได้รับพระราชทานเสื้อคลุมตัวนอกที่เรียกว่าหม่ากว้า (马褂) สีเหลืองจากองค์จักรพรรดิยังถือเป็นค่าตอบแทนและเกียรติสูงสุดอีกด้วย (He Yue, 2562)

รูปที่ 4 หม่ากว้า (马褂) ที่มา https://bit.ly/3SM50rl



ลวดลายเกล็ดมังกรบนชายเสื้อของจงหลีอิงจากร่างจริงที่มีลักษณะเป็นมังกร ตามความเชื่อของชาวจีนสมัยโบราณที่มีความเชื่อเรื่องโชคลางผูกโยงกับวิถีชีวิต มังกรคือสัญลักษณ์ของจักรพรรดิ เป็นผู้พิทักษ์ที่สามารถปกป้องชาวบ้านจากภัยอันตรายต่าง ๆ รวมถึงช่วยให้การทำเกษตรอุดมสมบูรณ์ (นพพล จันทร์กระจ่างแจ้ง และศิริวรรณ เรืองศรี, 2563) สอดคล้องกับบทบาทของจงหลีที่เป็นปฐมเซียน (The Prime of Adepti) ผู้สร้างเมืองหลีเยว่และปกครองเมืองในฐานะราชาแห่งหิน (岩王帝君) มาอย่างยาวนานตลอดระยะเวลา 3,700 ปี

ลายประแจจีน หรือ ลายหุย (回纹) ที่ปรากฏบริเวณชายเสื้อ มีลักษณะเป็นเส้นสองเส้นม้วนเข้ามากันไม่มีหัวและท้าย โดยชื่อหุยมีที่มาจากการที่ลวดลายคล้ายคำว่า 回 ในภาษาจีน ปรากฏบนเครื่องปั้นดินเผาทาสีของยุคหินใหม่และทองสัมฤทธิ์ เฟื่องฟูที่สุดในยุคราชวงศ์ชาง (商代) ต่อมาก็ถูกนำไปพัฒนาเป็นลายต่าง ๆ ถือเป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวยหรือความเป็นอยู่ที่ดีตลอดไป ตามลักษณะของลวดลายที่ไม่มีจุดสิ้นสุด (วารุณี หวัง, 2558)

รูปที่ 5 ลายประแจจีน และลายเกล็ดมังกร



รูปที่ 6 กระดุมถักแบบจีน



1.1.2 ต่วนอี (短衣)

(1) ตัวละคร เซียว(魈) ตัวละครผู้ใช้ธาตุลมที่มีฐานะเป็นยักษาผู้พิทักษ์ (护法夜叉大将) ซึ่งมีหน้าที่คุ้มครองชาวเมือง หลีเยว่และกำจัดภูติผีปิศาจ จึงมีการเคลื่อนไหวรวดเร็วเหมือนสายลม โดยท่าทางของตัวละครได้รับแรงบรรดาลใจมาจากภาพยนตร์เรื่องพยัคฆ์ตะลุยพยัคฆ์และตี๋เหรินเจี๋ย (Genshin Impact, 2564) จึงต้องใส่ชุดต่วนอีเพื่อให้เคลื่อนไหวร่างกายได้สะดวก นอกจากนี้เซียวยังสวมใส่เครื่องประดับที่ใช้สำหรับป้องกันสิ่งชั่วร้าย เช่น หน้ากากนั่ว (傩) ที่มักถูกสวมใส่ในพิธีไล่ผี ป้องกันโรคและวิญญาณร้าย (Nuo Culture in China, 2553) กระถางธูปที่เอว รวมไปถึงเครื่องประดับหยกบริเวณไหล่ที่ชาวจีนเชื่อกันว่าจะช่วยปกป้องคุ้มครองสิ่งชั่วร้าย

รูปที่ 7 เครื่องแต่งกายของเซียว



รูปที่ 8 หน้ากากนั่ว (傩)



(2) ตัวละคร ฉงหยุน (重云) นักปราบปิศาจผู้มีพลังหยางอันแข็งแกร่ง เสื้อผ้าของฉงหยุนเน้นโทนสีขาวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของพลังหยาง ไม่เน้นเครื่องประดับตามฐานะชนชั้นกลาง และเนื่องจากเขาเป็นนักปราบปิศาจ เสื้อผ้าที่สวมใส่จึงอิงจากชุดนักบวชลัทธิเต๋าและมีสัญลักษณ์ยันต์ 8 ทิศบนกางเกง ซึ่งชาวจีนเชื่อกันว่ายันต์ 8 ทิศ หรือ ยันต์โป๊ยก่วย (八卦图) สามารถป้องกันสิ่งชั่วร้ายหรือภูตผีปิศาจได้ จึงนิยมติดไว้บริเวณถนน คลองหรือเส้นทางที่ตรงเข้าสู่บ้าน (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) โดยสัญลักษณ์แผนผัง 8 ทิศที่ปรากฏบนเสื้อผ้าของฉงหยุน ได้แก่ สัญลักษณ์ทิศตะวันออก (震) หมายถึง ลูกชายคนโตและการตื่นตัว ทิศเหนือ (坎) หมายถึง ลูกชายคนกลางและความลึกลับ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือ (艮) หมายถึง ลูกชายคนเล็กและความสงบ (Jiewfudao, 2565) ตามลำดับ

รูปที่ 9 สัญลักษณ์ยันต์ 8 ทิศบนกางเกง



1.2 การส่งออกวัฒนธรรมผ่านเสื้อผ้าของตัวละครเพศหญิง

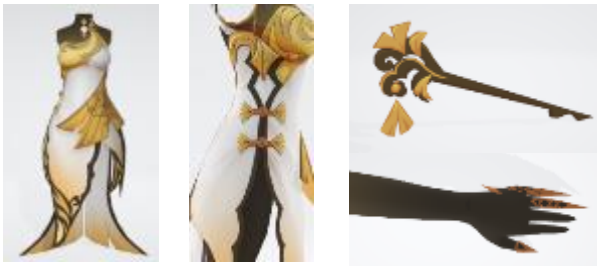
การส่งออกวัฒนธรรมผ่านเสื้อผ้าของตัวละครเพศหญิงแบ่งได้ 2 แบบ คือ กี่เพ้า (旗袍) และเสื้อผ้ารูปแบบอื่น ๆ ที่มีการประยุกต์สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยยังคงเอกลักษณ์เสื้อผ้าของวัฒนธรรมจีนไว้อยู่ เช่น คอเสื้อกระดุมผ้าแบบจีน ลวดลายเสื้อผ้าแบบจีน เป็นต้น

อ้างอิงจากบทความเรื่อง การวิเคราะห์โดยสังเขปเกี่ยวกับการพัฒนาและความหมายแฝงทางศิลปะของชุดกี่เพ้า ของ Long Chunhong (2554) พบว่าในสมัยโบราณกี่เพ้าเป็นเครื่องแต่งกายที่สวมใส่ได้ทั้งชายและหญิง จนในสมัยปลายราชวงศ์ชิง กี่เพ้าสำหรับผู้ชายก็เริ่มเสื่อมความนิยม ในขณะที่กี่เพ้าสำหรับสตรียังคงมีวิวัฒนาการต่อมาเรื่อย ๆ โดยรูปแบบพื้นฐานของกี่เพ้า คือ มีคอปกตั้ง กระเป๋ากระโปรงใหญ่ด้านขวา ทั้งชุดเป็นทรงตรง เสื้อทรงหลวม แขนเสื้อยาว ชายเสื้อกว้าง กระโปรงไม่ผ่าข้าง บริเวณชายเสื้อและแขนเสื้อปักลูกไม้หรือขอบสีอื่น ๆ ช่วงต้นปีพ.ศ. 2463 ตัวชุดกี่เพ้าค่อนข้างยาว แต่ในช่วงกลางปีชายเสื้อค่อย ๆ สั้นลงจนกระทั่งพ.ศ. 2483 เป็นต้นมา ชุดกี่เพ้าเริ่มมีความเปลี่ยนแปลง ในช่วงเวลานั้นชาวจีนเรียนรู้การตัดเย็บและเอกลักษณ์ของเสื้อผ้าตะวันตก ทำให้กี่เพ้ามีการตัดเย็บเรียบเนียนกว่าเดิม คอเสื้อตั้งสูง แขนเสื้อสั้น มีกระดุมปกเสื้อเอียง ตัวชุดยาวบ้างสั้นบ้าง กระโปรงผ่าสูง กี่เพ้ามีความรัดรูปมากกว่าเดิม เผยให้เห็นสัดส่วนรูปร่างของผู้หญิงมากขึ้น

1.2.1 ตัวละครที่สวมกี่เพ้า ได้แก่ หนิงกวงและเป่ยโต่ว

(1) หนิงกวง (凝光) หญิงสาวชนชั้นสูงผู้ดำรงตำแหน่งเทียนเฉวียน (天权) หนึ่งในเจ็ดดาราแห่งหลีเยว่ชีซิง[5] (璃月七星) รับผิดชอบดูแลเรื่องการเมืองและกฎหมายภายในประเทศ สวมเสื้อผ้าคุมโทนสีขาวและเหลือง โดยสีเหลืองหรือสีทองนั้น มีความหมายถึงความมั่นคงเป็นปึกแผ่นและยังนับว่าเป็นสีของจักรพรรดิอีกด้วย (จารุทัศน์ กาญจนอักษร และวรรณวิภา สุเนต์ตา, 2562) นอกจากนี้หนิงกวงยังสวมปลอกหุ้มเล็บซึ่งในสมัยราชวงศ์ชิงมักถูกใช้เป็นเครื่องประดับสำหรับบ่งบอกฐานะของชนชั้นสูง รูปทรงของใบแปะก๊วยถูกใช้เป็นเครื่องประดับของตัวละครนี้ค่อนข้างมาก เช่น กระดุม ปิ่นปักผม รวมไปถึงเครื่องประดับบริเวณรองเท้า โดยใบแปะก๊วยมีความหมายมงคล หมายถึง ความสมบูรณ์และโชคลาภ

รูปที่ 10 เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับของหนิงกวง



[5] หลีเยว่ชีซิง (璃月七星) คือ คณะบริหารที่เกิดจากการรวมตัวกันของนักธุรกิจผู้ทรงอิทธิพลทั้ง 7 ที่กุมบังเหียนของธุรกิจการค้าทั้ง 7 รูปแบบ มีหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือชาวเมืองหลีเยว่ในด้านต่าง ๆ

(2) เป่ยโต่ว (北斗) ดำรงตำแหน่งหัวหน้ากองเรือครักซ์ (南十字) รูปทรงชุดของเป่ยโต่วเป็นชุดกี่เพ้าแบบเว้าอกและสวมเสื้อคลุมกี่เพ้า (旗袍披肩) ตัวละครนี้ไม่ได้สวมเครื่องประดับและไม่ได้มีรายละเอียดเครื่องแต่งกายมากนัก เสื้อผ้ารัดรูปเหมาะกับการเคลื่อนไหวร่างกาย บริเวณปลายผ้าคลุม ถุงมือ ถุงน่องและรองเท้ามีลายสมอเรือ ปลายชุดกี่เพ้าด้านหลังมีลายคลื่นน้ำ ประดับพู่ไหมที่ปลายเสื้อคลุมและปลายชุด

รูปที่ 11 เครื่องแต่งกายของเป่ยโต่ว



1.2.2 ตัวละครที่สวมเสื้อผ้ารูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ หยุนจิ่น ชีชี และหูเถา

(1) หยุนจิ่น (云堇) เมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2565 เกม Genshin Impact ได้เพิ่มเนื้อหากิจกรรม Lantern Rite โดยอ้างอิงจากเทศกาลตรุษจีน และทำการเปิดตัวตัวละครที่มีชื่อว่าหยุนจิ่น ที่มีต้นแบบมาจากนักแสดงงิ้ว โดยคุณหยางหยาง (杨扬) ซึ่งเป็นนักแสดงงิ้วชื่อดังในประเทศจีนได้ถูกรับเชิญให้มาร้องเพลงงิ้วในส่วนที่หยุนจิ่นจะแสดงภายในเกมเป็นการเฉพาะ ซึ่งทางผู้พัฒนากล่าวว่าหยุนจิ่นเป็นตัวละครที่นำเสนอวัฒนธรรมจีนได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเครื่องแต่งกายของตัวละครได้ออกแบบตามชุดที่ใช้ในการแสดง นอกจากนี้ยังมีนักแสดงงิ้วเป็นผู้ให้เสียงร้องในบทเพลงเทพธิดาแห่งการทำลายล้าง และท่าทางการต่อสู้ของเธอก็อิงมาจากการแสดงงิ้วโดยตรง

หยุนจิ่นสวมผ้าคลุมไหล่ลายเมฆที่มีต้นกำเนิดในช่วงยุคห้าวงศ์สิบรัฐ[6] ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายชนชั้นสูงที่นิยมในหมู่ชาวฮั่น แต่หลังจากนั้นก็กลายเป็นเครื่องแต่งกายของคนธรรมดาสามัญ ปัจจุบันจะเห็นได้จากเสื้อผ้างิ้วจีน นอกจากนี้เสื้อผ้าของหยุนจิ่นยังมีการติดเครื่องประดับที่ทำจากเชือกถักค่อนข้างมาก โดยศิลปะการถักเชือกจีน (中国结) ถือเป็นสิ่งมงคลเนื่องจากคำว่า 结 (เจี๋ย) ใน 中国结 ประกอบด้วยตัวอักษร 吉 (จี๋) ที่มีความหมายถึงความเป็นศิริมงคลและความโชคดี (พรรณนารา นิเวศวรทานต์, 2560) รูปแบบของเชือกถักที่

[6] ยุคห้าวงศ์สิบรัฐ คือ ยุคที่อยู่ตรงกลางระหว่างปลายราชวงศ์ถังและต้นราชวงศ์ซ่ง เกิดขึ้นหลังจากการล่มสลายของราชวงศ์ถัง รัฐทั้ง 5 อันประกอบด้วย ราชวงศ์เหลียง ราชวงศ์ถัง ราชวงศ์จิ้น ราชวงศ์ฮั่นและราชวงศ์โจว ทำการแย่งชิงอำนาจในการปกครองพื้นที่ภาคกลาง ทำให้เกิดการแบ่งอำนาจเป็นห้าราชวงศ์ และในตอนท้ายของยุคราชวงศ์ถัง ยุคห้าวงศ์และตอนต้นของยุคราชวงศ์ซ่ง เกิดรัฐอิสระ 10 รัฐ ผู้คนจึงเรียกยุคนี้ว่ายุคห้าวงศ์สิบรัฐ (Chinatimes, 2559) (เอกสารจากเว็บไซต์)

ปรากฏบนชุดของหยุนจิ่น ได้แก่ เงื่อนเลขสิบ ที่ปลายกระโปง (十字结) และเงื่อนเหรียญคู่ (双钱结) บริเวณปกคอเสื้อที่สื่อความหมายถึง 好事成双 คือ มีเรื่องดีเกิดขึ้นพร้อมกัน นอกจากนี้คนจีนในสมัยก่อนยังเรียก 钱 (เฉียน) เป็น 泉 (เฉวียน) ซึ่งพ้องเสียงกับว่า 全 (เฉวียน) ที่มีความหมายถึงความสมบูรณ์พร้อม (Overseas Chinese Language and Culture Education Online, 2554) สวมหมวกงิ้วประดับลูกฟูบนศีรษะ และเมื่อทำการโจมตีด้วยทักษะธาตุ จะมีธงรบงิ้วปรากฏออกมาบริเวณด้านหลัง

รูปที่ 12 เครื่องแต่งกายของหยุนจิ่น



รูปที่ 13 หมวกงิ้วและธงรบงิ้ว



(2) ชีชี (七七) เด็กที่เสียชีวิตในยุคสงครามเซียนมารและถูกเหล่าเซียนชุบชีวิตขึ้นมา ทำให้ชีชีกลายเป็นผีดิบ ดังนั้นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจะได้รับแรงบันดาลใจมาจากเครื่องแต่งกายของผีดิบจีน (僵尸) ที่อ้างอิงมาจากเครื่องแต่งกายของขุนนางราชวงศ์ชิง (清朝官员) โดยสวมเสื้อผ้าที่เน้นสีเข้มและสวมหมวกทรงฉางฝูกวาน (常服冠) ผีดิบจีนมีที่มาจากวัฒนธรรมหนึ่งของจีน ที่เรียกว่า ส่งศพพันลี้ (千里行屍) เมื่อมีผู้เสียชีวิตในต่างแดน ญาติผู้เสียชีวิตจึงต้องจ้างนักบวชให้ทำการนำศพกลับไปยังบ้านเกิด โดยศพจะถูกจัดให้อยู่ในท่ายืน ใช้ไม้ไผ่เสียบใต้รักแร้ ผูกแขนไว้กับไม้ไผ่แล้วให้คนแบก ซึ่งจะกระทำในเวลากลางคืนและมีการสั่นกระดิ่งเพื่อให้รู้ว่ากำลังมีพิธีบริเวณนั้น เพราะพิธีดังกล่าวถือเป็นสิ่งอัปมงคลต่อผู้พบเห็น (ลักขณา ไชยสง, 2561) ชาวบ้านที่บังเอิญเห็นการเคลื่อนย้ายศพจึงเข้าใจว่า สิ่งที่ตนเห็นคือศพคนใส่ชุดสีเข้มกำลังเดินอยู่ หลังจากผ่านการเล่าปากต่อปาก และผ่านจินตนาการของหลากหลายผู้คน จึงทำให้เกิดตำนานเรื่องเล่าผีดิบที่ใส่ชุดข้าราชการของราชวงศ์ชิง

รูปที่ 14 เครื่องแต่งกายของชีชี



รูปที่ 15 หมวกของชีชี



(3) หูเถา (胡桃) เป็นหัวหน้าโถงแห่งการเกิดใหม่หวังเชิง (往生堂) มีหน้าที่รับผิดชอบจัดงานศพ สีเสื้อผ้าจึงเป็นโทนสีดำและแดง สวมเสื้อคลุมติดกระดุมแบบจีน (中式盘扣褂子) เครื่องแต่งกาย

ของหูเถาไม่ได้มีเครื่องประดับตกแต่งเหมือนกับตัวละครหญิงอื่น ปลายชายเสื้อด้านหลังปักลายดอกพลับพลึงแดง (彼岸) ที่มีความหมายว่า อีกฝากฝั่ง (曼珠沙華) เป็นตัวแทนของความตาย และเป็นดอกไม้ที่งอกงามอยู่ในแดนยมโลก นำทางวิญญาณให้ไปเกิดใหม่ หูเถาสวมหมวกที่ตกแต่งด้วยดอกบ๊วยซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติของจีน

รูปที่ 16 เครื่องแต่งกายของหูเถา



รูปที่ 17 หมวกของหูเถา



2. สถาปัตยกรรมที่ปรากฏในฉากของเกม

2.1 โครงสร้างหลักของสถาปัตยกรรม

เมืองหลีเหยว่เป็นเมืองแห่งการค้าที่มีท่าเรือขนาดใหญ่ที่สุดในทวีปเทวัต มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่โอบล้อมด้วยภูเขาและอยู่ติดทะเล เนื่องด้วยสภาพขึ้นลงคดเคี้ยวของภูมิประเทศแบบภูเขา ความสูงไม่สม่ำเสมอ ทำให้ต้องสร้างสถาปัตยกรรมแบบปรับให้เข้ากับภูมิประเทศ สิ่งก่อสร้างที่อยู่ติดชายฝั่งทะเลต้องสร้างตามสภาพภูมิประเทศของท่าเรือและแม่น้ำ ทำให้เมืองหลีเยว่มีลักษณะการวางอาคารเป็นชั้นแบบขั้นบันได โดยฝั่งตัวเมืองมีระดับความสูงเหนือน้ำทะเลมากกว่าฝั่งท่าเรือ เมื่อมองจากแท่นบูชาที่อยู่บนสุดของเมืองจะเห็นอาคารอาคารฝั่งท่าเรืออยู่ต่ำกว่า

สถาปัตยกรรมภายในเมืองโดยส่วนใหญ่เป็นอาคารที่มีความสูงมากกว่า 2 ชั้นขึ้นไป รูปแบบของอาคารมีเพียงรูปแบบสี่เหลี่ยมระนาบอันเป็นเอกลักษณ์ของโครงสร้างสถาปัตยกรรมจีนโบราณที่มีรูปแบบอาคารน้อย เน้นความสมมาตร ทำให้อาคารส่วนใหญ่เป็นสี่เหลี่ยม แต่สามารถจัดวางได้หลายแบบ เมื่อมองแนวระนาบแล้วมีความหลากหลาย เป็นระเบียบ (Xia Xinyi, 2561) อาคารภายในเกมแม้จะถูกก่อด้วยอิฐและปูน แต่โครงสร้างสำคัญที่ช่วยค้ำจุนตัวอาคารคือเสาไม้และคานไม้ที่อยู่ภายนอกและภายในตัวอาคาร

รูปที่ 18 ภาพถ่ายจากมุมแท่นบูชา



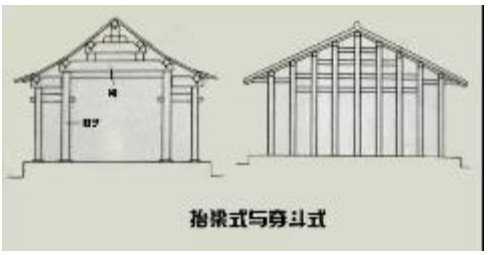
จากบทความวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ลักษณะของสถาปัตยกรรมจีนโบราณ ของ An Jixiang และ Yuan

Yuan (2550) พบว่าในประเทศจีนมีคำกล่าวว่า กำแพงพัง บ้านไม่พัง (墙倒屋不塌) หมายถึง โครงสร้างไม้ที่ค้ำยันบ้านมีความแข็งแรงมาก แม้จะประสบภัยธรรมชาติจนกำแพงบ้านพัง แต่โครงบ้านก็ยังไม่พังทลาย แสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมของประเทศจีนที่มีระบบโครงสร้างเสาและคานค้ำยันหลังคาที่ทำจากไม้ เรียกว่าโต๋วก่ง (斗栱) ที่อยู่บริเวณระหว่างเสาและใต้หลังคา มีหน้าที่คอยค้ำจุนชายคาของอาคาร คานไม้ภายในห้อง และเพดานห้อง นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยให้อาคารดูสวยงามขึ้นอีกด้วย ระหว่างข้อต่อและชิ้นส่วนไม้ที่ประกอบขึ้นมาเป็นโต๋วก่งถูกเชื่อมด้วยเดือยไม้ ทำให้เกิดเป็นโครงสร้างไม้ที่ยืดหยุ่น โต๋วก่งคือส่วนประกอบที่สำคัญของอาคารไม้ ทำให้อาคารมีโครงสร้างที่ประณีต มีรูปแบบสวยงาม และมีความสามารถในการดูดซับแรงสั่นสะเทือนได้ด้วยตัวยึดที่มีความยืดหยุ่นสูง สำหรับประเทศจีนที่ประสบปัญหาแผ่นดินไหวบ่อยครั้ง สิ่งนี้นับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เป็นผลให้อาคารไม้จำนวนมากที่สร้างขึ้นในพื้นที่ที่เกิดแผ่นดินไหวยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้อย่างดีเป็นเวลาหลายพันปี

โครงสร้างไม้แบบจีนโบราณมีสองชนิด ชนิดแรก ชวนโต่ว (穿斗式) เกิดจากการใช้เสาไม้ทรงสี่เหลี่ยมหรือท่อนไม้วางซ้อนต่อกันจนกลายเป็นคานไม้ โครงสร้างไม้ชนิดนี้ง่ายต่อการก่อสร้างและทนต่อแรงแผ่นดินไหว แต่ยากต่อการใช้เป็นฐานสร้างหลังคาบ้านขนาดใหญ่ ดังนั้นบ้านเรือนทางภาคใต้ของประเทศจีนที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์อยู่บริเวณรอยเลื่อน เป็นผลให้เกิดแผ่นดินไหวบ่อยครั้ง รวมทั้งอาคารที่มีขนาดเล็กจึงนิยมใช้โครงสร้างชนิดนี้

ชนิดที่สอง ไท่เหลียง (抬梁式) คือ เป็นโครงสร้างที่มีขื่อชั้นแรกตั้งอยู่บนเสา ตั้งเอกสองท่อนอยู่บนขื่อ และมีขื่อชั้นที่สองตั้งอยู่บนตั้งเอก จุดเด่นของโครงสร้างชนิดนี้ คือ สามารถเพิ่มความกว้างและความลึกของตัวอาคารเพื่อใช้ประโยชน์จากพื้นที่กว้างขวางภายในอาคารได้อย่างเต็มที่ จึงกลายเป็นรูปแบบโครงสร้างหลักในการก่อสร้างเป็นพระราชวัง หอสักการะฟ้าดิน วัด คฤหาสถ์ หรืออาคารที่งดงามตระการตา บางอาคารยังมีการใช้รูปแบบไท่เหลียงและชวนโต่วผสมกัน ทำให้โครงสร้างอาคารมีความยืดหยุ่นและหลากหลายมากขึ้น

รูปที่ 19 โครงสร้างบ้านไม้ทั้งสองชนิด ที่มา shorturl.at/cgO23



สถาปัตยกรรมภายในเกม Genshin Impact ประกอบด้วยโครงสร้างของโต๋วก่งทั้งสองชนิด โดยชนิดชวนโต่วพบเห็นได้ทั่วไปตามอาคารบ้านเรือทั้งทางฝั่งท่าเรือและตัวเมืองซึ่งมีขนาดเล็ก ส่วนชนิดไท่เหลียงพบเห็นได้บริเวณโรงต่อเรือซึ่งเป็นอาคารขนาดใหญ่และมีหลังคาโผล่พ้นโครงอาคาร

รูปที่ 20 โรงต่อเรือ



นอกจากนี้ เนื่องจากจุดเด่นของโครงสร้างโต๋วก่งที่ใช้เสาและคานไม้เป็นตัวพยุงโครงสร้างหลัก ผนังบ้านจึงใช้สำหรับการแบ่งพื้นที่เท่านั้น ไม่ได้ถูกใช้เพื่อรับน้ำหนักของหลังคา ทำให้ตำแหน่งของผนังสามารถติดตั้งและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามต้องการ ด้วยเหตุนี้เองทำให้สามารถสร้างประตูหน้าต่างที่มีความกว้างและระดับความสูงเท่าใดก็ได้ อีกทั้งยังสามารถเจาะเป็นช่องหน้าต่าง สร้างเป็นห้องโถงเปิดโล่ง หรือสร้างเป็นศาลาได้อีกด้วย สามารถพบเห็นตัวอย่างภายในเกมได้ เช่น ศาลาริมน้ำที่เปิดโล่ง หรือร้านแผงขายอาหาร

รูปที่ 21 ศาลาริมน้ำ



รูปที่ 22 ร้านแผงขายอาหาร

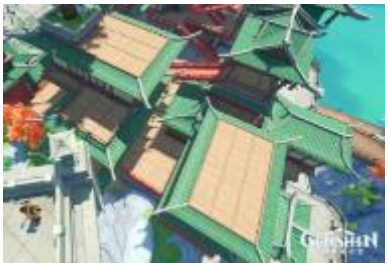


2.2 หลังคา

อ้างอิงตามบทความวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ลักษณะเด่นของโครงสร้างหลังคาของสถาปัตยกรรมจีนโบราณ ของ Jia Minggang (2556) หลังคาของอาคารจีนโบราณมีหลายรูปแบบ เช่น หลังคาเรียบ (平顶) หลังคาลาดเอียง (坡顶) หลังคาโดมทรงกลม (圆拱顶) และหลังคายอดแหลม (尖顶) เป็นต้น โดยรูปแบบของหลังคาที่ปรากฏอยู่ภายในเกม Genshin Impact มีดังนี้

2.2.1 หลังคาแบบราบเรียบ (平顶) พบเป็นส่วนน้อยบนอาคารฝั่งตัวเมือง Liyue

รูปที่ 23 หลังคาแบบราบเรียบ



2.2.2 หลังคาแบบลาดเอียง (坡顶)



(1) อาคารฝั่งท่าเรือ ส่วนมากเป็นหลังคาจั่วหน้าทึบ (硬山顶) และหลังคาจั่วยื่นชายคาเลยตัวอาคาร (悬山顶) ซึ่งเป็นหนึ่งในชนิดย่อยของหลังคาลาดเอียง ทั่วไปแล้วเป็นหลังคาสำหรับประชาชนหรือขุนนางระดับต่ำ จึงถูกนำมาออกแบบเป็นหลังคาบ้านเรือนของชาวเมืองหลีเยว่ โดยหลังคาชนิดนี้เป็นแบบที่นิยมมากทั้งในภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศจีน

รูปที่ 24 อาคารบ้านเรือนของชาวหลีเยว่



(2) อาคารฝั่งตัวเมืองนั้นจะมีความหรูหราซับซ้อนมากกว่า โดยมีหลังคาทรงปั้นหยา (庑殿顶) ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ หน้าหลัง ซ้ายขวา ทั้งหมดสี่ด้านมีลักษณะลาดเอียง ประกอบด้วยสันตะเข้ 5 แถว หลังคาชนิดนี้ใช้แค่ในพระราชวังและพระอารามหลวง หลังคาทรงปั้นหยาหักมุก (歇山) ลักษณะเด่น คือ ด้านเอียงซ้ายขวามีหน้าตั้งฉาก ประกอบด้วยสันตะเข้ 9 แถว หลังคาชนิดนี้ส่วนมากใช้ในสถาปัตยกรรมที่ค่อนข้างสำคัญและสถาปัตยกรรมขนาดใหญ่ และหลังคามียอดแหลม (攒尖顶) ซึ่งชนิดของหลังคามียอดแหลมที่พบ ได้แก่ หลังคามียอมแหลมสี่มุม (四角攒尖) หลังคามียอดแหลมหกมุม (六角攒尖) และหลังคามียอดแหลมแปดมุม (八角攒尖) พบบนอาคารสมาคมนักผจญภัยและร้านขายยาปู้ปู่ (不卜庐)

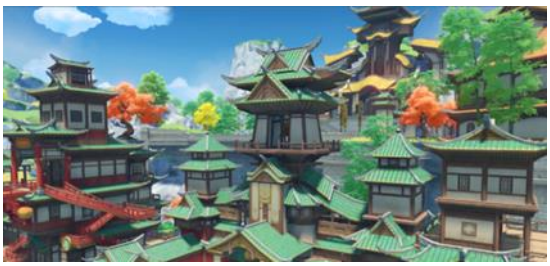
รูปที่ 25 ร้านขายยาปู้ปู่ (不卜庐)



(3) หลังคาของอาคารบางส่วนเกิดจากการนำหลังคาหลากหลายรูปทรงมาผสมกันจนกลายเป็นรูปแบบใหม่ เช่น อาคารของกองทหารเชียนเหยียน (千岩军) อาคารร้านเครื่องประดับหมิงซิ่ง (明星斋) วิหารอี่เหยียน (倚岩殿) ที่นำหลังคาทรงปั้นหยาที่มีสันตะเข้ 5 แถว (庑殿顶) หลังคาทรงปั้นหยาหักมุก สันตะเข้ 9

แถว (歇山顶) และหลังคามียอดแหลม (攒尖顶) มาผสมผสานกัน

รูปที่ 26 หลังคาของอาคารกองทหารอาคารของกองทหารเชียนเหยียน (千岩军)



นอกจากนี้ในวัฒนธรรมจีนสีของหลังคายังสามารถใช้ในการเรียงลำดับความสำคัญของอาคารได้ โดยใช้สีเหลือง สีเขียว และสีน้ำเงินตามลำดับ ภายในเกม Genshin Impact เองก็มีแบ่งฐานะของอาคารผ่านการใช้สีหลังคาเช่นกัน ประกอบด้วยสีเหลือง ส้ม สีเขียวและสีน้ำเงินตามลำดับ

สีเหลืองเป็นสีที่หรูหรา สง่า ใช้เฉพาะอาคารสำคัญ เช่น พระราชวัง แท่นบูชาพระแม่โพสพและวัด เป็นต้น แม้แต่ในพระราชวัง กระเบื้องมุงหลังคาสีเหลืองก็มีแต่อาคารหลักเท่านั้นที่ใช้ กระเบื้องหลังคาสีเหลืองภายในเกม Genshin Impact จึงมีปรากฏเฉพาะหลังคาของวิหารอี่เหยียน (倚岩殿) ที่ใช้สำหรับทำพิธีบูชาราชาแห่งหินซึ่งเป็นผู้ที่มีฐานะสูงส่งที่สุดในเมืองหลีเยว่ และหลังคาของราชวังลอยฟ้าฉุนอวี้ (群玉阁) ซึ่งเป็นที่พักอาศัยของหนิงกวง ผู้ดำรงตำแหน่งเทียนเฉวียน หนึ่งในหลีเยว่ซีซิงที่มีฐานะร่ำรวยที่สุด

อาคารที่มีหลังคาสีส้ม ได้แก่ อาคารสำนักงานเยว่ไห่ (月海) หนึ่งในหัวใจของลานพิธีกรรมอวี้จิน (玉京台) และเป็นสถานที่ประกอบพิธีของซีซิง ผู้ทำหน้าที่ปกป้องดูแลเมืองหลีเยว่ อาคารหลังตรงข้ามสำนักงานเยว่ไห่ อันเป็นที่พำนักของเจ้าสัวเหมาฉายผู้ร่ำรวยและยิ่งใหญ่และภัตตาคารซินเยว่ (新月轩) ร้านอาหารชื่อดังภายในเมืองหลีเยว่ที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารกวางตุ้ง (粤菜) เป็นต้น

อาคารที่มีหลังคาสีเขียว ได้แก่ ที่อยู่อาศัยทั่วไป และร้านขายของที่มีขนาดใหญ่ เช่น ภัตตาคารหลิวหลี (琉璃亭) ร้านขายยาปู้ปู่ (不卜庐) ธนาคารแดนเหนือ (北国银行) ร้านเครื่องประดับหมิงซิ่ง (明星斋) และร้านหนังสือว่านเหวิน (万文集舍) เป็นต้น

อาคารที่มีหลังคาสีน้ำเงินเป็นอาคารขนาดเล็ก เช่น โกดังเก็บของบริเวณท่าเรือ ร้านน้ำชาเหยียนช่าง (岩上茶室) ร้านอาหารว่านหมิน (万民堂) และแผงขายอาหารของเฉินไคว่เตา (陈快刀) เป็นต้น

สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลในหัวข้อข้างต้น ในด้านวัฒนธรรมเครื่องแต่งกายที่สะท้อนผ่านการออกแบบตัวละครในเมืองหลีเยว่ จากเกม Genshin Impact พบว่า เอกลักษณ์เครื่องแต่งกายของตัวละครเพศชายแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ฉางซานและต่วนอี โดยเครื่องแต่งกายดังกล่าวสามารถใช้ในการบ่งบอกฐานะของผู้สวมใส่ได้ อ้างอิงตามนวนิยายเรื่องสั้นเรื่องข่งอี่จี่ของหลู่ซวิ่น พบว่า ผู้ที่สวมใส่ฉางซานคือผู้ที่มีฐานะและ

การศึกษาดี ในขณะที่ผู้สวมต่วนอีเป็นชนชั้นแรงงาน และภายในเกมมีการนำชุดนักบวชลัทธิเต๋ามาดัดแปลงกับชุดต่วนอีเพื่อบ่งบอกสถานภาพของตัวละคร เอกลักษณ์เครื่องแต่งกายของตัวละครเพศหญิงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กี่เพ้าและรูปแบบเสื้อผ้าอื่น ๆ กี่เพ้าที่ตัวละครสวมใส่เป็นกี่เพ้าแบบรัดรูป กระโปรงผ่าสูง สอดคล้องกับ Long Chunhong (2554) ที่กล่าวว่าตั้งแต่ปีพ.ศ. 2463 เป็นต้นไป รูปแบบของกี่เพ้าเริ่มมีกลิ่นอายความเป็นตะวันตก มีการตัดเย็บที่เรียบเนียนขึ้นและรัดรูป รูปแบบเสื้อผ้าอื่น ๆ ที่พบ ได้แก่ ชุดงิ้วและชุดผีดิบจีน ซึ่งมีการปรับปรุงให้ทันสมัยและน่าสนใจมากขึ้น โดยการเพิ่มรายละเอียดเครื่องประดับ ลวดลาย รวมถึงส่วนเสริมต่าง ๆ บนเครื่องแต่งกายของตัวละครที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนเพื่อให้เข้ากับภูมิหลังลักษณะนิสัยและบทบาทภายในเกมของตัวละครนั้น

ในด้านวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมที่สะท้อนผ่านการออกแบบเมืองหลีเยว่ จากเกม Genshin Impact พบว่า สถาปัตยกรรมภายในเมืองหลีเยว่ ประกอบด้วยโครงสร้างไม้ 2 ชนิด ได้แก่ ชวนโต่วและไท่เหลียง ซึ่งเป็นโครงสร้างหลักในสถาปัตยกรรมจีนโบราณ อีกทั้งรูปแบบของหลังคาของอาคารบ้านเรือนภายในเมืองหลีเยว่ยังได้อ้างอิงตามรูปแบบหลังคาของสถาปัตยกรรมจีนโบราณหลายชนิด เช่น หลังคาแบบเรียบ หลังคาลาดเอียงและหลังคาแบบผสม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแบ่งความสำคัญของอาคารโดยการใช้สีหลังคา เรียงจากสีเหลือง สีส้ม สีเขียวและสีฟ้าตามลำดับ ซึ่งการแบ่งความสำคัญของอาคารในลักษณะนี้สอดคล้องกับ Jia Minggang (2556) ที่พบว่ามีการแบ่งฐานะของอาคารจากสีของหลังคา โดยใช้สีเหลือง สีเขียวและสีน้ำเงิน

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า เกม Genshin Impact มีการส่งออกวัฒนธรรมจีนในด้านต่าง ๆ หลายด้าน โดยใช้กลวิธีผสมผสานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนให้เข้ากับบริบทของเกมได้อย่างกลมกลืน ทำให้ผู้เล่นได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมจีนโดยไม่รู้สึกว่ากำลังถูกบังคับ สอดคล้องกับรชิดา สิริดลธี (2561) ที่ว่า การแทรกสื่อโฆษณาลงไปในเกมเป็นวิธีที่แนบเนียนและมักได้ผลในเชิงบวก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ชอบการยัดเยียดโฆษณาที่มีมากจนเกินไป ผู้วิจัยหวังว่าการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับการส่งออกวัฒนธรรม ผู้พัฒนาเกมที่สนใจรูปแบบการส่งออกวัฒนธรรมผ่านเกมออนไลน์และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน

เอกสารอ้างอิง

กิตติ ประเสริฐสุข. (2563). Soft Power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด. *วารสารนานาชาติเอเชียตะวันออกศึกษา*, *22*(1), 122-139.

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). เบื้องหลังความสำเร็จ กระแสวัฒนธรรมเกาหลี. สืบค้น 2 สิงหาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/880879

จารุทัศน์ กาญจนอักษร, และวรรณวิภา สุเนต์ตา. (2562). โครงการออกแบบเครื่องประดับอวยพร จาก

สัญลักษณ์มงคลแบบจีน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, 12*(4), *1216.*

ณัฐวุฒิ มีสกุล. (2562). การถ่ายทอดวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อละครเกาหลี. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, *18*(2), 207-218.

ไทยรัฐออนไลน์. (2562). ยันต์โป๊ยก่วย. สืบค้น 2 สิงหาคม 2565, จากhttps://www.thairath.co.th/newspaper/columns/1589938

นพพล จันทร์กระจ่างแจ้ง, และศิริวรรณ เรืองศรี. (2563). การเปรียบเทียบพญานาคกับมังกรในมุมมองของศาสนาและความเชื่อ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 10*(3), 172-173.

รชิดา สิริดลลธี. (2561). การโฆษณาผ่านเกมเพื่อสื่อสารตราสินค้าในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, *5*(2), 20-45.

ลักขณา ไชยสง. (2561). *ภาพสะท้อนสังคมชนบทจีน จากภาพยนตร์เรื่อง The Road Home*. [ปริญญานิพนธ์ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรรณนารา นิเวศวรทานต์. (2560). เชือกถักคุมิฮิโมะ (Kumihimo/組紐) เครื่องรางที่สะท้อนปรัชญาความเชื่อของชาวญี่ปุ่นผ่านภาพยนตร์การ์ตูนอนิเมชั่นเรื่อง Your Name 君の名は. [ปริญญานิพนธ์ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วารุณี หวัง. (2558). คุณค่าและความหมายของลวดลายมงคล ในอาคารพาณิชย์ยุคแรก 4 จังหวัดริมแม่น้ำโขง. *วารสารหน้าจั่ว : ว่าด้วยสถาปัตยกรรม การออกแบบ และสภาพแวดล้อม, 29*, 147-164.

สุพัตรา ห.เพียรเจริญ. (2563). *การเผยแพร่วรรณคดีจีนสมัยใหม่ในปัจจุบัน: วิเคราะห์ผ่านพิพิธภัณฑ์นักเขียน “หลู่ซวิ่น”* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Chinatimes. (2016). 揭密：「五代十國」到底是哪五代與十國?. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก https://shorturl.asia/VwTC2

Genshin Impact. (2564, 11 กุภาพันธ์). โปรแกรมวิจัยของทีมพัฒนา ช่วงที่ 4 เรื่องราวของตัวละคร (I) - ยักษาผู้พิทักษ์ – Xiao. Genshin Impact.https://genshin.hoyoverse.com/th/news/detail/8664

Jiewfudao. (2565). แผนผังแปดทิศ 八卦图. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก https://www.jiewfudao.com/เครื่องหมายและเครื่องใช้มงคล/แผนผังแปดทิศ.html

NALISA. (2564, 12 กุมภาพันธ์). อุตสาหกรรมเกม: ยิ่งเล่น ยิ่งเติบโต โอกาสทางธุรกิจของสื่อบันเทิงในยุคดิจิทัล. Marketeer. https://marketeeronline.co/archives/209418

Megan Chao. (2021). Mechanics of Ascension Through Genshin Impact. SJSU ScholarWorks.

Nuo Culture in China. (2553, 26 เมษายน). NUO – THE NUO THEATER – THE NUO CULTURE. สืบค้นจากhttp://www.nuoxi.com/article/?id=189

Overseas Chinese Language and Culture Education Online. (2011). 中国结教程——双钱结. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก http://www.hwjyw.com/resource/content/2011/03/24/16148.shtml

Thisisgamethailand. (2564). สถิติเผยมีผู้เล่น Genshin Impact บน PC เกือบ 4 ล้านคนในเดือนมีนาคม. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก https://shorturl.asia/q0e3y

安吉乡，袁园. 中国传统建筑特点分析[J]. 广西艺术学院学报《艺术探索》，2007，3: 92-93.

何悦. 中国服饰文化的发展——基于历史视角的考察[J]. 攀枝花学院学报，2019，36(4): 82-83.

贾明刚. 中国古代建筑屋顶结构建筑特色探析[J]. 学术论坛，2013，6: 36-37.

刘姝秀. 游戏环境下的中国文化输出探索——以《原神》为例[J]. 传播创新研究，2021，13(8): 112-114.

龙春红. 浅析旗袍服饰的发展与美术内涵[J]. 经济研究导刊，2011，18: 245.

夏心怡. 浅析中国古代建筑主要特点及其美学性格表现[J]. 园林与建筑，2018，24: 70-71.

张妍，李金昊，赵宇翔，等. 文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索: 基于《原神》的案例分析[J]. 图书情报知识，20021，28(5): 107-118.

宋卡王子大学中文专业学生使用动量词“回”、“次”、“遍”、“趟”的偏误分析

การศึกษาข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนาม “回”、“次”、“遍”、“趟” ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อรชนก เพชรบูรณ์[1] บุษบากร ทองคำอ่อน[2] และฐิติวรรณ ชีววิภาส*[3]

论文摘要 ：本文的研究为定量研究，目的是对宋卡王子大学文学院三年级汉语专业的学生使用动量词“回”、“次”、“遍”、“趟”的偏误分析，并找出偏误的原因。这四个动量词都是近义词的，但它们的用法有所不同。本文以试题为研究工具。通过研究发现，出现偏误是动量词的使用错误并偏误的原因主要有两个原因，一、不了解目的语的意义；二、不了解汉语的语法结构。

关键词：偏误；动量词；汉语语法

[1-2] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业本科生
[3] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业教师，博士
*Corresponding author.E-mail:yhung_chee8898@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดในการใช้ คำลักษณนามนับการกระทำ(动量词) “回”、“次”、“遍”、“趟” ในภาษาจีนของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งทั้ง 4 คำนี้ ล้วนเป็นคำลักษณนามนับการกระทำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน แต่มีวิธีการใช้ที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากผลการวิจัยพบว่า ข้อผิดพลาดของผู้ทำแบบทดสอบจำแนกได้เป็น 1 ข้อผิดพลาด คือการใช้คำลักษณนามผิดและสาเหตุของข้อผิดพลาดของผู้ทำแบบทดสอบจำแนกได้เป็น 2 สาเหตุหลัก สาเหตุประการแรก คือ การไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทาง ประการที่สอง คือ การไม่เข้าใจวิธีการใช้ตามหลักโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง

คำสำคัญ : ข้อผิดพลาด คำลักษณนามนับการกระทำ ไวยากรณ์จีน

บทนำ

เนื่องจากการเรียนการสอนภาษาจีนกลางในประเทศไทยมีมาอย่างยาวนาน และสถาบันการศึกษาในประเทศไทยหลายแห่งได้นำภาษาจีนกลางมาใช้เป็นเกณฑ์ในการสอบคัดเลือกเพื่อเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ด้วยสาเหตุนี้ทำให้ภาษาจีนมีการเปิดสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษากันอย่างแพร่หลาย ปัญหาในการเรียนการสอนภาษาจีนกลางมีมากมายหลายอย่าง ซึ่งปัญหาเรื่องการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ (动量词) เป็นหนึ่งในปัญหาที่พบบ่อยในการเรียนภาษาจีนกลางเบื้องต้น หนังสือไวยากรณ์จีนสำหรับคนไทย หลี่ เต๋อจิน (李德津,2019) ได้จำกัดความคำลักษณนามนับการกระทำ (动量词) ไว้ว่า “คำที่แสดงหน่วยนับของการกระทำ เรียกว่า คำลักษณนามนับการกระทำ เช่น “次、遍、回、趟” คำลักษณะนามที่แตกต่างกันไปนั้นชี้ให้เห็นว่า คำลักษณนามแต่ละคำใช้กับคำกริยาได้หลายคำ โดยคำลักษณนามนับการกระทำภาษาจีนคำหนึ่งสามารถนำไปใช้ประกอบคำกริยาได้หลายคำ โดยแต่ละคำจะให้ความหมายแตกต่างกันออกไป เพราะอาจไม่เข้าใจความหมายภาษาจีนของคำนั้น ๆ จึงทำให้ยากแก่การจดจำและเลือกใช้ สวี เมี่ยวเจิน (徐妙珍,2010) ได้วิจัยศึกษาเปรียบเทียบคำลักษณนามบอกจำนวนและมาตราในภาษาจีนและภาษาไทย พบว่า นักศึกษาไทยที่เรียนภาษาจีนใช้คำลักษณนามประเภทนี้ในภาษาจีนผิดเนื่องจากไม่เข้าใจความหมาย รู้คำศัพท์น้อย อีกทั้งโครงสร้างในการเรียงลำดับคำภาษาไทยกับภาษาจีนไม่เหมือนกัน เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาแม่ จึงส่งอิทธิพลทำให้นักศึกษาไทยที่เรียนภาษาจีนใช้คำเหล่านี้ผิด

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญการศึกษาวิชาภาษาจีนกลางในเรื่องของคำลักษณนามสำหรับนักเรียนและนักศึกษาชาวไทย เพราะหากนักเรียนและนักศึกษาชาวไทยมีความรู้ในเรื่องการใช้คำ

ลักษณนามรวมถึงลักษณนามนับการกระทำ (动量词) เพียงพอและถูกต้อง ก็จะสามารถเข้าใจและใช้คำเหล่านี้ได้อย่างถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการทำแบบทดสอบหรือแบบฝึกหัดก็สามารถนำมาใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้การเรียนและการสอนเกิดผลสัมฤทธิ์ที่พึงประสงค์ อีกทั้งยังเป็นที่น่าพอใจ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ (动量词) ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจศึกษาคำลักษณนามนับการกระทำ ผู้เรียนชาวไทย รวมถึงผู้สอนภาษาจีนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ (动量词) “回”、“次”、“遍”、“趟” ในภาษาจีนของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ทบทวนวรรณกรรม

หวาง ฮวาน (王还,1994) ได้แยกประเภทคำลักษณนามไว้ด้วยวิธีการต่าง ๆ กัน เช่น แยกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือลักษณนามประกอบคำนามและลักษณนามประกอบคำกริยา หลี จิ่นซี (黎锦熙,2007) ได้ให้ความหมาย“คำลักษณนาม”ว่า คำนามที่เป็นปริมาณเพิ่มต่อท้ายจำนวนตัวเลข ใช้เป็นหน่วยนับสิ่งต่าง ๆ วาสนา พันธมงคลและกฤษณา สุภาษร (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาการใช้ “ลักษณนามจีนบอกปริมาณ” ในภาษาจีนของนักศึกษาไทย ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลักษณนามจีนบอกปริมาณหมวดบอกการกระทำ มีโครงสร้างการใช้ คือ คำกริยา + จำนวน + ลักษณนาม + (คำนาม) จาง ข่ายหลุน (张凯伦,2018) ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและกลยุทธ์การเรียนของลักษณนามนับการกระทำ 次 และ 遍 (动量词)“次”和“遍”的偏误分析及学策略研究 พบว่า คำกริยาบางคำสามารถใช้กับ 次 และ 遍 ได้ แต่ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงจะต้องเลือกใช้ 次 หรือ 遍 อย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแสดงออกถึงจุดประสงค์ของมนุษย์ได้อย่างแม่นยำ

ศิรสา ชลายนานนท์ (2559) พบว่าในด้านไวยากรณ์ภาษาไทยและภาษาจีน มีการเรียงลำดับคำที่แตกต่างกัน ในภาษาไทยจะเรียงลำดับเป็น คำนาม+ตัวเลข+ลักษณนาม และในภาษาจีนจะเรียงลำดับคำเป็นตัวเลข+ลักษณนาม + คำนามและเซ่า เผิง (邵鹏, 2021) ศึกษาวิจัยเรื่องข้อผิดพลาดของลักษณนามจีนบอกปริมาณที่ใช้ในการบอกเวลาในการสอนภาษาจีนของต่างชาติ(对外汉语教学中时/量词的偏误分析研究) พบว่า ในสมัยถัง ยวี่หมิง (唐钰明) กริยาที่ใช้กันทั่วไป “回 、次、 遍 、趟” ทั้งสี่คำนี้ ความหมายล้วนบ่งบอกถึงจำนวนครั้ง

อัจฉรินทร์ อิทธิศิลป (2565) ได้อธิบายตัวอย่างลักษณนามนับการกระทำที่พบบ่อย เช่น 次 หมายถึง

ครั้ง ลักษณนามนับจำนวนครั้งที่เกิดกริยา เช่น 去一次 ไป 1 ครั้ง 遍 หมายถึง รอบ ลักษณนามนับจำนวนครั้งที่เกิดกริยาที่ดำเนินตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น 看一遍 ดู 1 รอบ 趟 หมายถึง หน ลักษณนามนับจำนวนครั้งที่เกิดกริยาที่มีการเคลื่อนที่ เช่น 来一趟 มา 1 รอบ ซึ่งเห็นได้ว่าแม้คำลักษณนามนับการกระทำ (动量词) เหล่านี้บอกถึงจำนวนครั้งที่เกิดกริยา แต่มีความหมายและการใช้แตกต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรม แสดงให้เห็นว่าคำลักษณนามนับการกระทำทั้ง 4 คำนี้ “回” “次” “遍” “趟” มีความหมายและวิธีใช้ที่คล้ายคลึงกัน จึงก่อให้เกิดทั้งความสับสนของการใช้ให้ถูกต้องตามบริบท และเกิดความสับสนในด้านความหมาย ถึงแม้ว่าคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเหมือนหรือแตกต่างกัน แต่งานวิจัยดังกล่าวล้วนเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ขอบเขตการศึกษา

1. **ด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง**

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรภาษาจีนในคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน 58 คน

2. **ด้านเนื้อหา**

ประโยคจากพจนานุกรม《现代汉语量词用法词典》

ประโยคจากหนังสือไวยากรณ์จีนกลางอย่างง่าย-ใช้จริง 《实用汉语语法》

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบทดสอบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนแรก คือ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบทดสอบ ได้แก่ ชื่อ รหัสนักศึกษา ชั้นปีที่กำลังศึกษา อีเมล
2. ส่วนที่สอง คือ แบบทดสอบรูปแบบปรนัย พร้อมทั้งใส่เหตุผลของการเลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ
3. ส่วนที่สาม คือ แบบทดสอบรูปแบบอัตนัย ให้แต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้ คือ “回”、“次”、“遍”、“趟”จำนวน 4 ข้อ
4. ส่วนที่สี่ คือ แบบทดสอบรูปแบบอัตนัย ให้แปลประโยคภาษาไทยเป็นภาษาจีน จำนวน 3 ข้อ

ในการออกแบบเครื่องมือวิจัย แบบทดสอบของงานวิจัยฉบับนี้ได้ผ่านการตรวจสอบจากการหาค่า IOCและงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้อ้างอิงเอกสาร เช่น กัว เซียนเจิน (郭先珍, 2002)《现代汉语量词用法典》และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น จาง ข่ายหลุน (张凯伦, 2019)《动量词：次：遍：偏误：对外汉语教学策略》และเซ่า เผิง (邵鹏, 2021)《对外汉语教学中时量词的偏误分析研究》 ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย แบบทดสอบมีการสร้างขึ้นโดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างแบบทดสอบกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. ด้านการศึกษาความหมายและวิธีการใช้ของคำลักษณนามนับการกระทำ “回”、“次”、“遍”、“趟”

1.1 ผู้วิจัยเลือกศึกษาคำว่า “回”、“次”、“遍”、“趟” โดยศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พจนานุกรม และหนังสืออื่น ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความหมาย วิธีการใช้ และคำกริยาที่สามารถใช้คู่กับคำลักษณนามนับการกระทำ เป็นต้น

2. ด้านการวิเคราะห์ลักษณะและสาเหตุของข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำของนักศึกษา

2.1 ออกแบบทดสอบผ่าน Google Forms เพื่อศึกษาข้อผิดพลาดของการใช้คำลักษณนามนับการกระทำของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

2.2 เก็บข้อมูลจากแบบทดสอบของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 58 คน เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ได้ผ่านการเรียนรายวิชาไวยากรณ์ภาษาจีนตามหลักสูตรเรียบร้อยแล้ว

2.3 นำข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบมาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและสาเหตุที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ

ผลการศึกษา

1.ด้านข้อเหมือนและข้อแตกต่างของการใช้คำลักษณนามนับการกระทำภาษาจีน “回”、“次”、“遍”、“趟”

1.1 วิธีการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ “回”

เมื่อ 回 ใช้กับตัวเลขเพื่อสร้างวลีเชิงปริมาณ 回 จะทำหน้าที่เป็นส่วนเสริมในประโยค เช่น 看了几回 และ 回 สามารถอยู่หน้ากรรมหรือหลังกรรมก็ได้ เช่น 不要不当回(件)事 นอกจากนี้ 回 ยังสามารถเป็นคำวิเศษณ์ในประโยคได้อีกด้วย เช่น 经一回事 เป็นต้น

1.2 วิธีการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ “次”

เมื่อ 次 นำหน้าคำกริยาจะทำหน้าที่เป็นกริยาวิเศษณ์ เช่น 两次来到这里 และสามารถทำหน้าที่ต่อท้ายคำกริยา เช่น 说了一次见面 และสามารถใช้ 次 ขึ้นต้นประโยคเพื่อเน้นเวลาที่การกระทำเกิดขึ้นได้ 次 จะทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ เช่น 这一次他一定要抓住。เป็นต้น

1.3 วิธีการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ “遍”

ใช้ 遍 เมื่อต้องการระบุกระบวนการทั้งหมดของการกระทำตั้งแต่ต้นจนจบ เน้นจุดเริ่มต้น และสิ้นสุด

เป็นรอบๆ เช่น 看一遍，写一遍 นอกจากนี้ 遍 ยังเน้นใช้กับเนื้อหาและข้อมูล เช่น 看一遍文章

1.4 วิธีการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ “趟”

ใช้นับจำนวนครั้งที่ของกริยาหรือการกระทำที่มีการเคลื่อนที่ไปและกลับ เช่น 走过三趟，运行了四趟 สามารถใช้กับยานพาหนะโดยส่วนใหญ่ใช้กับรถไฟ เช่น 几趟客车，两趟火车 นอกจากนี้ 趟 และ 遍 ทั้งคู่สามารถใช้วัดจำนวนครั้งที่ของกริยาหรือการกระทำที่มีการเคลื่อนที่ไปและกลับ อย่างไรก็ตามความหมายและขอบเขตของการใช้งานอาจต่างกัน กล่าวคือ“趟”ส่วนใหญ่หมายถึงจำนวนครั้งที่ไปและกลับ เช่น 出去溜了一趟，我回了一趟娘家。 ส่วน “遍” หมายถึงการกระทำที่สมบูรณ์และพฤติกรรมการกระทำตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น 读两遍，说了十遍。

ตารางที่ 1 สรุปข้อเหมือนและข้อแตกต่างของการใช้คำลักษณนาม “回”、“次”、“遍”、“趟”

คำลักษณนาม	**วิธีการใช้**				**ตัวอย่างคำกริยาที่สามารถใช้ได้**								
	ใช้กับการกระทำที่ทำได้ซ้ำเป็นครั้ง(ใช้ในภาษาพูดเท่านั้น)	ใช้กับการกระทำที่ทำซ้ำได้เป็นครั้ง	ใช้กับการกระทำตั้งแต่ต้นจนจบ เน้นจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดเป็นรอบ (เน้นเนื้อหาหรือข้อมูล)	ใช้กับการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (นับเป็นรอบไป-กลับ)	来	看	去	说	想	听	读	写	走
回	+	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-
次	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
遍	-	-	+	-	-	+	-	+	+	+	+	+	+
趟	-	-	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	+

หมายเหตุ เครื่องหมาย “+” หมายถึง สามารถใช้กับลักษนามนับการกระทำได้ เครื่องหมาย “- ” หมายถึง ไม่สามารถใช้กับลักษณนามนับการกระทำได้

จากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำภาษาจีน “回”、“次”、“遍”、“趟” ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบเลือกใช้คำลักษณนาม การแต่งประโยคจากคำลักษณนามที่กำหนดให้ และการแปลประโยคจากการใช้คำลักษณนามมีข้อผิดพลาดและสาเหตุของข้อผิดพลาดดังนี้ ตอนที่ 1 การเลือกคำลักษณนาม โดยข้อที่ผู้ทำแบบทดสอบตอบคำถามผิดมากที่สุด คือ ข้อ [5] 昨天晚上我逛了几（回）公园，那个公园很大，公园里风景也很美。คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 77.4 และข้อที่ผู้ทำแบบทดสอบตอบคำถามถูกต้องมากที่สุด คือ ข้อ [4] 当我们第一（次）来到这里，我就觉得这里好像我们的家。 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 92.5 ประโยคที่มีอัตราการใช้ผิดสูงกว่า 50 % มีทั้งหมด 4 ประโยค โดยเรียงลำดับตามอัตราการใช้ผิดของผู้ทำแบบทดสอบ จากมากไปน้อย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 อัตราข้อผิดพลาดในตอนที่ 1 แบบทดสอบรูปแบบปรนัย พร้อมทั้งใส่เหตุผลของการเลือกตอบของนักศึกษา หลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์

ที่	[ข้อ] ประโยค	อัตราการใช้ผิด(ร้อยละ)	อัตราการใช้ถูก(ร้อยละ)
1	[5] 昨天晚上我逛了几(回)公园，那个公园很大，公园里风景也很美。	77.4	22.6
2	[6] 美丽每次去吃火锅时，总免不了烤一(回)牛肉。	75.5	24.5
3	[7] 小美家我已经去过三(趟)，她的家有很多房间。	75.5	24.5
4	[3] 现在我们能够看见保洁人员都在使用全自动扫地机来辅助清扫街道上的灰尘和垃圾，能够一(次)清扫干净，不需要要清洁工来回反复的打扫。	62.2	37.8
5	[8] 今天弟弟不用去机场了，但他还要回家一(趟)。	49.1	50.9
6	[1] 毕业后小红常常复习汉语，比如，现在她在卧室里看一(遍)她喜欢的汉语文章。	34	66
7	[2] 这本书我记不住课文，所以至少还要背三(遍)才能记住。	22.6	77.4
8	[4] 当我们第一(次)来到这里，我就觉得这里好像我们的家。	7.5	92.5

จากตารางที่ 2 พบว่าข้อที่มีผู้ทำแบบทดสอบตอบผิดมากที่สุด คือ ข้อ [5] 昨天晚上我逛了几(回)公园，那个公园很大，公园里风景也很美。จะเห็นได้ว่าผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เลือกตอบคำลักษณนาม “趟” และสาเหตุที่ผู้ทำแบบทดสอบเลือกตอบคำดังกล่าว เพราะสับสนความหมายของภาษาปลายทาง

1. ข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำภาษาจีน “回”、“次”、“遍”、“趟” ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3

จากการวิเคราะห์การใช้คำลักษณนามของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบข้อผิดพลาดการใช้คำลักษณนามผิด เนื่องจากเกิดความสับสนความหมายของคำลักษณนามนับการกระทำ ส่งผลให้ผู้ทำแบบทดสอบเลือกใช้คำลักษณนามผิด เช่น ข้อ [1] 毕业后小红常常复习汉语，比如，现在她在卧室里看一(遍)她喜欢的汉语文章。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิด จากคำว่า“遍”เป็นคำว่า “次” คำตอบที่ถูกต้องคือ“遍”เนื่องจาก“遍”ใช้กับการกระทำตั้งแต่ต้นจนจบ เน้นจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดเป็นรอบ ๆ โดยเน้นเนื้อหาและข้อมูล

ข้อ [4] 当我们两次来到这里，我就觉得这里好像我们的家，这里真暖和。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิด โดยผู้ทำแบบทดสอบเลือกใช้คำลักษณนามนับการกระทำ“遍”ซึ่ง“遍”เน้นใช้กับประโยคที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือข้อมูล ดังนั้น คำตอบที่ถูกต้องควรตอบ“次”เพราะคำกริยา “来”ใช้ร่วมกับคำลักษณนามนับการกระทำ“次”จึงเหมาะสมที่สุด

ข้อ [5] 昨天晚上我逛了几(回)公园，那个公园很大，公园里风景也很美。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิดจากคำว่า“回”เป็นคำว่า“趟”คำตอบที่ถูกต้องคือ“回”เนื่องจาก“回”มักใช้กับการกระทำที่ทำซ้ำได้เป็นครั้งและใช้ในภาษาพูดเท่านั้น

ข้อ [8] 今天弟弟不用去机场了，但她还要回家一(趟)。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิดจากคำว่า“趟”เป็นคำว่า “次”และ “回”คำตอบที่ถูกต้องคือ “趟”เนื่องจาก“趟”ใช้เกี่ยวกับการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เน้นการเคลื่อนย้าย มักใช้กับกริยาบอกทิศทาง

ตารางที่ 3 อัตราข้อผิดพลาดในตอนที่ 2 แต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์

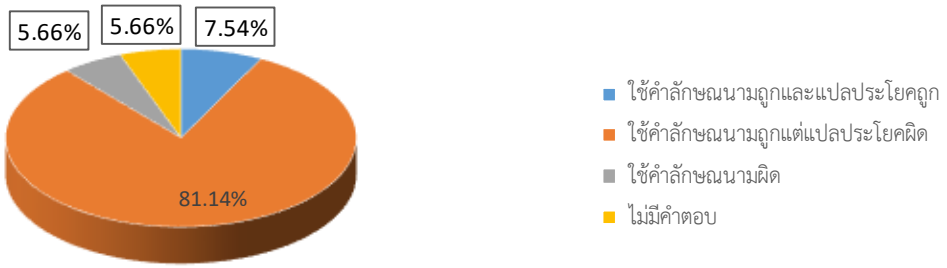
ที่	[ข้อ] ประโยค	อัตราการใช้ผิด(ร้อยละ)	อัตราการใช้ถูก(ร้อยละ)
1	[9] แต่งประโยคจากคำว่า 回	32.07	67.92
2	[11] แต่งประโยคจากคำว่า遍	28.30	71.69
3	[12] แต่งประโยคจากคำว่า趟	26.41	73.58
4	[10] แต่งประโยคจากคำว่า次	22.64	77.35

จากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดจากการแต่งประโยคจากคำลักษณนามที่กำหนดให้ทั้ง 4 คำ พบว่า การใช้คำลักษณนาม ข้อ 9 “回” ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามถูกและแต่งประโยคได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 67.92 และเลือกใช้คำลักษณนามถูกแต่แต่งประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 32.07 ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เข้าใจผิดเกี่ยวกับโครงสร้างในการแต่งประโยคภาษาจีน และยังสับสนหน้าที่ของคำ การใช้คำลักษณนามข้อ 10 “次” ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามถูกและแต่งประโยคได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 77.35 และใช้ลักษณนามถูกแต่แต่งประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 22.64 ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ใช้โครงสร้างประโยคผิด การใช้คำลักษณนามข้อ 11 “遍” ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามถูกและแต่งประโยคได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 71.69 และใช้ลักษณนามถูกแต่แต่งประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 28.30 ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ไม่เข้าใจว่าคำลักษณนามและคำนามควรวางในตำแหน่งใด หรือเกิดความสับสนกับโครงสร้างของภาษาไทยกับภาษาจีน การใช้คำลักษณนามข้อ 12 “趟” ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามถูกและแต่งประโยคได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 73.58 และใช้ลักษณนามถูกแต่แต่งประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 26.41

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาด ยังพบว่าผู้ทำแบบทดสอบบางคนยังสับสนเกี่ยวกับวิธีการใช้และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง เห็นได้จากประโยค 这是我的趟去曼谷。จากประโยคนี้เห็นได้ว่าไม่สามารถแต่งประโยคโดยที่ใช้โครงสร้างประโยคที่ถูกต้องได้ ซึ่งประโยคที่ถูกต้องคือ 我今天想去一趟曼谷。

และจากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดจากการแปลประโยคที่กำหนดให้จำนวน 3 ข้อ พบว่า ข้อผิดพลาดพบได้ 3 ลักษณะ กล่าวคือ (1) ใช้คำลักษณนามถูกและแปลประโยคได้ถูกต้อง (2) ใช้ลักษณนามถูกแต่แปลประโยคผิด และ (3) ใช้คำลักษณนามผิด

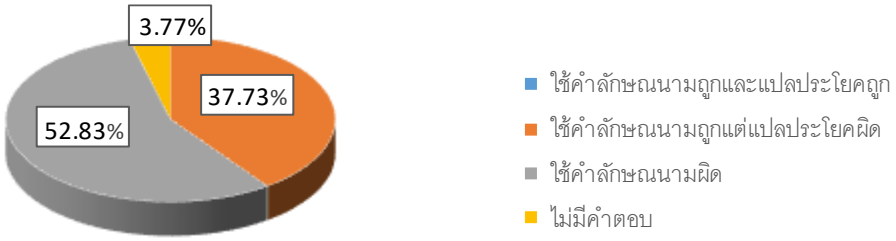
ข้อ 13 เราถกสนทนากัน 2 ครั้ง



แผนภูมิที่ 1 คำตอบของผู้ทำแบบทดสอบจากแบบทดสอบแปลประโยคข้อที่ 13

จากแผนภูมิที่ 1 พบว่าผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามถูกและแปลประโยคได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 7.54 รองลงมาคือใช้ลักษณนามถูกแต่แปลประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 81.14 ส่วนใหญ่แปลว่า 我们商量了两次。โดยประโยคที่ถูกต้องคือ 我们讨论两次。และใช้คำลักษณนามผิด คิดเป็นร้อยละ 5.66 ส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามคำว่า 遍 และไม่มีคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.66

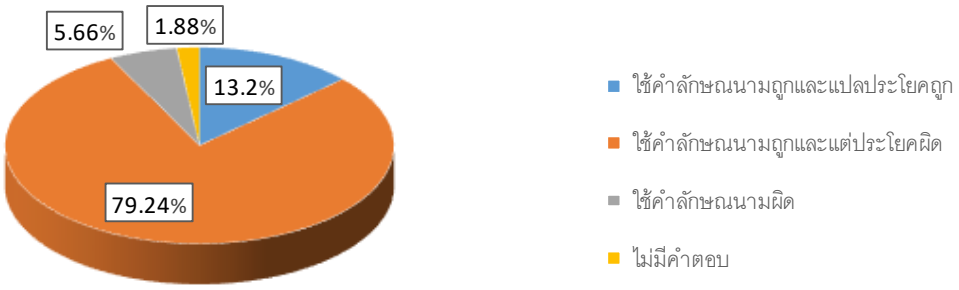
ข้อ 14 พวกเราย้าย 2 ทีก็เสร็จแล้ว



แผนภูมิที่ 2 คำตอบของผู้ทำแบบทดสอบจากแบบทดสอบแปลประโยคข้อที่ 14

จากแผนภูมิที่ 2 พบว่า ไม่มีผู้ทำแบบทดสอบถูกต้องในข้อดังกล่าว เนื่องจากสับสนการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ จากคำว่า趟เป็นคำว่า 回ว่า รองลงมาคือใช้ลักษณนามถูกแต่แปลประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 37.73 ส่วนใหญ่แปลว่า 我们搬两趟，就完成了。โดยประโยคที่ถูกต้องคือ 我们两趟就搬完了。และใช้คำลักษณนามผิด คิดเป็นร้อยละ 52.83 ส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามคำว่า 回 และไม่มีคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.77

ข้อ 15 ความเรียงบทนี้คุณอ่านดูอีก 1 จบเถอะ



แผนภูมิที่ 3 คำตอบของผู้ทำแบบทดสอบจากแบบทดสอบแปลประโยคข้อที่ 15

จากแผนภูมิที่ 3 พบว่าผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามถูกและแปลประโยคถูก คิดเป็นร้อยละ 13.2 รองลงมาคือใช้ลักษณนามถูกแต่แปลประโยคผิด คิดเป็นร้อยละ 79.24 ส่วนใหญ่แปลว่า 这篇文章，你再读一遍吧。โดยประโยคที่ถูกต้องคือ 这篇文章你再看一遍吧。และใช้คำลักษณนามผิด คิดเป็นร้อยละ 5.66 ส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามคำว่า 回 และไม่มีคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.88

จะเห็นได้ว่าแบบทดสอบทุกข้อ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิดและแปลประโยคผิด รองลงมามีแบบทดสอบจำนวน 2 ข้อ ที่มีจำนวนผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำถูกแต่แปลประโยคผิด เช่น ความเรียงบทนี้คุณอ่านดูอีก 1 รอบเถอะ 这篇文章你再看一遍吧。แต่ผู้ทำแบบทดสอบแปลประโยคเป็น 这个文章你再读一遍吧。ประโยคนี้จะสามารถแปลออกมาได้เป็นความหมายเดียวกัน แต่ผิดพลาดตรงที่ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามของคำว่า 文章 ผิด

2. สาเหตุข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำภาษาจีน “回”、“次”、“遍”、“趟” ของนักศึกษาหลักสูตรภาษาจีน ชั้นปีที่ 3

จากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนาม การแต่งประโยคจากคำลักษณนามที่กำหนดให้และการแปลประโยคจากการใช้คำลักษณนาม พบว่า สาเหตุของข้อผิดพลาดในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำ เกิดจาก 2 สาเหตุ คือ (1) การไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทาง และ (2)การไม่เข้าใจวิธีการใช้ตามหลักโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง

(1) การไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทาง

จากการวิเคราะห์การใช้คำลักษณนามของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบข้อผิดพลาดการใช้คำลักษณนามผิดเนื่องจากการไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทาง เช่น

ข้อ [13] เราถกสนทนากัน 2 ครั้ง ผู้แบบทดสอบทำการแปลแบบทดสอบว่า 我们两遍商讨。จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบ เลือกใช้คำลักษณนามนับการกระทำและเลือกใช้คำนามหลักผิด ประโยคที่ถูกต้องควรแปลเป็น 我们讨论两次。

(2) การไม่เข้าใจวิธีการใช้ตามหลักโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง

จากการวิเคราะห์การใช้คำลักษณนามของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบข้อผิดพลาดในลักษณะของการไม่เข้าใจโครงสร้างทางไวยากรณ์ที่ถูกต้องในการแต่งประโยค จึงทำให้วางคำลักษณนามนับการกระทำผิดตำแหน่งและยึดโครงสร้างในการแต่งประโยคตามภาษาแม่ จึงส่งผลให้โครงสร้างประโยคไม่ถูกต้อง เช่น

ข้อ [9] แต่งประโยคโดยใช้“回” ผู้วิจัยพบการใช้คำลักษณนามผิด เช่น 他看两**回**书。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบใช้คำลักษณนามนับการกระทำผิด หากผู้ทำแบบทดสอบต้องการที่จะกล่าวว่า “เขาอ่านหนังสือสองรอบ ” อาจกล่าวได้ว่า 他看过两遍书。เพราะ “遍” เน้นถึงเนื้อหา หรือข้อมูล จึงทำให้ใช้ได้อย่างเหมาะสมและถูกต้องมากกว่า “回”

ข้อ [10] แต่งประโยคโดยใช้“次”ผู้วิจัยพบการใช้โครงสร้างไวยากรณ์ผิด เช่น“我吃牛肉三次了”

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากผู้ทำแบบทดสอบต้องการจะสื่อว่า “ฉันกินเนื้อวัวสามครั้งแล้ว” โครงสร้างประโยคต้องเป็น “ประธาน+กริยา+ตัวเลข+动量词” และจากประโยคข้างต้นเป็นเหตุการณ์ในอดีตหรือเหตุการณ์ในอดีตซึ่งได้จบลงไปแล้ว ผู้ทำแบบทดสอบต้องใส่ 过 ไว้หลังคำกริยาด้วย ดังนั้นประโยคที่ถูกต้องคือ “我吃过三次牛肉了”

ข้อ [11] แต่งประโยคโดยใช้“遍” ผู้วิจัยพบการใช้โครงสร้างไวยากรณ์ผิด ลักษณะเช่นเดียวกับข้อ [10] เช่น 我看书了一遍。ประโยคที่ถูกต้องคือ 我看了一遍书。

我看书四遍了。ประโยคที่ถูกต้องคือ 我看了四遍书。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ทำแบบทดสอบไม่เข้าใจว่าคำลักษณนามและคำนามควรวางในตำแหน่งใด หรือเกิดความสับสนกับโครงสร้างของภาษาไทยกับภาษาจีน ซึ่งโครงสร้างโดยทั่วไป จะต้องเป็น กริยา+ ตัวเลข+ คำลักษณนาม+ คำนามหลัก

ข้อ [12] แต่งประโยคโดยใช้ “趟” ผู้วิจัยพบการใช้คำลักษณนามผิด เช่น จะเห็นได้ชัดจากประโยค 我唱了三趟。

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า คำกริยา 唱ไม่สามารถใช้กับ 趟 ได้ ประโยคที่ถูกต้องคือ 我唱了三遍。

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์สาเหตุของข้อผิดพลาดในการใช้ “回” “次” “遍”“趟” ผู้วิจัยพบว่า จากการทำแบบทดสอบในส่วนของปรนัย ผู้ทำแบบทดสอบตอบคำถามถูกต้อง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 48.83 และตอบคำถามผิดคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 51.17 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอัตราการใช้ผิดมีอัตราที่สูงที่กว่าการใช้อย่างถูกต้อง โดยประโยคที่ผู้ทำแบบทดสอบมีอัตราการใช้ผิดสูงสุด คือ 昨天晚上我逛了几(___)公园，那个公园很大，公园里风景也很美。ซึ่งมีอัตราการใช้ผิดคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 77.4 โดยมีโครงสร้างประโยค

คือ “主语+谓语+数量+动量词”และคำตอบที่ถูกต้อง ควรใช้คำลักษณนามนับการกระทำคำว่า “回” แสดงให้เห็นว่าคำลักษณนามนับการกระทำดังกล่าว ผู้ทำแบบทดสอบไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทางและไม่เข้าใจวิธีการใช้ของคำลักษณนามนับการกระทำในประโยคนี้ ในขณะที่ประโยคที่ผู้ทำแบบทดสอบมีอัตราการใช้ผิดน้อยที่สุด คือ 这本书我记不住课文，所以至少还要背三(___)才能记住。ซึ่งมีอัตราการใช้ผิดคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 22.6 ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าประโยคดังกล่าว ผู้ทำแบบทดสอบเข้าใจความหมายของภาษาปลายทางและเข้าใจวิธีการใช้ของคำลักษณนามนับการกระทำ ในส่วนของแบบทดสอบตอนที่ 2 แต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้ ผู้วิจัยพบว่าผู้ทำแบบทดสอบสับสนโครงสร้างประโยคของภาษาจีนกับภาษาแม่ จึงมีอิทธิพลต่อการใช้คำลักษณนามนับการกระทำดังกล่าวทั้ง 4 คำ และ ในส่วนของแบบทดสอบตอนที่ 3 แปลประโยคจาก ภาษาไทยเป็นจีน ผู้วิจัยพบว่าประโยคที่ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่ใช้ผิดสูงสุด คือ พวกเราย้าย 2 รอบก็เสร็จแล้ว ซึ่งมีอัตราการใช้ผิดคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 100 โดยแสดงให้เห็นชัดเจนว่าผู้ทำแบบทดสอบไม่เข้าใจโครงสร้างประโยคของภาษาจีน เนื่องจากผู้ทำแบบทดสอบยึดโครงสร้างภาษาแม่เป็นหลักจึงส่งผลให้เกิดความสับสนในการนำคำมาใช้แต่งประโยค โดยโครงสร้างประโยคที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ของภาษาจีนคือ“主语+谓语+数量+动量词” และประโยคที่ถูกต้องคือ 我们两趟就搬完了。

ทั้งนี้จากลักษณะของข้อผิดพลาดที่ปรากฏ ผู้วิจัยได้จำแนกข้อผิดพลาดเป็น 1 ข้อผิดพลาด คือ การใช้คำลักษณนามผิด เนื่องจากคำทั้ง 4 คำนี้เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้ทำแบบทดสอบเกิดความสับสนต่อการใช้คำศัพท์ในบริบทที่แตกต่างกัน จึงทำให้ไม่สามารถใช้คำลักษณนามที่ถูกต้องกับประโยคนั้น ๆ ได้ สาเหตุของข้อผิดพลาดเป็น 2 สาเหตุ สาเหตุประการที่หนึ่ง คือ การไม่เข้าใจความหมายของภาษาปลายทาง ตัวอย่างเช่น ตอนที่ 3 ข้อที่ [13] [14] [15] ในส่วนนี้มีผู้ทำแบบทดสอบตอบผิดถึงร้อยละ 93.08 เช่น ตอนที่ 3 แบบทดสอบแปลประโยค ข้อที่ [13] เราหารือกัน 2 ครั้ง แปลเป็นภาษาจีนได้เป็น 我们讨论两次。แต่จากแบบทดสอบมีผู้ทำแบบทดสอบใช้คำกริยาคำว่า商量และ咨询เนื่องจาก ในประโยคผู้วิจัยต้องการจะสื่อถึงการหารือ โดยใช้คำในภาษาจีนว่า 讨论ซึ่งสื่อความหมายได้ถึง การแลกเปลี่ยนคำแนะนำ ความคิดเห็นและถกเถียงอภิปราย ดังนั้นผู้ทำแบบทดสอบจึงเลือกใช้คำของภาษาปลายทางผิดอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุประการที่สอง คือ การไม่เข้าใจวิธีการใช้ตามหลักโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างจากแบบทดสอบในตอนที่ 2 แบบทดสอบแต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้ จะเห็นได้ว่ามีผู้ทำแบบทดสอบถึงร้อยละ 27.35 ที่แต่งประโยคไม่ถูกต้องตามโครงสร้างตามหลักไวยากรณ์ โครงสร้างประโยคตามหลักไวยากรณ์คือ主语+谓语+数量+动量词 เช่น 我吃牛肉三次了。ประโยคที่ถูกต้องคือ 我吃过三次牛肉了。จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าผู้ทำแบบทดสอบได้แต่งประโยคผิดหลักไวยากรณ์

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ผลการทดสอบ ผู้วิจัยพบว่าผู้ทำแบบทดสอบที่เข้าใจความหมายและวิธีการใช้คำได้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ จะสามารถเลือกใช้คำได้อย่างถูกต้อง แต่หากผู้ทำแบบทดสอบไม่

เข้าใจความหมายและวิธีการใช้คำเหล่านี้ได้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ หรือไม่สามารถตีความหมายประโยคได้อย่างถูกต้อง จะส่งผลให้ผู้ตอบแบบทดสอบไม่สามารถเลือกใช้คำได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับบริบทที่กำหนดมาได้ ดังนั้นผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าไวยากรณ์และความเข้าใจในภาษาจีนส่งผลต่อการเลือกใช้คำในภาษาปลายทางของผู้ทำแบบทดสอบ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าทั้งผู้เรียนและผู้สอนควรหมั่นศึกษาและทบทวนความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาจีน โดยเฉพาะคำศัพท์ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน รวมถึงควรหมั่นฝึกทำแบบทดสอบ เพื่อที่จะได้สามารถเข้าใจคำศัพท์ และสามารถใช้คำศัพท์เมื่ออยู่ในบริบทที่แตกต่างกันได้อย่างถูกต้อง

งานวิจัยฉบับนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรสา ชลายนานนท์ (2559) ในด้านสาเหตุข้อผิดพลาดเรื่องโครงสร้างทางไวยากรณ์ในการใช้คำลักษณนามของภาษาจีนและภาษาไทย แต่แตกต่างกันในส่วนของวัตถุประสงค์ในการศึกษา งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดของคำลักษณนามนับการกระทำ 回、次、遍、趟 แต่งานวิจัยของศิรสา ชลายนานนท์ (2559) เน้นศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบคำลักษณนามภาษาจีนกับคำลักษณนามภาษาไทยที่ใช้ร่วมกับคำนามใหม่ และงานวิจัยฉบับนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย จาง ข่ายหลุน (张凯伦,2019) ในด้านข้อผิดพลาดเรื่องความสับสนในการใช้คำลักษณนามนับการกระทำในภาษาจีน แต่แตกต่างกันในส่วนของคำลักษณนามนับการกระทำในภาษาจีน โดยจาง ข่ายหลุน (张凯伦,2019) ศึกษาเฉพาะข้อผิดพลาดของคำลักษณนามนับการกระทำคำว่า 次 และ 遍 เท่านั้น แต่งานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาคำว่า 回 และ 趟 เพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดของคำลักษณนามนับการกระทำ 回、次、遍、趟 เท่านั้น แต่เนื่องจากคำลักษณนามนับการกระทำในภาษาจีนมีจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นคำลักษณนามที่ใช้กันทั่วไปในชีวิตประจำวัน การศึกษาคำลักษณนามนับการกระทำอื่น ๆ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก หากมีผู้ศึกษาข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดของคำลักษณนามนับการกระทำคำอื่น ๆ เพิ่มเติม จะทำให้ผู้ที่สนใจ ผู้เรียนชาวไทย รวมถึงผู้สอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศสามารถเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้และข้อแตกต่างของคำลักษณนามนับการกระทำในภาษาจีนได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร กองเส็ง. (2559). “การศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างและการใช้คำกริยาในภาษาจีนและภาษาไทย”. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**, **5**(1), 9.

จริยา วิณิชวิริยะ. (2555). ***การใช้คำลักษณนามในภาษาจีน***. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, ค้นหาจาก:

https://arts.dpu.ac.th/media/research

วาสนา พันธมงคล, และ กฤษณา สุภาษร. (2554). ***การศึกษาปัญหาการใช้ “ลักษณนามจีนบอกปริมาณ” ในภาษาจีนของนักศึกษาไทยกรณีศึกษา: นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 สาขาวิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.*** [วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี].

ศิรสา ชลายนานนท์. (2559). ***การเปรียบเทียบคำลักษณะนามภาษาจีนกับคำลักษณะนามภาษาไทยที่ใช้ร่วมกับคำนามใหม่*** (รายงานผลการวิจัย).

หลี่ เต๋อจิน, และ เฉิง เหม่ยเจิน. (2562). ***ไวยากรณ์จีนสำหรับคนไทย[外国人实用汉语语法]*** (อารีย์ รุ่นพแสง,ผู้แปล) . สมุทรปราการ:สำนักพิมพ์หมื่นอักษร. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ.2008)

อัจฉรินทร์ อิทธิศิลปะ. (2565). ***เก่งจีนสุดปัง ด้วยโครงสร้างประโยคภาษาจีน*** (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ:ไชนีสแบง.

อัจฉรินทร์ อิทธิศิลปะ. (2565). ***ไวยากรณ์จีนระดับต้น HSK ระบบใหม่3 ขั้น 9 ระดับ*** (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ:ไชนีส เอ็กซ์เปิร์ต.

อรพินท์ อัจฉริยกาญจน์. (2564). ***เก่งพูดจีนใน101ชั่วโมง*** (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ:อินส์พัล.

张凯伦. (2019). *动量词；次；遍；偏误；对外汉语教学策略:[硕士学位论文]*：上海师范大 学.

邵鹏. (2021). *对外汉语教学中时量词的偏误分析研究:[硕士学位论文]*：西北大学

徐妙珍. (2010). ***汉泰语临时名量词对比与教学研究:*** [硕士学位论文]：西南大学

黎锦熙. (2007). *新著国语文法*： 湖南教育出版社

王还 (1994). *《对外汉语教学语法大纲》*，北京：北京语言学院出版社

ภาคผนวก

แบบทดสอบคำลักษณนาม “回”、“次”、“遍”、“趟”

ตอนที่ 1 แบบทดสอบรูปแบบปรนัย พร้อมทั้งใส่เหตุผลของการเลือกตอบ

1) 毕业后小红常常复习汉语，比如，现在她在卧室里看一(_)她喜欢的汉语文章。

回
次
遍
趟

2) 这本书我记不住课文，所以至少还要背三(_)才能记住。

回
次
遍
趟

3) 现在我们能够看见保洁人员都在使用全自动扫地机来辅助清扫街道上的灰尘和垃圾，能够一(_)清扫干净，不需要要清洁工来回反复的打扫。

回
次
遍
趟

4) 当我们第一(_)来到这里，我就觉得这里好像我们的家。

回
次
遍
趟

5) 昨天晚上我逛了几(_)公园，那个公园很大，公园里风景也很美。

回
次
遍
趟

6) 美丽每次去吃火锅时，总免不了烤一(_)牛肉。

回
次
遍
趟

7) 小美家我已经去过三(_)，她的家有很多房间。

回
次
遍
趟

8) 今天弟弟不用去机场了，但他还要回家一(_)。

回
次
遍
趟

ตอนที่ 2 แต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้

โดยแต่งประโยคจากคำว่า 回、次、遍 และ 趟

ตอนที่ 3 แปลประโยคที่กำหนดให้ต่อไปนี้เป็นภาษาจีน

1) เราหารือกัน 2 ครั้ง

2) พวกเราย้าย 2 รอบก็เสร็จแล้ว

3) ความเรียงบทนี้คุณอ่านดูอีก 1 รอบเถอะ

汉语成语中带“三”数字的语义和语用研究

การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลข “三” sān สาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน

วริศรา รักษ์ศรีทอง[1] มัณฑนา พากเพียร[2*] และนิธิตยา สุนทรธรรมนิติ[3]

论文摘要：汉语成语中带“三”数字的语义和语用研究是定性和定量的研究。本文的研究目的是研究汉语成语中带“三”数字的语义和语用。从《成语大词典(2020版)》中收集到了120个带“三”数字的汉语成语。

研究结论发现，汉语成语中带“三”数字的语义共有 12 组，分为 1.时间、物品及正面和负面属性 24 个成语；2.言语、思想、情感及行为 21 个成语；3.频率及连续性 16 个成语；4.变化、不确定及没有规律 15 个成语；5.阴谋、狡诈及不正确的行为 9 个成语；6.刻苦、努力及有志向 8 个成语；7.教义、道德及政治 8 个成语；8.数量 5 个成语；9.没有达到目的及不连续 4 个成语；10.集合 4 个成语；11.隐瞒、推辞及选择 4 个成语；12.等级及速度 2 个成语。此外，本文还发现汉语成语中带“三”数字的语用类型可分为指责、告诫、议论、赞扬及讽刺共5类，最常见的类型是议论类。

关键词： 数字；成语中带数字；成语语用

1-2 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业本科生

3 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业教师

* Corresponding author E-mail :manthana.pakpian@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนจีน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลข “三” **sān** สาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลสำนวนจีนที่มีตัวเลขสาม จำนวนทั้งสิ้น 120 สำนวน จากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》(2020)

ผลการศึกษาพบว่า ความหมายของตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนมีทั้งหมด 12 กลุ่มความหมาย เรียงลำดับจากจำนวนมากไปน้อย ดังนี้ 1. เวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 24 สำนวน 2. คำพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ 21 สำนวน 3. ความถี่และความต่อเนื่อง 16 สำนวน 4. การเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ 15 สำนวน 5. กลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง 9 สำนวน 6. ความมุมานะ ความพยายามหรือการมีปณิธาน 8 สำนวน 7. คำสอน หลักธรรมและจรรยา การเมือง 8 สำนวน 8. ปริมาณและจำนวน 5 สำนวน 9. การไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน 4 สำนวน 10. การรวมกลุ่ม 4 สำนวน 11. การปกปิด การปิดออก การเลือก 4 สำนวน 12. ระดับและความเร็ว 2 สำนวน นอกจากนี้งานวิจัยฉบับนี้สามารถแบ่งประเภทเจตนาการใช้เป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ ตำหนิ ตักเตือน แสดงความคิดเห็น ชื่นชม ประชดประชัน โดยเจตนาการใช้ที่พบมากที่สุด คือ เจตนาแสดงความคิดเห็น

คำสำคัญ : ตัวเลข สำนวนตัวเลข เจตนาการใช้

บทนำ

ปัจจุบันตัวเลขเป็นสิ่งที่สำคัญในการใช้ชีวิตทั้งในชีวิตประจำวันหรือในการทำงาน ตัวเลขจึงถือเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้คนอย่างใกล้ชิด โดยปกติผู้คนมักจะใช้ตัวเลขตัวเลขเพื่อสื่อความในด้านจำนวนหรือปริมาณ แต่เนื่องจากภาษาได้รับอิทธิพลจากภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่หลากหลายจึงถูกกำหนดให้มีความหมายทางภาษาและเป็นสิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรมและความคิดของผู้คนในแต่ละชนชาติ ในฐานะที่ตัวเลขเป็นส่วนหนึ่งของภาษาจึงทำให้ตัวเลขมีความหมายที่สื่อไปยังสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสามารถเรียกว่า “ความหมายแฝงหรือความหมายโดยนัย” โดยที่นับวันตัวเลขเริ่มมีบทบาทในการสื่อความหมายมากขึ้น และการตีความหมายของตัวเลขยิ่งซับซ้อนขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะการเข้าใจความหมายของตัวเลขในสำนวน เนื่องจากประวัติศาสตร์อันยาวนานของจีนได้บ่มเพาะความคิดความอ่านทางภาษาไว้มากมายส่งผลให้ในปัจจุบันมีสำนวนจีนเป็นจำนวนมาก (วิภวานี ก้อนแก้ว, 2561) การเข้าใจสำนวนจึงต้องใช้ทักษะส่วนบุคคลเพื่อที่จะตีความหรือแปลความหมายก่อนที่จะเข้าใจความหมายของสำนวนจีน ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจเจตนาของผู้พูด โดยเฉพาะความหมายของสำนวนจีนที่ปรากฏตัวเลขนั้นอาจทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ง่าย (สุภัชญา สวัสดิ์โยธิน, 2562)

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความหมายของตัวเลขและเจตนาการใช้ที่ปรากฏในสำนวน เช่น 贾晓敏 (Jia Xiao min, 2019) ศึกษาการใช้ตัวเลขในสำนวน ด้านการแสดงความหมายของตัวเลขที่ปรากฏในสำนวน โดยได้แบ่งประเภทความหมายที่หลากหลาย เช่น การแสดงความหมายเน้นย้ำ ซับซ้อน หรือการแสดงความหมายในเชิงลบ วิภวานี ก้อนแก้ว (2561) ศึกษาความหมายของตัวเลขที่ปรากฏในสำนวนจีน ผลการศึกษาพบว่าความหมายของตัวเลขที่ปรากฏในสำนวนจีนมีจำนวน 9 กลุ่มความหมาย ได้แก่ 1) กลุ่มความหมายที่เกี่ยวกับสิ่งที่พึงประสงค์กลุ่มความหมายที่เกี่ยวกับสิ่งที่พึงประสงค์ 2) กลุ่มความหมายที่เกี่ยวกับสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ 3) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับจำนวน 4) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับเวลา 5) กลุ่มความหมายเปรียบเทียบ 6) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลง 7) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับทั่วทุกหนแห่ง 8) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับคน 9) กลุ่มความหมายเกี่ยวกับอวัยวะ จริยา วาณิชวิริยะ และอัญชลี ทองเอม (2563) ได้ศึกษาเรื่องเจตนาการใช้สำนวนจีน โดยได้จำแนกเจตนาการใช้สำนวนจีนเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ตำหนิ ตักเตือน แสดงความคิดเห็น ชื่นชม และประชดประชัน และจากงานวิจัยของอารีย์ พรหมรอด (2555) พบว่าสำนวนจีนที่ปรากฏตัวเลขสามมีจำนวนมากถึง 471 สำนวน แต่ผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนจีน

สำนวนที่มีตัวเลขสามอาจไม่ได้แสดงความหมายถึงตัวเลข แต่เป็นการใช้เพื่อสื่อความหมายอื่น ๆ เหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความหมายตรงและความหมายแฝง รวมถึงเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนจีน เพื่อให้เข้าใจความหมายเชิงลึกของตัวเลขสาม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลข “三” **sān** สาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ศึกษาความหมายและเจตนาการใช้สำนวนจีนที่ปรากฏตัวเลขสาม โดยมีกระบวนการศึกษาดังนี้

(1) ศึกษาและเก็บรวบรวมสำนวนที่ปรากฏตัวเลขสาม จากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》(2020)

(2) ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความหมาย จากวิทยานิพนธ์ วารสาร บทความวิจัยบนระบบสืบค้นออนไลน์ OPAC และ THAIJO โดยใช้คำค้นหาว่า “ตัวเลขในภาษาจีน” และ “เจตนาการใช้สำนวนจีน” รวมถึงศึกษาจากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》(2020)

และพจนานุกรมจีน-ไทย ฉบับใหม่ (2557)

(3) วิเคราะห์ความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสาม ที่ปรากฏในสำนวนจีนภายใต้มุมมองทางด้านภาษาในเชิงลึก เช่น ความหมายโดยตรงและความหมายแฝง บริบทการใช้ นัยยะเชิงบวกและเชิงลบที่ปรากฏ เป็นต้น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์ความหมายของตัวเลขสาม ที่ปรากฏในสำนวนจีน จากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》(2020) จำนวนทั้งสิ้น 120 สำนวน โดยพิจารณาจากความหมายของสำนวนเป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่ม ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มความหมายได้ทั้งหมด 12 กลุ่มความหมาย เรียงลำดับตามจำนวนมากไปน้อย ดังนี้ 1. เวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 2. คำพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ 3. ความถี่และความต่อเนื่อง 4. การเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ 5. กลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง 6. ความมุมานะ ความพยายามหรือการมีปณิธาน 7. คำสอน หลักธรรมและจรรยา การเมือง 8. ปริมาณและจำนวน 9. การไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน 10. การรวมกลุ่ม 11. การปกปิด การปัดออก การเลือก 12. ระดับและความเร็ว

นอกจากนี้ผู้วิจัยแบ่งประเภทเจตนาการใช้จากความหมายของสำนวนจีนได้ 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ตำหนิ 2) ตักเตือน 3) แสดงความคิดเห็น 4) ชื่นชม 5) ประชดประชัน โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปจำนวนความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนจีน

ลำดับ	กลุ่มความหมาย	เจตนาการใช้					
		แสดงความคิดเห็น	ตำหนิ	ชื่นชม	ตักเตือน	ประชดประชัน	รวม
1	กลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ	16	4	4	-	-	24
2	กลุ่มความหมายคำพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ	10	3	8	-	-	21
3	กลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่อง	3	10	2	1	-	16
4	กลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ	3	11	-	-	1	15
5	กลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง	3	6	-	-	-	9
6	กลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามหรือการมีปณิธาน	6	-	2	-	-	8

ลำดับ	กลุ่มความหมาย	เจตนาการใช้					
		แสดงความคิดเห็น	ตำหนิ	ชื่นชม	ตักเตือน	ประชดประชัน	รวม
7	กลุ่มความหมายคำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง	7	-	-	1	-	8
8	กลุ่มความหมายปริมาณและจำนวน	5	-	-	-	-	5
9	กลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน	-	4	-	-	-	4
10	กลุ่มความหมายการรวมกลุ่ม	4	-	-	-	-	4
11	กลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก	1	3	-	-	-	4
12	กลุ่มความหมายระดับและความเร็ว	1	-	1	-	-	2
	รวม	**59**	**41**	**17**	**2**	**1**	**120**

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า การจัดกลุ่มความหมายสำนวนจีนที่มีตัวเลขสามทั้งสิ้น 120 สำนวน แบ่งเป็น 12 กลุ่มความหมาย กลุ่มที่สื่อความหมายมากที่สุด คือ เวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 24 สำนวน และกลุ่มที่พบน้อยที่สุด คือ ระดับและความเร็ว 2 สำนวน ทั้งนี้มีกลุ่มความหมายลำดับที่ 6-7 มีจำนวน

เท่ากัน คือ 8 สำนวน และกลุ่มความหมายลำดับที่ 9-11 มีจำนวนเท่ากัน คือ 4 สำนวน

ด้านเจตนาการใช้พบมากที่สุด คือ แสดงความคิดเห็น 59 สำนวน พบมากที่สุดในกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ จำนวน 16 สำนวน และเจตนาการใช้ที่พบน้อยที่สุด คือ ประชดประชัน 1 สำนวน พบในกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ โดยสำนวนในกลุ่มความหมายต่าง ๆ มีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ

กลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ มีทั้งหมด 24 สำนวน แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ 1. ช่วงเวลา 2. เวลากะทันหัน 3. ลักษณะบุคคล 4. คนที่มีวุฒิภาวะ 5. คนที่มีความสามารถ 6. หนังสือ 7. คำเรียกทั่วไป 8. คุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบซึ่งสำนวนด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับเวลา 4 สำนวน ด้านที่ 3-5 มีความหมายเกี่ยวกับคน 8 สำนวน ด้านที่ 6-7 มีความหมายเกี่ยวกับสิ่งของ 8 สำนวน ด้านที่ 8 ความหมายเกี่ยวกับคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 4 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ตำหนิ	ชื่นชม
1. ช่วงเวลา (3)	ช่วงเวลาในตอนกลางคืนอุปมาว่า ดึกมาก	(1) 半夜三更 (bàn yè sān gēng) (2) 三更半夜 (sān gēng bàn yè) (3) 夜半三更 (yè bàn sān gēng)		/	
2. เวลากะทันหัน (1)	ช่วงเวลาที่กะทันหันทันทีทันใด	(4) 立时三刻 (lì shí sān kè)	/		
3. ลักษณะบุคคล (2)	สถานะที่ต่ำต้อยกว่าผู้อื่น และยังอธิบายว่าเป็นคนประจบสอพลอและจิตใจต่ำต้อย	(5) 低三下四 (dī sān xià sì)		/	
	การบรรยายลักษณะภายนอกของคน	(6) 五大三粗 (wǔ dà sān cū)	/		
4. คนที่มีวุฒิภาวะ (2)	ผู้ที่มีประสบการณ์และวุฒิภาวะมากกว่า	(7) 三朝元老 (sān cháo yuán lǎo)			/
	คนเมื่อเริ่มก้าวสู่วัยผู้ใหญ่	(8) 三十而立 (sān shí ér lì)			/
5. คนที่มีความสามารถ (4)	มารดาที่ชำนาญในด้านการสอนสั่งบุตร	(9) 孟母三迁 (mèng mǔ sān qiān)			/
	ผู้หญิงที่บริสุทธิ์และแข็งแกร่ง	(10) 三贞九烈 (sān zhēn jiǔ liè)			/
	คนที่มีความสามารถมาก	(11) 六臂三头 (liù bì sān tóu) (12) 三头六臂 (sān tóu liù bì)	/		
6. หนังสือ (1)	หนังสือเกี่ยวกับการทหารหรือการทำสงคราม	(13) 六韬三略 (liù tāo sān lüè)	/		
7. คำเรียกทั่วไป (7)	อาหารทั่วไป	(14) 三茶六饭 (sān chá liù fàn)	/		
	สิ่งที่ใช้เรียกอาชีพทั่วไป	(15) 三百六十行 (sān bǎi liù shí háng)	/		
	ถนนสายเล็กและสายใหญ่	(16) 六街三市 (liù jiē sān shì)	/		
	คำที่ใช้เรียกคนทั่วไป	(17) 张三李四 (zhāng sān lǐ sì)	/		

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ตำหนิ	ชื่นชม
7. คำเรียกทั่วไป (7) (ต่อ)	คนหลากหลายรูปแบบ	(18) 三教九流 (sān jiào jiǔ liú)	/		
	บทกลอน เพลงที่ไพเราะงดงามนุ่มนวลละมุนละไมและมีรสนิยม	(19) 一倡三叹 (yī chàng sān tàn) (20) 一唱三叹 (yī chàng sān tàn)	/		
8. คุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ (4)	เหตุเภทภัยหรือภัยพิบัติต่าง ๆ	(21) 八难三灾 (bā nàn sān zāi) (22) 三灾八难 (sān zāi bā nàn)	/		
	ความโชคดีและความสงบสุข	(23) 三生有幸 (sān shēng yǒu xìng) (24) 三阳开泰 (Sān yáng kāi tài)	/		
		รวม	16	4	4

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 24 สำนวน แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 3-5 มีความหมายเกี่ยวกับคน ได้แก่ ลักษณะบุคคล คนที่มีวุฒิภาวะ และคนที่มีความสามารถ ด้านที่ 6-7 มีความหมายเกี่ยวกับสิ่งของ ได้แก่ หนังสือ และคำเรียกทั่วไป ล้วนมีจำนวนเท่ากัน 8 สำนวน ด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับเวลา ได้แก่ ช่วงเวลา เวลากะทันหัน และด้านที่ 8 มีจำนวนสำนวนเท่ากัน 4 สำนวน ได้แก่ คุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ ตามลำดับ เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับเวลา ล้วนเป็นการตำหนิและแสดงความคิดเห็น ด้านที่ 3-5 มีความหมายเกี่ยวกับคน ล้วนเป็นการตำหนิ แสดงความคิดเห็น และชื่นชม ด้านที่ 6-9 ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบมีทั้งแสดงการตำหนิ แสดงความคิดเห็น และชื่นชม โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาแสดงความคิดเห็นมากที่สุด 16 สำนวน

2. กลุ่มความหมายการพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ

กลุ่มความหมายการพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ มีทั้งหมด 21 สำนวน แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ 1. การระวังคำพูด 2. การช่างพูด 3. การนินทาว่าร้าย 4. การคิดและการต่อรอง 5. การตีความ 6. ความโกรธ 7. ความคิดถึง 8. การตั้งใจและมุ่งมั่น 9. ความรอบคอบ และมีแบบแผน ซึ่งสำนวนด้านที่ 1-3

มีความหมายเกี่ยวกับการพูด 6 สำนวน ด้านที่ 4-5 มีความหมายเกี่ยวกับความคิด 5 สำนวน ด้านที่ 6-7 มีความหมายเกี่ยวกับความรู้สึก 4 สำนวน ด้านที่ 8-9 มีความหมายเกี่ยวกับการกระทำ 6 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงกลุ่มความหมาย การพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ชื่นชม	ตำหนิ
1. การระวังคำพูด (3)	คำไม่กี่คำหรือคำพูดสั้น ๆ	(1) 三言两句 (sān yán liǎng jù) (2) 三言两语 (sān yán liǎng yǔ)	/		
	การปิดปากเงียบ ระวังคำพูด	(3) 三缄其口 (sān jiān qí kǒu)	/		
2. การช่างพูด (2)	การมีฝีปากที่ดี มีคารมคมคาย เจ้าคารี้สีคารม	(4) 三寸不烂之舌 (sān cùn bù làn zhī shé) (5) 三寸之舌 (sān cùn zhī shé)		/	
3. การนินทาว่าร้าย (1)	การพูดโน่นว่านี่ (นินทากาเลคนอื่น)	(6) 说三道四 (shuō sān dào sì)			/
4. การคิดและการต่อรอง (3)	การไม่มีการพิจารณาด่วนทำลงไปโดยไม่ยั้งคิด	(7) 不管三七二十一 (bùguǎn sān qī èr shí yī)			/
	หากไม่มีเรื่อง ไม่พบหน้า	(8) 无事不登三宝殿 (wú shì bù dēng sān bǎo diàn)			/
	การอ่อนข้อให้	(9) 退避三舍 (tuì bì sān shè)	/		
5. การตีความ (2)	การยกตัวอย่างเพียงตัวอย่างเดียวก็สามารถที่จะอนุมานเรื่องต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกันได้มากมาย	(10) 举一反三 (jǔ yī fǎn sān) (11)一隅三反 (yī yú sān fǎn)	/		
6. ความโกรธ (2)	การโกรธเป็นอย่างมาก	(12) 火高三丈 (huǒ gāo sān zhàng) (13) 火冒三丈 (huǒ mào sān zhàng)	/		
7. ความคิดถึง (2)	การคิดถึงอย่างมาก	(14) 一日不见，如隔三秋 (yī rì bù jiàn, rú gé sān qiū (15) 一日三秋 (yī rì sān qiū)	/		
8. การตั้งใจและมุ่งมั่น (5)	การกระทำที่กล้าหาญ	(16) 勇冠三军 (yǒng guàn sān jūn)		/	
	การตั้งใจศึกษาเล่าเรียน	(17) 三年不窥园 (sān nián bù kuī yuán)		/	

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ชื่นชม	ตำหนิ
	การจงรักภักดีต่อหน้าที่ไม่เห็นแก่ตัว (ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม)	(18) 三过其门而不人 (sān guò qí mén ér bù rén)		/	
	การไปเยี่ยมหรือเชื้อเชิญด้วยความจริงใจ	(19) 草庐三顾 (cǎo lú sān gù) (20) 三顾茅庐 (sān gù máo lú)		/	
9. ความรอบคอบ และมีแบบแผน (1)	การกระทำอยู่ในกรอบ ไม่กระทำสุ่มสี่สุ่มห้าถี่ถ้วน	(21) 一板三眼 (yī bǎn sān yǎn)		/	
		รวม	**10**	**8**	**3**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายการพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ 21 สำนวน แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1-3 มีความหมายเกี่ยวกับการพูด ได้แก่ การระวังคำพูด การช่างพูด การนินทาว่าร้าย และ ด้านที่ 8-9 มีความหมายเกี่ยวกับการกระทำ ได้แก่ การตั้งใจและมุ่งมั่น ความรอบคอบและมีแบบแผน 6 สำนวน ด้านที่ 4-5 มีความหมายเกี่ยวกับความคิด ได้แก่ การคิดและการต่อรอง การตีความ 5 สำนวน ด้านที่ 6-7 มีความหมายเกี่ยวกับความรู้สึก ได้แก่ ความโกรธและความคิดถึง 4 สำนวน ตามลำดับ เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1-3 มีความหมายเกี่ยวกับการพูด ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น และตำหนิ ด้านที่ 4-5 มีความหมายเกี่ยวกับความคิด ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็นและตำหนิ ด้านที่ 6-7 มีความหมายเกี่ยวกับความรู้สึก ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ด้านที่ 8-9 มีความหมายเกี่ยวกับการกระทำ ล้วนเป็นการชื่นชม ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบมีทั้งแสดงการตำหนิ แสดงความคิดเห็น และชื่นชม โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาแสดงความคิดเห็นมากที่สุด 10 สำนวน

3. กลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่อง

กลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่อง มีทั้งหมด 16 สำนวน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. เหตุการณ์ 2. ความต่อเนื่อง 3. ด้านการพูด ความคิด 4. ด้านความรู้หรือความสามารถ ซึ่งสำนวนทุกด้านมีความหมายเกี่ยวกับความถี่และความต่อเนื่อง รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงกลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่อง

ความหมาย		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้			
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ	ประชดประชัน	ชื่นชม	แสดงความคิดเห็น
1. เหตุการณ์ (9)	สิ่งที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า	(1) 几次三番 (jǐ cì sān fān) (2) 两次三番 (liǎng cì sān fān) (3) 屡次三番 (lǚ cì sān fān) (4) 三番两次 (sān fān liǎng cì) (5) 三番四复 (sān fān sì fù) (6) 三番五次 (sān fān wǔ cì) (7) 再三再四 (zài sān zài sì) (8) 一而再，再而三 (yī ér zài, zài ér sān)	/			
	เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง	(9) 三天两头 (sān tiān liǎng tóu)		/		
2. ความต่อเนื่อง (1)	การทยอยมาอย่างไม่ขาดสาย	(10) 接二连三 (jiē èr lián sān)		/		
3. ด้านการพูด ความคิด (4)	การเตือนครั้งแล้วครั้งเล่า	(11) 三令五申 (sān lìng wǔ shēn)	/			
	การพูดโกหกซ้ำ ๆ จนทำให้ผู้คนหลงเชื่อว่าเป็นเรื่องจริง	(12) 三人成虎 (sān rén chéng hǔ)	/			
	การพูดเรื่องเดิมซ้ำไปซ้ำมา	(13) 三句话不离本行 (sān jù huà bù lí běn háng)				/
	คิดอย่างรอบคอบแล้วค่อยลงมือทำ	(14) 三思而行 (sān sī ér xíng)		/		
4. ด้านความรู้หรือความสามารถ (2)	สิ่งที่เกิดจากการบ่มเพาะหรือสะสมเป็นเวลานาน	(15) 冰冻三尺，非一日之寒 (bīng dòng sān chǐ, fēi yī rì zhī hán)			/	
	การสอบสามครั้งก็ได้ชัยชนะติดต่อกัน	(16) 连中三元 (lián zhòng sān yuán)			/	
		รวม	10	3	2	1

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความถี่และความต่อเนื่อง 16 สำนวน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับความถี่ ได้แก่ เหตุการณ์ 9 สำนวน ด้านที่ 2-4 มีความหมาย

เกี่ยวกับความต่อเนื่อง ได้แก่ ความต่อเนื่อง การพูดความคิด ความรู้หรือความสามารถ 7 สำนวน ตามลำดับ เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับความถี่ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็นและตำหนิ ด้านที่ 2-4 มีความหมายเกี่ยวกับความต่อเนื่อง ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ตำหนิ และชื่นชม ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่องมีทั้งแสดงตำหนิ ประชดประชัน ชื่นชมและแสดงความคิดเห็น โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาตำหนิมากที่สุด 10 สำนวน

4. กลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ

กลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ มีทั้งหมด 15 สำนวน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความคิด 2. เหตุการณ์ 3. การไม่มีแบบแผนหรือสติในการใช้ชีวิต ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับเปลี่ยนแปลง 5 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่แน่นอน 4 สำนวน ด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่เป็นระเบียบ 6 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางแสดงกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ

ความหมาย		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ	แสดงความคิดเห็น	ประชดประชัน
1. ความคิด (5)	การเปลี่ยนความคิด กลับไปกลับมา	(1) 暮四朝三 (mù sì zhāo sān) (2) 朝三暮四 (zhāo sān mù sì)	/		
	การลังเลใจ ไม่มีปณิธาน	(3) 二三其德 (èr sān qí dé) (4) 二三其意 (èr sān qí yì) (5) 三心二意 (sān xīn èr yì)	/		
2. เหตุการณ์ (4)	กองทัพที่ค่อย ๆ อ่อนแรงลง	(6) 再衰三竭 (zài shuāi sān jié)	/		
	เรื่องราวเปลี่ยนแปลง รุ่งเรืองตกต่ำไม่แน่นอน	(7) 三十年河东，三十年河西 (sān shí nián hé dōng, sān shí nián hé xī)		/	
	เหตุการณ์เกิดการพลิกผันเปลี่ยนแปลงไปร้อยแปดยากที่จะคาดเดา	(8) 一波三折 (yī bō sān zhé)		/	
	การตายของคน	(9) 三长两短 (sān cháng liǎng duǎn)		/	
3. การไม่มีแบบแผนหรือ	การพูด การทำงานที่ไม่มีลำดับขั้นตอน	(10) 颠三倒四 (diān sān dǎo sì) (11) 一国三公 (yī guó sān gōng)	/		

ความหมาย		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้		
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ	แสดงความคิดเห็น	ประชดประชัน
สติในการใช้ชีวิต (6)	การประมาทเลินเล่อ สะเพร่า ขี้หลงขี้ลืม	(12) 丢三拉四 (diū sān lā sì) (13) 丢三落四 (diū sān là sì) (14) 不三不四 (bù sān bù sì)	/		
	การไม่รู้อะไรเลย	(15) 一问三不知 (yī wèn sān bù zhī)			/
		รวม	11	3	1

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ 15 สำนวน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่เป็นระเบียบ ได้แก่ การไม่มีแบบแผนหรือสติในการใช้ 6 สำนวน ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ความคิด 5 สำนวน และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่แน่นอน ได้แก่ เหตุการณ์ 4 สำนวน ตามลำดับ เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับเปลี่ยนแปลง ล้วนเป็นการตำหนิ ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่แน่นอน ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็นและตำหนิ ด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่เป็นระเบียบ ล้วนเป็นการตำหนิและประชดประชัน ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบมีทั้งแสดงการตำหนิ แสดงความคิดเห็น และประชดประชัน โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาตำหนิมากที่สุด 11 สำนวน

5. กลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง

กลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง มีทั้งหมด 9 สำนวน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. การวางแผน 2. การใช้กลยุทธ์ 3. ความโลภ 4. การเอาตัวรอด 5. คำพูดหรือการกระทำ ซึ่งสำนวนด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับกลอุบาย 3 สำนวน ด้านที่ 3-4 มีความหมายเกี่ยวกับเล่ห์เหลี่ยม 3 สำนวน ด้านที่ 5 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่ถูกต้อง 3 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงกลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้	
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ	แสดงความคิดเห็น
1. การวางแผน (1)	การวางแผนเพื่อฆ่าคน	(1) 二桃杀三士 (Èr táo shā sān shì)		/
2. การใช้กลยุทธ์ (2)	การรู้วิธีรับมือเมื่อเผชิญสถานการณ์ที่ยากจะคาดเดา	(2) 三十六策，走为上策 (sān shí liù cè zǒu wéi shàng cè) (3) 三十六计，走为上计 (sān shí liù jì, zǒu wéi shàng jì)		/
3. ความโลภ (1)	การอยากได้ของคนอื่น	(4) 垂涎三尺 (chuí xián sān chǐ)	/	
4. การเอาตัวรอด (2)	ความร้ายกาจและความเจ้าเล่ห์ของคน	(5) 狡兔三窟 (jiǎo tù sān kū) (6) 两面三刀 (liǎng miàn sān dāo)	/	
5. คำพูดหรือการกระทำ (3)	การทำงานหรือกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ถูกต้อง	(7) 三姑六婆 (sān gū liù pó)	/	
	การทุจริต	(8) 三豕渡河 (sān shǐ dù hé) (9) 三豕涉河 (sān shǐ shè hé)	/	
		รวม	**6**	**3**

จากตารางข้างต้น กลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง 9 สำนวน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับกลอุบาย ได้แก่ การวางแผนและการใช้กลยุทธ์ 4 สำนวน ด้านที่ 3-4 มีความหมายเกี่ยวกับเล่ห์เหลี่ยม และด้านที่ 5 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่ถูกต้อง ได้แก่ ความโลภ การเอาตัวรอด คำพูดหรือการกระทำ 3 สำนวน เจตนาการใช้ด้านที่ 1-2 มีความหมายเกี่ยวกับกลอุบาย ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ด้านที่ 3-4 มีความหมายเกี่ยวกับเล่ห์เหลี่ยม ล้วนเป็นการตำหนิ ด้านที่ 5 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่ถูกต้อง ล้วนเป็นการตำหนิและแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายกลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง มีทั้งแสดงการแสดงความคิดเห็น และตำหนิ โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาตำหนิมากที่สุด 6 สำนวน

6. กลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามและการมีปณิธาน

กลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามและการมีปณิธาน มีทั้งหมด 8 สำนวน แบ่งออกเป็น 3

ด้าน ได้แก่ 1. การวางแผน 2. การใช้กลยุทธ์ 3. ความโลภ 4. การเอาตัวรอด 5. คำพูดหรือการกระทำ ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับความมุมานะ 2 สำนวน ด้านที่ 2-3 มีความหมายเกี่ยวกับความพยายามและการมีปณิธาน 6 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ตารางแสดงกลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามและการมีปณิธาน

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้	
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ชื่นชม
1. ความอดทน (2)	ความอดทนต่อความยากลำบาก	(1) 三旬九食 (sān xún jiǔ shí) (2) 岁寒三友 (suì hán sān yǒu)	/	
2. ความตั้งใจแน่วแน่ (4)	การตั้งมั่นและมีปณิธาน	(3) 三折股，为良医 (sān zhé qǐ, wéi liáng yī) (4) 三折之肱 (sān zhé zhī gōng) (5) 三户亡秦 (sān hù wáng qín) (6) 一沐三捉发 (yī mù sān zhuō fā)	/	
3. การศึกษา (2)	การมีความรู้บางแขนงอย่างลึกซึ้ง	(7) 得其三昧 (dé qí sān mèi)		/
	ความขยันในการศึกษาเล่าเรียน ความมุมานะในการเรียน	(8) 韦编三绝 (wéi biān sān jué)		/
		รวม	6	2

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามและการมีปณิธาน 8 สำนวน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับการมีปณิธาน ได้แก่ ความตั้งใจแน่วแน่ 4 สำนวน ด้านที่ 1 ความหมายเกี่ยวกับความพยายาม ได้แก่ ความอดทน และด้านที่ 3 ความหมายเกี่ยวกับความมุมานะ ได้แก่ การศึกษา 2 สำนวน ตามลำดับ เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1 ความหมายเกี่ยวกับความอดทน และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความตั้งใจแน่วแน่ ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ด้านที่ 3มีความหมายเกี่ยวกับการศึกษา ล้วนเป็นการชื่นชม ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายความมุมานะ ความพยายามและการมีปณิธาน มีทั้งแสดงความคิดเห็น และชื่นชม โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาแสดงความคิดเห็นมากที่สุด 6 สำนวน

7. กลุ่มความหมายคำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง

กลุ่มความหมายคำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง มีทั้งหมด 8 สำนวน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. การพูดหรือการกระทำ 2. หลักธรรมและจรรยา 3. การถ่วงดุลอำนาจ 4. หลักกฎหมาย ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับคำสอน 2 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับหลักธรรมและจรรยา

2 สำนวน ด้านที่ 3-4 มีความหมายเกี่ยวกับการเมือง 4 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตารางแสดงกลุ่มความหมายคำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้	
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ตักเตือน
1. การพูดหรือการกระทำ (2)	การพูดหรือการกระทำไม่ควรไปยุ่งวุ่นวายเรื่องของคนอื่น	(1) 拉三扯四 (lā sān chě sì)		/
	การเรียนรู้จุดแข็งจากผู้อื่นไม่ว่าเวลาไหนสถานที่ใด	(2) 三人行，必有我师 (sān rénxíng, bì yǒu wǒ shī)	/	
2. หลักธรรมและจรรยา (2)	หลักคุณธรรม	(3) 三从四德 (sān cóng sì dé) (4) 三纲五常 (sān gang wǔ cháng)	/	
3. การถ่วงดุลอำนาจ (3)	การถ่วงดุลอำนาจเหมือนกระทะสามขา	(5) 三分鼎立 (sān fēn dǐng lì) (6) 三分鼎足 (sān fēn ding zú) (7) 三足鼎立 (sān zú dǐng lì)	/	
4. หลักกฎหมาย (1)	บทบัญญัติ	(8) 约法三章 (yuē fǎ sān zhāng)	/	
		รวม	**7**	**1**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายความเชื่อ คำสอน ศาสนา การเมือง 8 สำนวน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 3-4 มีความหมายเกี่ยวกับการเมือง 4 สำนวน ได้แก่ การถ่วงดุลอำนาจและหลักกฎหมาย ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับคำสอน 2 สำนวน ได้แก่ การพูดหรือการกระทำ และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับหลักธรรมและจรรยา 2 สำนวน เจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1 ซึ่งมีความหมายเกี่ยวกับการพูดหรือการกระทำ ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็นและตักเตือน และ ด้านที่ 2-4 ล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายความเชื่อ คำสอน ศาสนา การเมือง มีทั้งการแสดงความคิดเห็น และตักเตือน โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาแสดงความคิดเห็นมากที่สุด 7 สำนวน

8. กลุ่มความหมายปริมาณและจำนวน

กลุ่มความหมายปริมาณและจำนวน มีทั้งหมด 5 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1. ญาติและมิตร 2. เวลา ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับปริมาณ 4 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับจำนวน 1 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ตารางแสดงกลุ่มความหมายปริมาณและจำนวน

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น
1. ญาติและมิตร (4)	จำนวนเพื่อนหรือญาติเยอะ	(1) 三朋四友 (sān péng sì yǒu) (2) 三亲六故 (sān qīn liù gù)	/
	จำนวนญาติ	(3) 三亲六眷 (sān qīn liù juàn) (4) 三亲四眷 (sān qīn sì juàn)	/
2. เวลา (1)	เวลาหลายปี	(5)三年五载 (sān nián wǔ zǎi)	/
		รวม	**5**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายปริมาณและจำนวน 5 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับปริมาณ ได้แก่ ญาติและมิตร 4 สำนวน และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับจำนวน 1 สำนวน ตามลำดับ ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายปริมาณและจำนวนล้วนเป็นการแสดงความคิดเห็น 5 สำนวน

9. กลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน

กลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน มีทั้งหมด 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1.พฤติกรรม 2. การกระทำ ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการไม่บรรลุเป้าหมาย 3 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความมาต่อเนื่อง 1 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ตารางแสดงกลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ
1. พฤติกรรม (3)	คนที่ตื่นสาย	(1) 红日三竿 (hóng rì sān gān) (2) 日出三竿 (rì chū sān gān) (3) 日上三竿 (rì shàng sān gān)	/
2. การกระทำ (1)	การทำเรื่องต่าง ๆ อย่างไม่ต่อเนื่อง	(4) 三天打鱼，两天晒网 (sān tiān dǎ yú, liǎng tiān shài wǎng)	/
		รวม	**4**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการไม่บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ พฤติกรรม 3 สำนวน และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความไม่ต่อเนื่อง ได้แก่ การกระทำ 1 สำนวน ตามลำดับ

ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายการไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกันล้วนเป็นการตำหนิ 4 สำนวน

10. กลุ่มความหมายการรวมกลุ่ม

กลุ่มความหมายการรวมกลุ่ม มีทั้งหมด 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1. การจัดกลุ่ม 2. การรวมกลุ่ม ซึ่งสำนวนทั้งสองด้านมีความหมายเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม รายละเอียดดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ตารางแสดงกลุ่มความหมายการรวมกลุ่ม

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น
1. การจัดกลุ่ม (2)	การจัดเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 2-3 คน	(1) 三三两两 (sān sān liǎng liǎng) (2) 三三五五 (sān sān wǔ wǔ)	/
2. การรวมกลุ่ม (2)	การรวมกันเป็นก๊วน	(3) 三五成群 (sān wǔ chéng qún)	/
	การรวมกันเป็นหนึ่งเดียว	(4) 三位一体 (sān wèi yī tǐ)	/
		รวม	**4**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายการรวมกลุ่ม 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการจัดกลุ่ม และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม ล้วนมีจำนวนของสำนวนเท่ากัน คือ 2 สำนวน ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายการรวมกลุ่มล้วนเป็นการตำหนิ 4 สำนวน

11. กลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก

กลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก มีทั้งหมด 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1. การปกปิด 2. การบอกปัดปฏิเสธ 3. การเลือก ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการปกปิด 2 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับการปัดออก 1 สำนวน ด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับการเลือก 1 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ตารางแสดงกลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้	
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		ตำหนิ	แสดงความคิดเห็น
1. การปกปิด (2)	การปกปิดซ่อนเร้น	(1) 此地无银三百两 (cǐ dì wú yín sān bǎi liǎng) (2) 欺三瞒四 (qī sān mán sì)	/	
2. การบอกปัดปฏิเสธ (1)	การปัดภาระไปให้ผู้อื่นหรือการปฏิเสธด้วยข้ออ้างต่าง ๆ	(3) 推三阻四 (tuī sān zǔ sì)	/	
3. การเลือก (1)	การเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่ตนเอง	(4) 挑三拣四 (tiāo sān jiǎn sì)		/
รวม			**3**	**1**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก 4 สำนวน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ซึ่งสำนวนด้านที่มากที่สุด คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการปกปิด 2 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับการบอกปัดปฏิเสธ และด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับการเลือก มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 สำนวน ตามลำดับเจตนาการใช้สำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับการปกปิด และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับการบอกปัดปฏิเสธ ล้วนเป็นการตำหนิ และ ด้านที่ 3 มีความหมายเกี่ยวกับการเลือก เป็นการแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายการปกปิด การปัดออก การเลือก มีทั้งแสดงการตำหนิ และแสดงความคิดเห็น โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาตำหนิมากที่สุด 3 สำนวน

12. กลุ่มความหมายระดับและความเร็ว

กลุ่มความหมายระดับและความเร็ว มีทั้งหมด 2 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1.ระดับ 2. ความเร็ว ซึ่งสำนวนด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับระดับ 1 สำนวน ด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความเร็ว 1 สำนวน รายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ตารางแสดงกลุ่มความหมายระดับและความเร็ว

ความหมายของสำนวน		สำนวน (พินอิน)	เจตนาการใช้	
ด้าน (จำนวนสำนวน)	ลักษณะ		แสดงความคิดเห็น	ชื่นชม
1. ระดับ (1)	ระดับชั้นต่าง ๆ	(1) 三六九等 (Sān liù jiǔ děng)	/	
2. ความเร็ว (1)	การทำงานคล่องแคล่วฉับไว	(2) 三下五除二 (Sān xià wǔ chú èr)		/
			รวม	**1**	**1**

จากตารางข้างต้น สำนวนกลุ่มความหมายระดับและความเร็ว 2 สำนวน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ทั้งสองด้านล้วนมีจำนวนเท่ากัน 1 สำนวน คือ ด้านที่ 1 มีความหมายเกี่ยวกับระดับ เป็นการแสดงความคิดเห็น และด้านที่ 2 มีความหมายเกี่ยวกับความเร็ว เป็นการชื่นชม เจตนาการใช้สำนวนในกลุ่มความหมายระดับและความเร็วมีทั้งแสดงความคิดเห็น และชื่นชม โดยในกลุ่มความหมายนี้พบเจตนาแสดงความคิดเห็นและชื่นชมอย่างละ 1 สำนวน

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่ปรากฏในสำนวนจีน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》(2020) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะสำนวนจีนที่มีตัวเลขสาม จำนวน 120 สำนวน

ผลการวิจัยพบว่า สามารถจัดกลุ่มความหมายของสำนวนจีนที่มีตัวเลขสามได้ทั้งหมด 12 กลุ่ม เรียงลำดับจากจำนวนมากไปน้อย คือ **1. เวลา คน สิ่งของ และคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ** ได้แก่ ช่วงเวลาตอนกลางคืน ช่วงเวลาที่กะทันหัน ลักษณะบุคคลที่ต่ำต้อยกว่าผู้อื่น ลักษณะภายนอกของคน คนที่มีประสบการณ์และวุฒิภาวะมากกว่า คนที่เริ่มก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ มารดาที่ชำนาญในการสอนสั่งบุตร ผู้หญิงที่บริสุทธิ์และแข็งแกร่ง คนที่มีความสามารถมาก หนังสือเกี่ยวกับการทหาร อาหารทั่วไป อาชีพทั่วไป ถนนสายเล็กและสายใหญ่ คำที่ใช้เรียกคนทั่วไป คนหลากหลายรูปแบบ บทกลอนหรือเพลงที่ไพเราะงดงาม 24 สำนวน เช่น 半夜三更 (bàn yè sān gēng) 五大三粗 (wǔ dà sān cū) 六韬三略 (liù tāo sān lüè) **2. คำพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ** ได้แก่ คำพูดสั้น ๆ การระวังคำพูด การมีคารมคมคาย นินทากาเลคนอื่น ไม่มีการพิจารณา ด่วนทำลงไปโดยไม่ยั้งคิด การอ่อนข้อให้ การอนุมาน การโกรธหรือคิดถึงอย่างมาก การกระทำที่กล้าหาญ การตั้งใจศึกษาเล่าเรียน การจงรักภักดีต่อหน้าที่ ไม่เห็นแก่ตัว การไปเยี่ยมหรือเชื้อเชิญด้วยความจริงใจ การกระทำอยู่ในกรอบ 21 สำนวน เช่น 退避三舍 (tuì bì sān shè) 一隅三反 (yī yú sān fǎn) 火冒三丈 (huǒ

mào sān zhàng) **3. ความถี่และความต่อเนื่อง** ได้แก่ สิ่งที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า การทยอยมาอย่างไม่ขาดสาย การเตือนครั้งแล้วครั้งเล่า การพูดโกหกซ้ำ ๆ จนทำให้ผู้คนหลงเชื่อว่าเป็นเรื่องจริง การพูดเรื่องเดิมซ้ำไปซ้ำมา การคิดอย่างรอบคอบแล้วลงมือทำ สิ่งที่เกิดจากการบ่มเพาะหรือสะสมเป็นเวลานาน การสอบสามครั้งก็ได้ชัยชนะติดต่อกัน 16 สำนวน เช่น 番五次 (sān fān wǔ cì) 接二连三 (jiē èr lián sān) 连中三元 (lián zhòng sān yuán) **4. การเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ** ได้แก่ การเปลี่ยนความคิดกลับไปกลับมา การลังเลใจ กองทัพที่ค่อย ๆ อ่อนแรงลง เรื่องราวเปลี่ยนแปลงรุ่งเรืองตกต่ำไม่แน่นอน เหตุการณ์เกิดการพลิกผันเปลี่ยนแปลงไปร้อยแปดยากที่จะคาดเดา การตายของคน การพูดหรือการทำงานที่ไม่มีลำดับขั้นตอน การประมาท สะเพร่า ขี้หลงขี้ลืม การไม่รู้อะไรเลย 15 สำนวน เช่น 朝三暮四 (zhāo sān mù sì) 二三其意 (èr sān qí yì) 一波三折 (yī bō sān zhé) **5. กลอุบาย เล่ห์เหลี่ยมและความไม่ถูกต้อง** ได้แก่ การวางแผนเพื่อฆ่าคน การรู้วิธีรับมือเมื่อเผชิญสถานการณ์ที่ยากจะคาดเดา การอยากได้ของคนอื่น ความร้ายกาจและความเจ้าเล่ห์ของคน การทำงานหรือกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ถูกต้อง การทุจริต 9 สำนวน เช่น 二桃杀三士 (Èr táo shā sān shì) 三姑六婆 (sān gū liù pó) 涎三尺 (chuí xián sān chǐ) **6. คำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง** ความอดทนต่อความยากลำบาก การตั้งมั่นและมีปณิธาน การมีความรู้บางแขนงอย่างลึกซึ้ง ความขยันในการศึกษาเล่าเรียน ความมุมานะในการเรียน 8 สำนวน เช่น 三旬九食 (sān xún jiǔ shí) 三户亡秦 (sān hù wáng qín) 韦编三绝 (wéi biān sān jué) **7. ความมุมานะ ความพยายามหรือการมีปณิธาน** การพูดหรือการกระทำไม่ควรไปยุ่งวุ่นวายเรื่องของคนอื่น การเรียนรู้จุดแข็งจากผู้อื่นไม่ว่าเวลาไหนสถานที่ใด หลักคุณธรรม การถ่วงดุลอำนาจเหมือนกระทะสามขา บทบัญญัติ 8 สำนวน เช่น 拉三扯四 (lā sān chě sì) 三从四德 (sān cóng sì dé) 三足鼎立 (sān zú dǐng lì) **8. ปริมาณและจำนวน** ได้แก่ จำนวนเพื่อนหรือญาติเยอะ จำนวนญาติ เวลาหลายปี 5 สำนวน ได้แก่ 三亲六故 (sān qīn liù gù) 亲四眷 (sān qīn sì juàn) 三年五载 (sān nián wǔ zǎi) **9. การไม่บรรลุเป้าหมาย ไม่ต่อเนื่องกัน** ได้แก่ คนที่ตื่นสาย การทำเรื่องต่าง ๆ อย่างไม่ต่อเนื่อง 4 สำนวน เช่น 红日三竿 (hóng rì sān gān) 日上三竿 (rì shàng sān gān) 三天打鱼，两天晒网 (sān tiān dǎ yú, liǎng tiān shài wǎng) **10. การรวมกลุ่ม** ได้แก่ การจัดเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 2-3 คน การรวมกันเป็นก๊วน การรวมกันเป็นหนึ่งเดียว 4 สำนวน เช่น 三三五五 (sān sān wǔ wǔ) 三五成群 (sān wǔ chéng qún) 三位一体 (sān wèi yī tǐ) **11. การปกปิด การปัดออก การเลือก** ได้แก่ การปกปิดซ่อนเร้น การปัดภาระไปให้ผู้อื่นหรือการปฏิเสธด้วยข้ออ้างต่าง ๆ การเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่ตนเอง 4 สำนวน เช่น 欺三瞒四 (qī sān mán sì) 推三阻四 (tuī sān zǔ sì) 挑三拣四 (tiāo sān jiǎn sì) **12. ระดับและความเร็ว** ได้แก่ ระดับชั้นต่าง ๆ การทำงานคล่องแคล่วฉับไว 2 สำนวน คือ 三六九等 (Sān liù jiǔ děng) 三下五除二 (Sān xià wǔ chú èr)

ด้านเจตนาการใช้ เรียงลำดับจากเจตนาที่พบมากที่สุด คือ 1) แสดงความคิดเห็น 59 สำนวน พบมาก

ที่สุดในกลุ่มความหมายเวลา คน สิ่งของและคุณลักษณะเชิงบวกเชิงลบ 16 สำนวน 2) ตำหนิ 41 สำนวน พบมากที่สุดในกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ 11 สำนวน 3) ชื่นชม 17 สำนวน พบมากที่สุดในกลุ่มความหมายคำพูด ความคิด ความรู้สึก การกระทำ 8 สำนวน 4) ตักเตือน 2 สำนวน พบในกลุ่มความหมายความถี่และความต่อเนื่อง กลุ่มความหมายคำสอน หลักธรรมและจรรยา และการเมือง อย่างละ 1 สำนวน และเจตนาการใช้ที่พบน้อยที่สุด คือ 5) ประชดประชัน 1 สำนวน พบในกลุ่มความหมายการเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ไม่เป็นระเบียบ

งานวิจัยฉบับนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภวานี ก้อนแก้ว (2561) ซึ่งศึกษาความหมายของตัวเลขที่ปรากฏในสำนวนจีนจากหนังสือ 100 สำนวนจีนเกี่ยวกับตัวเลข คือมีกลุ่มความหมายที่สอดคล้องกัน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มความหมายเกี่ยวกับจำนวน เวลา การเปลี่ยนแปลง และคน ในส่วนของเจตนาการใช้สอดคล้องกับงานวิจัยของจริยา วาณิชวิริยะ และอัญชลี ทองเอม (2563) ที่พบเจตนาการใช้ 5 ลักษณะเช่นกัน

จากการศึกษาความหมายและเจตนาการใช้ตัวเลขสามที่มีในสำนวนจีน พบว่าสำนวนจีนที่มีตัวเลขสามส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันและเป็นสิ่งที่สะท้อนภูมิหลังทางวัฒนธรรม เช่น ความหมายที่เกี่ยวกับช่วงเวลา 三更半夜 (sān gēng bàn yè) ในอดีตชาวจีนนับช่วงเวลากลางคืนออกเป็น 5 ช่วงเวลา เพื่อแสดงถึงหน่วยนับเวลาและง่ายต่อการแบ่งเวลาให้ชัดเจนขึ้น ถึงแม้ในปัจจุบันจะไม่ใช้คำเหล่านี้ในการนับเวลาแล้ว แต่ในยุคปัจจุบันยังใช้หน่วยนับเวลามาจากคำศัพท์ดังกล่าว 孟母三迁 (mèng mǔ sān qiān) หมายถึง มารดาของเมิ่งจื่อย้ายบ้านสามครา เพื่อค้นหาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเลี้ยงดูบุตร ซึ่งในปัจจุบันจะกล่าวถึงมารดาที่ชำนาญในด้านการสั่งสอนบุตร เป็นอีกสำนวนที่สะท้อนถึงแนวคิดของมารดาในสมัยก่อนว่า สตรีที่มารดามีบทบาทในการเลี้ยงดูบุตร และส่งเสริมบุตรมีความสำเร็จในชีวิต จึงยอมลำบากย้ายบ้านสามครา เพื่อจะให้ลูกมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งในปัจจุบันก็ยังมีแนวคิดเช่นนี้ปรากฏในสังคม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความหมายและเจตนาการใช้สำนวนจีนที่มีเลขสาม จำนวน 120 สำนวน เป็นข้อมูลที่วิเคราะห์จากพจนานุกรม CHENGYU DA CIDIAN《成语大词典》 (2020) เท่านั้น ดังนั้นหากมีผู้สนใจศึกษาสามารถรวบรวมจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

จริยา วาณิชวิริยะ และอัญชลี ทองเอม. (2563). สำนวนจีน: เจตนาการใช้. *วารสารสิทธิปริทัศน์*, 34(110), 6-13.

เธียรชัย เอี่ยมวรเมธ. (2562). พจนานุกรมจีน-ไทย ฉบับใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.

วนิดา ตั้งเทียนชัย. (2550). สำนวนจีน : โครงสร้างทางภาษาและเจตนาการใช้. กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. สืบค้นจาก http://libdoc.dpu.ac.th/research/136689.pdf

วิภวานี ก้อนแก้ว. (2561).ความหมายของตัวเลขที่ปรากฏในสำนวนจีน (รายงานผลการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร สืบค้นจาก http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2561/langlit/05580629.pdf.

อารีย์ พรหมรอด. (2555). ความหมายแฝงของตัวเลข “一”yī หนึ่ง ในภาษาจีน. *วารสารจีนศึกษา,* 5(5), 5-14.

杨征. (2003) . 论数字“ 七” 的中西文化意义差异及其对国际汉语教学、跨文化交际示. 四川大学文学与新闻学院， 四川.

吕叔湘；丁声树. (2019).《现代汉语词典》Xiàndài hànyǔ cídiǎn. 北京：商德中书馆.

成语大词典编委会. (2020). 成语大词典（第二版）. 北京: 商务国际有限公司.

中国当下对同性恋及流行腐剧(男男行为)态度调查研究

การสำรวจทัศนคติของชาวจีนต่อเพศที่สามและซีรีส์วายในจีน

เกริกไกวัล แร่อ่อน[1] และศักรินทร์ สวัสดี[2*]

论文摘要：本论文以中国人对男同性恋腐剧的看法为研究对象，以定量研究方法（Quantitative Research）为主，通过 Hello talk 和微信平台发表问卷进行调查，共收集到了 213 份。为了研究中国人对同性恋及腐剧的接受程度，并分析出中国对同性恋的接受程度趋势，包括腐剧在中国的受欢迎程度。

研究结果发现，现代的中国人对腐剧接受的程度在不断增加，样本数据显示中国人对待腐剧和一般电视剧的态度一致，认为腐剧没有破坏社会形象，同时也慢慢支持腐剧的发展。此外，还认为腐剧不是对社会上的人造成性变态行为的因素。从同性恋接受程度方面来看，数据显示样本对同性恋具有积极的态度，同时也显示了中国人对同性恋群体存在歧视情况的趋势在下降，认同同性恋群体的生存权，并认为同性恋群体应该拥有个人生活和情感表达的权利。尽管中国社会仍有部分群体不接受同性恋和不支持腐剧的，但在数据样本中显示新一代的年轻人大多数比其他人群更容易接受第三性别。

关键词：同性恋 腐剧 中国人的态度

[1] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业本科生
[2] 宋卡王子大学合艾校区文学院中文专业的教师
* Corresponding author E-mail: Sakkarin.sa@psu.ac.th

บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ได้ทำการการเผยแพร่ผ่านทาง Hello talk และ WeChat ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจมุมมองของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย และเพื่อศึกษาวิเคราะห์มุมมองการยอมรับเพศที่สามของชาวจีนที่สามารถอธิบายถึงแนวโน้มการยอมรับเพศที่สามของชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 213 คน รวมไปถึงความนิยมของสื่อซีรีส์วายในประเทศจีน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันชาวจีนมีการเปิดรับสื่อซีรีส์วายมากขึ้น ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างมองว่าซีรีส์ประเภทนี้สามารถให้ความบันเทิงได้ไม่ต่างจากซีรีส์ทั่ว ๆ ไป และคิดว่าสื่อซีรีส์วายไม่ได้ทำลายภาพลักษณ์ของสังคม ทั้งเห็นควรให้มีการส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงกล่าวว่าสื่อซีรีส์วายไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ เมื่อมองในมุมของการยอมรับเพศสามพบว่าชาวจีนกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกเกี่ยวกับเพศที่สาม ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างคิดว่าเพศที่สามไม่ได้เป็นเรื่องผิดธรรมชาติหรือเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม กลุ่มคนเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิต และแสดงออกได้เหมือนบุคคลทั่วไป โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มในการยอมรับเพศที่สามมากขึ้นแม้ว่าสังคมจีนบางส่วนยังมีการปิดกั้นสื่อซีรีส์วายหรือกลุ่มคนเพศที่สามก็ตาม

คำสำคัญ : เพศที่สาม ซีรีส์วาย ทัศนคติชาวจีน

บทนำ

สังคมจีนเป็นสังคมที่เคร่งครัดกับขนบธรรมเนียมประเพณี รวมไปถึงแนวคิดเรื่องหยินหยาง ดังนั้นชาวจีนจึงให้ความสำคัญกับการแต่งงานและการมีทายาทสืบสกุลอย่างมาก เนื่องจากมองว่าเป็นการกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ โดยแนวคิดดังกล่าวได้ฝังรากลึกและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อการแต่งงานเป็นสิ่งที่บุตรพึงกระทำต่อผู้เป็นบิดามารดา คนจีนบางกลุ่มจึงมีบรรทัดฐานของค่านิยมที่ชัดเจนเกี่ยวกับเพศ ทำให้เพศที่สามถูกปิดกั้นและเป็นที่รังเกียจของสังคม ถึงขั้นที่ครอบครัวพาไปรักษาเพื่อแก้ไขพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ *(ทักษิณา ข่ายแก้ว, 2560)* ปัจจุบันเพศที่สามในจีนยังต้องเผชิญกับกระแสด้านอื่น ๆ เช่น ด้านครอบครัว ในปี 2559 มีรายงานว่ามีกลุ่มคนที่เป็นเพศที่สามเล่าประสบการณ์จำใจต้องเข้ารับการบำบัดแก้เกย์ เนื่องจากแรงกดดันและความไม่เข้าใจของคนในครอบครัว ทั้งนี้ในด้านสังคม ชาวจีนบางส่วนโดยเฉพาะผู้สูงอายุยังคงมองว่าเพศที่สามเป็นเรื่องไม่ดี เป็นอาการผิดปกติทางจิตประเภทหนึ่ง ในขณะที่คนยุคหลังกลับมองว่าทุกคนมีสิทธิในการเลือกที่จะเป็นได้ (จุฬาลักษณ์ ดวงดี, 2562) อย่างไรก็ตามเพศที่สามก็ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมจีน

เนื่องจากในประวัติศาสตร์จีนมีบันทึกความสัมพันธ์ของคนเพศเดียวกันไว้ อาทิ เรื่องราวความรักของจักรพรรดิฮั่นอาย (汉哀帝) ที่มีความสัมพันธ์กับขันทีนามว่า “ต่งเสียน (董贤)” จนเป็นที่มาของสำนวนที่ว่า “รักจนต้องตัดแขนเสื้อ (断袖之癖)” (Hinsch Bret, 2533)

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ ของโลกเริ่มมีการเฟื่องฟู ผู้ผลิตภาพยนตร์รายการ ซีรีส์แต่ละแห่งก็พยายามสร้างผลงานของตัวเองให้มีความโดดเด่นและเป็นน่าจดจำ ภาพยนตร์วายหรือซีรีส์วายก็เป็นหนึ่งในผลผลิตดังกล่าว โดยในจีนมีการเติบโตมากขึ้น และมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ชาวจีนยังให้ความสนใจกับสื่อละครต่างประเทศ อาจมีผลมาจากนโยบายของรัฐบาลจีนที่ปิดกั้นซีรีส์แนวนี้จึงทำผู้ผลิตไม่สามารถผลิต หรือเผยแพร่ผ่านช่องทางหลักได้อย่างเปิดเผย ซึ่งต่างจากต่างประเทศที่สื่อประเภทนี้สามารถผลิต และเผยแพร่ได้อย่างเปิดเผย ภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับเพศที่สามของจีน เช่น《爱奴》ที่เผยแพร่ในปี พ.ศ.2515 ซึ่งเป็นภาพยนต์แนวเลสเบี้ยน ต่อมาในปี พ.ศ.2529 ได้มีผลิตภาพยนตร์แนววายเรื่อง《孽子》หลังจากนั้นภาพยนต์และซีรีส์แนวนี้ก็ถูกผลิตและเผยแพร่มากขึ้น ในปี พ.ศ.2550 ภาพยนตร์แนววายเรื่องแรกของไทยที่เข้าไปตีตลาดจีนได้สำเร็จคือเรื่อง รักแห่งสยาม (暹罗之恋) ภาพยนต์เรื่องนี้ทำให้ชาวจีนจำนวนมากหันมาสนใจภาพยนต์แนววายของไทย และในปี พ.ศ.2557 ซีรีส์วายเรื่อง Love sick the series รักวุ่นวัยรุ่นแสบก็ได้เข้าไปฉายในประเทศจีนเช่นกัน และมีการพูดถึงในโลกออนไลน์ของจีนกันอย่างกว้างขวาง นับแต่นั้นมา ซีรีส์ของไทยก็เริ่มได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นในกลุ่มผู้ชมชาวจีน (พัทธ์ธีรา ลิ้มเจริญสุข, 2561)

จากข้างต้นที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าประเทศจีนจะมีการเปิดรับเรื่องเพศที่สามมากขึ้น แต่รัฐบาลกลับมีการสอดส่องและปิดกั้นสื่อในลักษณะดังกล่าวอย่างหนัก ทั้งมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการออกนโยบายเกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อที่จะต้องไม่มีเนื้อหาต้องห้ามตามที่รัฐบาลกำหนด อาทิ ฉากที่แสดงเห็นถึงความลามก ข่มขืน ขายบริการ พฤติกรรมทางเพศ รักร่วมเพศ หรือมีการใช้คำพูด เพลง ดนตรีประกอบที่ไม่สุภาพ โดยภาพยนตร์เหล่านี้จะต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงทั้งหมดจึงจะนำมาออกอากาศได้ (Karoonporn Chetpayark, 2562) และในวันที่ 9 กันยายน 2564 ที่ผ่านมา BBC NEWS รายงานว่าสำนักงานบริหารวิทยุ ภาพยนต์และโทรทัศน์ของรัฐบาลจีนได้มีการออกกฎเกี่ยวกับการปราบปรามดาราเน็ตไอดอลที่มีความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ตรงกับรัฐบาลและเพศชายที่มีพฤติกรรมคล้ายผู้หญิง（娘炮）โดยให้เหตุผลว่าต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้ชายให้มีลักษณะที่เข้มแข็ง แข็งแรง และเป็นแบบอย่างให้กับผู้ชายในสังคมจีนในอนาคต

จากข้อมูลดังกล่าวยังไม่สามารถสรุปได้ว่าชาวจีนในประเทศจีนเปิดรับเพศที่สามมากขึ้นหรือไม่ แม้ว่าสื่อในลักษณะนี้จะได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ชมชาวจีน แต่ทางรัฐบาลจีนกลับมีการออกนโยบายในการยับยั้งการแสดงออกและภาพลักษณ์ทางเพศ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษามุมมองการเปิดรับเพศที่สามของชาวจีน

และต้องการทราบถึงแนวโน้มการเปิดรับเพศที่สาม และความนิยมของสื่อซีรีส์วายในประเทศจีน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์มุมมองการยอมรับเพศที่สามของชาวจีน

วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเล่มนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม ที่สามารถสะท้อนถึงแนวโน้มการเปิดรับเพศที่สาม และความนิยมของสื่อซีรีส์วายในประเทศจีน แต่เนื่องจากประเด็นเพศที่สามเป็นประเด็นอ่อนไหวสำหรับชาวจีน จากค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในจีนค่อนข้างจำกัด และการศึกษาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกำหนดประชากรเป็นกลุ่มชาวจีนจำนวนขั้นต่ำ 200 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-20 ปี กลุ่มอายุ 21-25 กลุ่มอายุ 26-30 กลุ่มอายุ 31-35 กลุ่มอายุ 36-40 และกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปในการตอบแบบสอบถามผ่าน 问卷网 ที่ได้ทำการเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชัน Hello talk และ WeChat

ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามตามแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) สามารถแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ มีบุคคลใกล้ชิดเป็นเพศที่สาม ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับเพศที่สาม และรูปแบบสื่อที่มักพบเห็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับเพศที่สาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศคติต่อเพศที่สาม ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ
- ส่วนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อซีรีส์วาย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ

แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ข้อความเชิงบวก (Positive)	ข้อความเชิงลบ (Negative)
5 คะแนน	มากที่สุด	น้อยที่สุด
4 คะแนน	มาก	น้อย
3 คะแนน	ปานกลาง	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย	มาก
1 คะแนน	น้อยที่สุด	มากที่สุด

โดยสามารถแปลผลได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยการแปลผลในข้อคำถามเชิงบวก		
มากที่สุด	4.24	5.00
มาก	3.43	4.23
ปานกลาง	2.62	3.42
น้อย	1.81	2.61
น้อยที่สุด	1.00	1.80

ค่าเฉลี่ยการแปลผลในข้อคำถามเชิงลบ		
น้อยที่สุด	4.24	5.00
น้อย	3.43	4.23
ปานกลาง	2.62	3.42
มาก	1.81	2.61
มากที่สุด	1.00	1.80

ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจความค่าเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเป็นที่เรียบร้อยก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

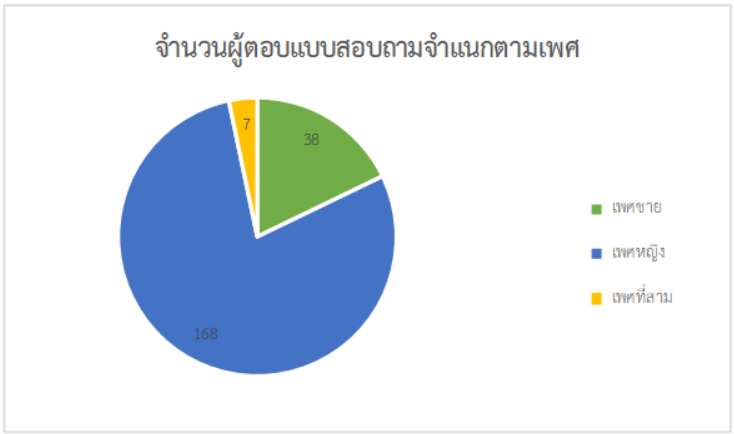
ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลตั้งแต่ 4 กรกฎาคม ถึง 4 สิงหาคม 2565 ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 213 คน ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ออกเป็นประเด็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

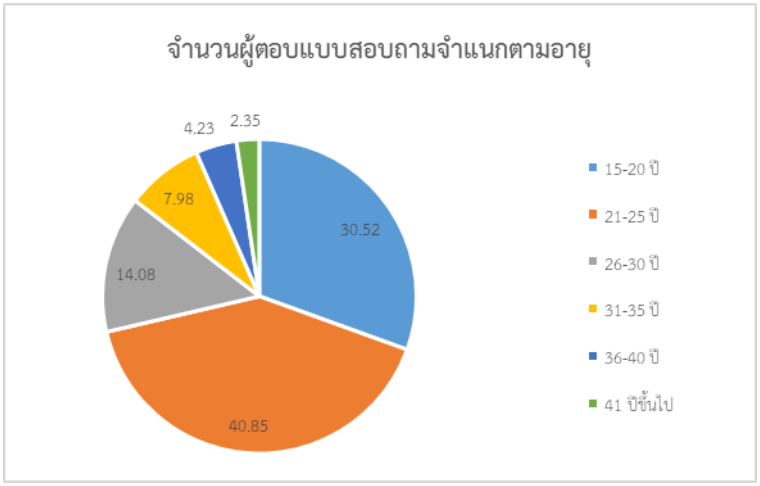
การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สามและสื่อซีรีส์วาย จำนวนทั้งสิ้น 213 คน จำแนกตามลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคลใกล้ชิดเป็นกลุ่มเพศที่สาม ระดับความเข้าใจต่อเพศที่สาม รูปแบบสื่อที่มักจะพบเห็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับเพศที่สาม

แผนภูมิที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ



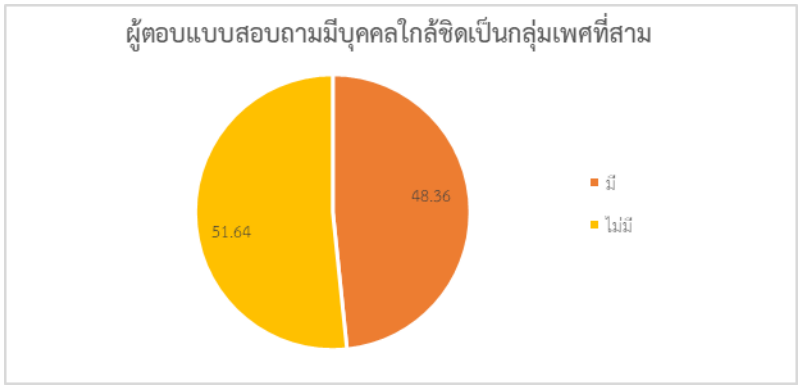
จากแผนภูมิที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 78.87 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.84 และเป็นเพศที่สาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.29

แผนภูมิที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ



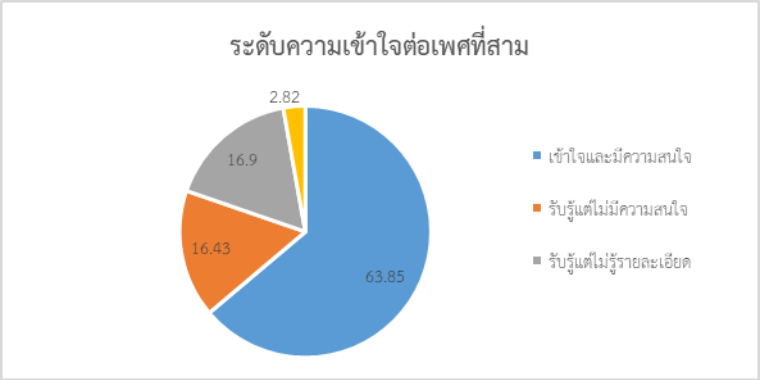
จากแผนภูมิที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนช่วงอายุ 21-25 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 40.85 กลุ่มอายุ 15-20 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 30.52 ช่วงอายุ 26-30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08 ช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.98 ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.23 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.35

แผนภูมิที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลใกล้ชิดเป็นกลุ่มเพศที่สาม ดังนี้



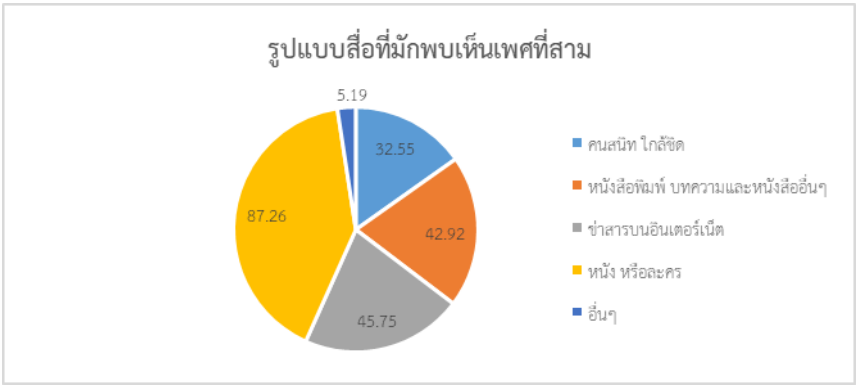
จากแผนภูมิที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลใกล้ชิดเป็นกลุ่มเพศที่สาม จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 51.64 มีบุคคลใกล้ชิดเป็นกลุ่มเพศที่สาม จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 48.36

แผนภูมิที่ 4 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเข้าใจต่อเพศที่สาม ดังนี้



จากแผนภูมิที่ 4 พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจและมีความสนใจในเพศที่สาม จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 63.85 รองลงมา คือรับรู้แต่ไม่ทราบรายละเอียดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 รับรู้แต่ไม่มีความสนใจจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.43 ไม่รู้จัก และไม่อยากรับรู้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82

แผนภูมิที่ 5 รูปแบบสื่อที่ผู้ทำแบบสอบถามมักพบเห็นเรื่องราวเกี่ยวกับเพศที่สาม ดังนี้



จากแผนภูมิที่ 5 พบว่า รูปแบบสื่อที่ผู้ทำแบบสอบถามพบเห็นเรื่องราวเกี่ยวกับเพศที่สามมากที่สุด คือ หนังและละคร คิดเป็นร้อยละ 87.26 รองลงมา คือ ข่าวสารบนอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 45.75 หนังสือพิมพ์ บทความและหนังสืออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 42.92 คนสนิทใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 32.55 และรูปแบบสื่ออื่น ๆ อาทิ นิยายวาย ดาราในประเทศไทยและแอพลิเคชันหาคู่ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.19 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	สรุปผล
1.	คุณสามารถยอมรับการมีตัวตนของกลุ่มเพศที่สาม สามารถทำความรู้จักได้	4.46	0.85	มากที่สุด
2.	คุณคิดว่าเพศที่สามไม่ได้แตกต่างจากบุคคลทั่วไป สามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้	4.56	0.78	มากที่สุด
3.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเพียงรสนิยมทางเพศส่วนบุคคล และเป็นเรื่องปกติ	4.58	0.73	มากที่สุด
4.	คุณคิดว่าเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิต และแสดงออกเหมือนบุคคลทั่วไป	4.63	0.67	มากที่สุด
5.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นอาการป่วยชนิดหนึ่งและสามารถรักษาหายได้	4.40	0.94	น้อยที่สุด
6.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเรื่องผิดธรรมชาติ ขัดต่อศีลธรรม	4.62	0.76	น้อยที่สุด
7.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ส่งผลในด้านลบต่อสังคม	4.59	0.78	น้อยที่สุด
8.	คุณมีความรู้สึกหวาดระแวง ไม่ปลอดภัยเมื่อต้องอยู่ร่วมกับคนเพศที่สาม	4.34	0.91	น้อยที่สุด
9.	คุณรู้สึกไม่สบายใจ กังวล เมื่อต้องติดต่อสื่อสารกับคนเพศที่สาม	4.50	0.81	น้อยที่สุด
10.	คุณจะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปในบริเวณที่มีคนเพศที่สาม	4.36	0.95	น้อยที่สุด
	การยอมรับเพศที่สามโดยรวม	**4.50**	**0.82**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 ทัศนคติชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม จำนวน 10 ข้อ พบว่า ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.50 หมายถึง มีการยอมรับเพศที่สามอยู่ในระดับมากที่สุด โดยคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดสามลำดับได้แก่ ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างคิดว่าเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิตและแสดงออกได้เหมือนบุคคลทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างคิดว่าเพศที่สามไม่ได้เป็นเรื่องผิดธรรมชาติ และไม่ขัดต่อศีลธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 ไม่คิดว่าเพศที่สามเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือส่งผลในด้านลบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	สรุปผล
1.	คุณเคยรับชมสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	4.33	1.13	มากที่สุด

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	สรุปผล
2.	คุณชื่นชอบสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	4.08	1.24	มาก
3.	คุณคิดว่าซีรีส์วายทำให้ท่านเปิดใจยอมรับเพศที่สามมากขึ้น	3.93	1.08	มาก
4.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นการสะท้อนสังคมรูปแบบหนึ่ง แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและคนในสังคม	3.94	1.04	มาก
5.	คุณคิดว่าซีรีส์วายสามารถให้ความบันเทิงแก่ท่านได้ไม่ต่างจากซีรีส์ทั่วไป และมักจะมีความรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์และบรรยากาศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่อง	4.30	0.95	มากที่สุด
6.	คุณคิดว่าซีรีส์วายมีเนื้อหาที่หมกมุ่นไปในทางเพศ มากกว่าให้ข้อคิดกับผู้ชม	3.30	1.11	ปานกลาง
7.	คุณคิดว่าพฤติกรรมการแสดงความรักของตัวละครในซีรีส์ไม่มีความเหมาะสมนำเสนอมุมมองเรื่องเพศสัมพันธ์มากเกินไป	3.85	1.03	น้อย
8.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ	4.33	0.91	น้อยที่สุด
9.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายทำลายภาพลักษณ์ของสังคม ไม่ควรสนับสนุน	4.43	0.84	น้อยที่สุด
10.	หากเห็นว่าคนใกล้ชิดชื่นชอบสื่อดังกล่าว คุณจะรู้สึกประหลาดใจ และรู้สึกรังเกียจ	4.40	0.93	น้อยที่สุด
	การเปิดรับสื่อซีรีส์วายโดยรวม	**4.09**	**1.03**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย จำนวน 10 ข้อ พบว่า ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 หมายถึง มีทัศนคติต่อสื่อซีรีส์วายอยู่ในระดับมาก จากข้อคำถามจะเห็นได้ว่าชาวจีนกลุ่มตัวอย่างคิดว่าสื่อซีรีส์วายไม่ได้ทำลายภาพลักษณ์ของสังคมและควรมีการสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 รองลงมา คือ หากชาวจีนกลุ่มดังกล่าวเห็นว่าคนใกล้ชิดชื่นชอบสื่อซีรีส์วาย จะไม่รู้สึกประหลาดใจและไม่รู้สึกรังเกียจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 ชาวจีนกลุ่มตัวอย่างไม่คิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 และชาวจีนกลุ่มตัวอย่างเคยรับชมสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยทางเพศในด้านทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สามและสื่อซีรีส์วาย

4.1 การเปรียบเทียบผลการสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของชาวจีนแต่ละเพศที่มีต่อเพศที่สาม

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)		
		เพศชาย	เพศหญิง	เพศที่สาม
1.	คุณสามารถยอมรับการมีตัวตนของกลุ่มเพศที่สาม สามารถทำความรู้จักได้	3.76	4.60	4.86
2.	คุณคิดว่าเพศที่สามไม่ได้แตกต่างจากบุคคลทั่วไป สามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้	4.11	4.67	4.43
3.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเพียงรสนิยมทางเพศส่วนบุคคล และเป็นเรื่องปกติ	3.89	4.72	5.00
4.	คุณคิดว่าเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิต และแสดงออกเหมือนบุคคลทั่วไป	4.08	4.74	5.00
5.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นอาการป่วยชนิดหนึ่งและสามารถรักษาหายได้	3.76	4.52	5.00
6.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเรื่องผิดธรรมชาติ ขัดต่อศีลธรรม	3.79	4.79	5.00
7.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ส่งผลในด้านลบต่อสังคม	3.82	4.74	5.00
8.	คุณมีความรู้สึกหวาดระแวง ไม่ปลอดภัยเมื่อต้องอยู่ร่วมกับคนเพศที่สาม	3.71	4.48	4.57
9.	คุณรู้สึกไม่สบายใจ กังวล เมื่อต้องติดต่อสื่อสารกับคนเพศที่สาม	3.68	4.67	4.86
10.	คุณจะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปในบริเวณที่มีคนเพศที่สาม	3.53	4.52	5.00
	การเปรียบเทียบทัศนคติต่อเพศที่สามโดยรวม	**3.81**	**4.65**	**4.87**

จากตารางที่ 3 ทัศนคติของชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน ที่มีต่อเพศที่สาม พบว่า กลุ่มชาวจีนที่มีการยอมรับเพศที่สามมากที่สุด คือ กลุ่มเพศที่สาม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.87 รองลงมา คือ กลุ่มเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.65 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มเพศชาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ว่าเพศที่สามและเพศหญิงมีการยอมรับเพศที่สามอยู่ในระดับมากที่สุด และเพศชายมีการยอมรับเพศที่สามอยู่ในระดับมาก

4.2 การเปรียบเทียบผลการสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อที่เกี่ยวกับเพศที่สาม

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของชาวจีนแต่ละเพศที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	คะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)		
		เพศชาย	เพศหญิง	เพศที่สาม
1.	คุณเคยรับชมสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	3.26	4.56	4.71
2.	คุณชื่นชอบสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	2.68	4.37	4.57
3.	คุณคิดว่าซีรีส์วายทำให้ท่านเปิดใจยอมรับเพศที่สามมากขึ้น	2.92	4.14	4.57
4.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นการสะท้อนสังคมรูปแบบหนึ่ง แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและคนในสังคม	3.45	4.02	4.71
5.	คุณคิดว่าซีรีส์วายสามารถให้ความบันเทิงแก่ท่านได้ไม่ต่างจากซีรีส์ทั่วไป และมักจะมีความรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์และบรรยากาศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่อง	3.39	4.49	4.71
6.	คุณคิดว่าซีรีส์วายมีเนื้อหาที่หมกมุ่นไปในทางเพศ มากกว่าให้ข้อคิดกับผู้ชม	3.03	3.32	4.43
7.	คุณคิดว่าพฤติกรรมการแสดงความรักของตัวละครในซีรีส์ไม่มีความเหมาะสมนำเสนอมุมมองเรื่องเพศสัมพันธ์มากเกินไป	3.11	4.01	4.14
8.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ	3.34	4.54	4.86
9.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายทำลายภาพลักษณ์ของสังคม ไม่ควรสนับสนุน	3.50	4.62	4.86
10.	หากเห็นว่าคนใกล้ชิดชื่นชอบสื่อดังกล่าว คุณจะรู้สึกประหลาดใจและรู้สึกรังเกียจ	3.45	4.60	4.86
การเปรียบเทียบทัศนคติต่อสื่อที่เกี่ยวกับเพศที่สามโดยรวม		**3.21**	**4.27**	**4.64**

จากตารางที่ 4 ทัศนคติของชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน ที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย พบว่า กลุ่มชาวจีนที่มีการยอมรับสื่อซีรีส์วายมากที่สุด คือ กลุ่มเพศที่สามโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 รองลงมา คือ กลุ่มเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 และกลุ่มเพศชาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.21 ตามลำดับ จากตารางที่ 4 สามารถสรุปได้ว่าในปัจจุบันชาวจีนกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มในการยอมรับสื่อซีรีส์วายมากที่สุด คือ กลุ่มเพศที่สามเนื่องจากมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เพศหญิงซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด คือ เพศชายซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุในด้านทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สามและสื่อซีรีส์วาย

5.1 การเปรียบเทียบผลการสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อเพศที่สาม

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของชาวจีนแต่ละช่วงอายุที่มีต่อเพศที่สาม

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วงอายุ ($\bar{x}$)					
		15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41ปีขึ้นไป
1.	คุณสามารถยอมรับการมีตัวตนของกลุ่มเพศที่สามสามารถทำความรู้จักได้	4.51	4.55	4.40	4.24	4.56	3.00
2.	คุณคิดว่าเพศที่สามไม่ได้แตกต่างจากบุคคลทั่วไปสามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้	4.55	4.60	4.67	4.59	4.56	3.40
3.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเพียงรสนิยมทางเพศส่วนบุคคล และเป็นเรื่องปกติ	4.63	4.61	4.63	4.59	4.56	3.20
4.	คุณคิดว่าเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิต และแสดงออกเหมือนบุคคลทั่วไป	4.71	4.67	4.63	4.65	4.56	3.20
5.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นอาการป่วยชนิดหนึ่งและสามารถรักษาหายได้	4.35	4.52	4.33	4.41	4.44	3.20
6.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นเรื่องผิดธรรมชาติ ขัดต่อศีลธรรม	4.78	4.62	4.53	4.65	4.44	3.20
7.	คุณคิดว่าเพศที่สามเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมส่งผลในด้านลบต่อสังคม	4.69	4.56	4.57	4.65	4.56	3.60
8.	คุณมีความรู้สึกหวาดระแวง ไม่ปลอดภัยเมื่อต้องอยู่ร่วมกับคนเพศที่สาม	4.43	4.31	4.50	4.24	4.11	3.60
9.	คุณรู้สึกไม่สบายใจ กังวล เมื่อต้องติดต่อสื่อสารกับคนเพศที่สาม	4.60	4.45	4.63	4.47	4.44	3.60
10.	คุณจะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปในบริเวณที่มีคนเพศที่สาม	4.45	4.33	4.43	4.29	4.44	3.20
	รวม	**4.57**	**4.52**	**4.53**	**4.48**	**4.47**	**3.32**

จากตารางที่ 5 ทัศนคติของชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คนที่มีต่อเพศที่สาม พบว่า ช่วงอายุที่มีการยอมรับเพศที่สามมากที่สุด คือกลุ่มช่วงอายุ 15-20 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 รองลงมา คือกลุ่มช่วงอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 กลุ่มช่วงอายุ 21-25 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และน้อยที่สุด คือกลุ่มช่วงอายุ 41ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 ตามลำดับ จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าชาวจีนช่วงอายุตั้งแต่ 15-40 ปีมีการยอมรับเพศที่สามอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มีการยอมรับเพศที่สามอยู่ในระดับปานกลาง

5.2 การเปรียบเทียบผลการสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของชาวจีนแต่ละช่วงอายุที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วงอายุ ($\bar{x}$)					
		15-20ปี	21-25ปี	26-30ปี	31-35ปี	36-40ปี	41ปีขึ้นไป
1.	คุณเคยรับชมสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	4.32	4.47	4.30	4.29	4.67	1.80
2.	คุณชื่นชอบสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม	4.18	4.09	4.17	3.94	4.44	1.60
3.	คุณคิดว่าซีรีส์วายทำให้ท่านเปิดใจยอมรับเพศที่สามมากขึ้น	3.91	3.93	4.07	3.94	4.33	2.80
4.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นการสะท้อนสังคมรูปแบบหนึ่ง แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและคนในสังคม	3.82	4.01	4.07	4.00	4.33	2.80
5.	คุณคิดว่าซีรีส์วายสามารถให้ความบันเทิงแก่ท่านได้ไม่ต่างจากซีรีส์ทั่วไป และมักจะมีความรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์และบรรยากาศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่อง	4.29	4.37	4.33	4.12	4.56	3.20
6.	คุณคิดว่าซีรีส์วายมีเนื้อหาที่หมกมุ่นไปในทางเพศ มากกว่าให้ข้อคิดกับผู้ชม	3.31	3.15	3.53	3.76	3.44	2.60
7.	คุณคิดว่าพฤติกรรมการแสดงความรักของตัวละครในซีรีส์ไม่มีความเหมาะสม นำเสนอมุมมองเรื่องเพศสัมพันธ์มากเกินไป	4.06	3.80	3.77	3.71	4.00	2.80
8.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ	4.49	4.30	4.33	4.35	4.22	3.00
9.	คุณคิดว่าสื่อซีรีส์วายทำลายภาพลักษณ์ของสังคม ไม่ควรสนับสนุน	4.55	4.41	4.40	4.41	4.56	3.00
10.	หากเห็นว่าคนใกล้ชิดชื่นชอบสื่อดังกล่าว คุณจะรู้สึกประหลาดใจ และรู้สึกรังเกียจ	4.43	4.41	4.53	4.29	4.67	3.00

ลำดับที่	ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ยในแต่ละช่วงอายุ ($\bar{x}$)					
		15-20ปี	21-25ปี	26-30ปี	31-35ปี	36-40ปี	41ปีขึ้นไป
	รวม	4.14	4.10	4.15	4.08	4.32	2.66

จากตารางที่ 5 ทัศนคติของชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน ที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย พบว่า กลุ่มช่วงอายุที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์วายมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุ 36-40 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 รองลงมา คือ กลุ่มช่วงอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 กลุ่มช่วงอายุ 15-20 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.66 ตามลำดับ จากตารางที่ 5 สามารถอนุมานได้ว่า ปัจจุบันสังคมจีนมีการเปิดรับสื่อซีรีส์วายมากขึ้น โดยกลุ่มอายุตั้งแต่ 15-40 ปี มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประเภทนี้อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของชาวจีนที่มีต่อสื่อซีรีส์วาย และวิเคราะห์มุมมองที่มีต่อเพศที่สามที่ได้กลุ่มตัวชาวจีนอย่างจำนวน 213 คน ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มากถึง 168 คน หรือ ร้อยละ 78.87 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุตั้งแต่ 21-25 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลใกล้ชิดเป็นเพศที่สาม แต่มีความเข้าใจและสนใจในเพศที่สาม พบว่าในกลุ่มตัวอย่างมักพบเห็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเพศที่สามมาจากภาพยนตร์และละครเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผลสำรวจทัศนคติต่อเพศที่สามจากกลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมองว่าเพศที่สามมีสิทธิ์ในการใช้ชีวิตและการแสดงออกเหมือนบุคคลทั่วไป เรื่องรสนิยมทางเพศเป็นเรื่องส่วนบุคค ซึ่งเป็นเรื่องปกติ ไม่ได้เป็นเรื่องผิดธรรมชาติที่ขัดต่อศีลธรรม หรือเป็นอาการป่วยแต่อย่างใด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.50 และในด้านทัศนคติต่อสื่อซีรีส์วาย พบว่า ส่วนใหญ่เคยผ่านการรับชมสื่อซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศที่สาม และมองว่าซีรีส์ดังกล่าวไม่ได้แตกต่างจากซีรีส์ละครทั่วไป สามารถให้ความบันเทิงได้ในแบบเดียวกัน ซึ่งสื่อดังกล่าวไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้คนในสังคมเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ หรือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำลายภาพลักษณ์ของสังคม และไม่ได้รู้สึกแปลกใจ หรือรังเกียจหากคนใกล้ชิดชื่นชอบ หรือรับชมสื่อประเภทนี้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.09

เมื่อใช้ตัวแปรเพศในการเปรียบเทียบทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 213 คน พบว่ากลุ่มเพศที่สามมีการยอมรับเพศที่สามและสื่อซีรีส์วายมากที่สุด รองลงมาเป็นเพศหญิงและเพศชายตามลำดับ และหากเปรียบเทียบด้วยตัวแปรอายุจะพบว่า ช่วงอายุ 15-20 ปี มีการยอมรับเพศที่สามมากที่สุด และกลุ่มช่วงอายุ 36-40 ปี มีการเปิดรับสื่อซีรีส์วายมากที่สุด ในขณะที่ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไปกลับพบว่ามีการยอมรับเพศที่สามและสื่อซีรีส์วายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งน้อยที่สุด ใน 6 ช่วงอายุ จึงอาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันเพศที่สามและสื่อซีรีส์วายในจีนเป็นสิ่งที่เข้าถึงกลุ่มคนในช่วงอายุที่หลากหลายและมีแนวโน้มในการยอมเปิดรับมากยิ่งขึ้น

ซึ่งสังเกตได้จากแบบสอบถามโดยรวมที่มีผลค่าเฉลี่ยมากถึงมากที่สุด โดยกลุ่มชาวจีนช่วงอายุตั้งแต่ 15-40 ปี ค่อนข้างจะเปิดรับเรื่องเพศที่สามและสื่อซีรีส์วาย ขณะเดียวกันชาวจีนกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปยังคงเปิดรับเรื่องเพศที่สามและสื่อซีรีส์ประเภทนี้น้อยกว่าช่วงอายุอื่น ๆ ถึงแม้ซีรีส์วายจะเป็นที่นิยมและมีแนวโน้มการเปิดรับที่มากขึ้นแต่ซีรีส์ประเภทนี้ยังคงถูกจำกัดไว้เพียงผู้ชมบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ พัทธ์ธีรา ลิ้มเจริญสุข (2561) ที่ว่า อนาคตของละครไทยในประเทศจีนมีแนวโน้มไปในทางที่ดีขึ้น ถึงแม้ละครไทยในจีนอาจไม่ได้รับผลตอบรับดีเท่าเมื่อก่อน แต่เนื่องจากชาวจีนติดตามละครไทย และรู้จักนักแสดงไทยมาเป็นเวลานาน หากจะตีตลาดอย่างจริงจังอีกครั้งไม่ใช่เรื่องยาก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเกิดกระแสความนิยมนิยายวายและซีรีส์วาย ซึ่งชาวจีนจำนวนหนึ่งได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับสื่อแนวนี้ โดยระบุสาเหตุที่ชาวจีนชื่นชอบซีรีส์วายไทยเนื่องมากจากตัวซีรีส์มีการแฝงข้อคิดไว้ เนื้อหาไม่รุนแรง บทและการแสดงเป็นธรรมชาติ นักแสดงหน้าตาดี แต่การจะตีตลาดซีรีส์วายในจีนให้ได้รับความนิยมเท่ากับละครหรือภาพยนตร์ทั่วไปคงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากซีรีส์วายมีผู้ชมเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น และประเทศจีนก็ยังไม่เปิดรับเรื่องรักเพศเดียวกัน ทำให้การเข้าฉายซีรีส์หรือภาพยนตร์แนวนี้จึงเป็นไปได้ยาก ทั้งยังสอดคล้องกับจุฬาลักษณ์ ดวงดี (2562) ที่กล่าวว่า ในสังคมจีนมีทั้งคนที่ยอมรับเรื่องเพศที่สามได้ และยอมรับไม่ได้ โดยคนจีนที่เป็นคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่มักจะรับไม่ได้ เพราะยึดถือกับขนบธรรมเนียมจีนแบบดั้งเดิม ให้ความสำคัญกับการแต่งงาน มีลูก ขณะที่ชาวจีนยุคใหม่ดูเหมือนว่าจะมองว่าเพศที่สามไม่ใช่เรื่องแปลก และไม่ต่อต้านเพศที่สามเหมือนคนรุ่นเก่า แต่อย่างไรก็ตามภาพรวมของสังคมจีนปัจจุบันเราก็ยังไม่สามารถเห็นเพศที่สามเปิดเผยตัวตนได้มากนัก เนื่องจากยังคงมีแรงกดดันจากครอบครัวและสังคมอยู่

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาขยายผลในประเด็นอื่น ๆ เช่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับเพศที่สาม ความขัดแย้งเรื่องเพศกับค่านิยม ความคิด หรือเปลี่ยนการวิธีการวิจัยเป็นการสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรม เพื่อทำความเข้าใจที่ลึกและชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

BBC News. (2560). *แรงกดดันจากครอบครัวบีบเกย์จีนต้องเข้า ‘บำบัดแก้เกย์’*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จากhttps://www.bbc.com/thai/international-42018766

Hinsch & Bret. (2533). Passions of the Cut Sleeve: The Male Homosexual Tradition in China, (p.44). The University of California Press.

Karoonporn Chetpayark. (2562). *ห้าม Y ห้ามฉายรักร่วมเพศ วัฒนธรรมการเสพซีรีส์ Y ในจีน ประเทศที่*

แบบเนื้อหาของเพศที่สาม. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://thematter.co/social/gender/y-drama-china/91439

จุฬาลักษณ์ ดวงดี. (2562). *การศึกษาวิเคราะห์มุมมองของชาวจีนต่อเพศที่สามโดยผ่านกระแสภาพยนตร์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ทักษิณา ข่ายแก้ว. (2560). *"ฮิวแมน ไรท์ วอทช์" เร่งเร้าจีนสั่งห้ามการบำบัด "เพศที่สาม".* สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.voathai.com/a/china-lgbt/4174857.html

พัทธ์ธีรา ลิ้มเจริญสุข. (2561). *ละครไทยในประเทศจีน: กรณีศึกษาซีรีส์ชายรักชายไทยในประเทศจีน (ช่วงปี2555-2560).* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

辛亥革命对“1912 年暹罗革命党”的影响——基于语境分析研究

อิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130: การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบท

พรปภัทร ภู่สายโกสิน[1] และไพรินทร์ ศรีสินทร*[2]

论文摘要：本研究的目的是了解辛亥革命对 1912 年暹罗革命党的影响，并通过此事件的起因与因素比较两个事件的异同。

研究结论发现，辛亥革命仅仅发生三个月之后，暹罗革命党的想法就产生了尽管这两个事件的背景或因素相似，但与辛亥革命不同的是，泰国“革命党团”推翻泰国君主制度没有成功，最终团体的会员被捕而称为叛乱者。

辛亥革命对 1912 年暹罗革命党的影响研究，显示了这种推翻清朝专制帝王朝的思想对暹罗建立共和国的运动的影响很大，后来泰国人民党 1932 年革命也从此吸取了灵感。

关键词：君主制，辛亥革命，1912 年宫廷叛乱

[1]瓦莱岚大学人文学院中文专业

[2]瓦莱岚大学人文学院中文专业的助理教授

*Corresponding author E-mail: pornpapat9947@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็ง ร.ศ. 130 และเพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของปัจจัยที่ทำให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่และคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ.130 รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ทั้งสอง ผ่านการศึกษามูลเหตุและบริบทเหตุการณ์ดังกล่าวผลจากการศึกษาพบว่า หลังจากผ่านเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่เพียงแค่สามเดือนเท่านั้น การปฏิวัติโดยคณะเก๊กเหม็งก็เกิดขึ้น แม้ว่าบริบทหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ทั้งสองมีความคล้ายคลึงกันแต่ความต่างที่เห็นได้ชัดคือการปฏิวัติของคณะเก๊กเหม็งไม่ประสบผลสำเร็จจึงทำให้ถูกจับกุมและถูกขนานนามว่าเป็นกบฏในที่สุดการวิจัยเรื่องอิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งในสยามช่วยให้เห็นถึงอิทธิพลทางความคิดระหว่างของความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศจีนที่มีต่อความเคลื่อนไหวต้องการให้มีสาธารณรัฐในประเทศสยาม ซึ่งต่อมาจะเป็นแรงบันดาลใจนำไปสู่การปฏิวัติในปี 2475 โดยคณะราษฎร

คำสำคัญ: ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ การปฏิวัติซินไฮ่ เหตุการณ์กบฏ ค.ศ. 1912

บทนำ

การปฏิวัติซินไฮ่หรือการปฏิวัติ ค.ศ. 1911 คือการโค่นล้มอำนาจการปกครองของราชวงศ์ชิงของชาวแมนจูที่ปกครองชาวฮั่นที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และเป็นจุดสิ้นสุดของการปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์

(กมลชนก โตสงวน, 2018) กล่าวถึงการล่มสลายของราชวงศ์ ว่าการพ่ายแพ้สงครามต่อชาติตะวันตกหลายครั้งทั้ง ๆ ที่ชาวจีนมีกำลังมากกว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ชาวฮั่นซึ่งเป็นประชากรหมู่มากไม่พอใจต่อการปกครองของชาวแมนจู การก่อจลาจลและการตั้งสมาคมเป็นปฏิปักษ์เกิดขึ้นในเกือบทุกมณฑล โดยเหตุการณ์สำคัญที่เป็นจุดเปลี่ยนแปลงคือการปฏิวัติซินไฮ่ เหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่เกิดขึ้นภายใต้การนำของ ดร.ซุน ยัตเซ็น หัวหน้าพรรคชาตินิยมจีนหรือก๊กมินตั๋ง（国民党）และเป็นการปฏิวัติประชาธิปไตยครั้งแรกในประวัติศาสตร์จีน และสถาปนาสาธารณรัฐจีนในที่สุด (Silpa, 2021) การปฏิวัติซินไฮ่มีจุดมุ่งหมายต้องการที่จะนำพาประเทศชาติไปสู่ลักษณะที่ดีกว่า ศิวิไลซ์กว่า และเจริญรุ่งเรืองทัดเทียมนานาอารยประเทศกว่า ดังนั้นเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่จึงเป็นเหตุการณ์ครั้งสำคัญของประวัติศาสตร์จีน เหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ไม่เพียงส่งผลสะเทือนต่อการปกครองของจีน แต่ยังมีอิทธิพลต่อความเคลื่อนไหวทางการเมืองในหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศสยาม ในช่วงศตวรรษที่ 20 สยามอยู่ในระบบ

สมบูรณาญาสิทธิราชย์ ความเคลื่อนไหวทางการเมืองและงานเขียนของ ดร.ซุน ยัตเซ็นได้ขยายมาสู่สยาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรชาวจีนโพ้นทะเลอพยพเข้ามาเป็นจำนวนมาก การเยือนสยามของดร.ซุน ยัตเซ็น เพื่อเผยแพร่การปฏิวัติประชาธิปไตยและลัทธิไตรราษฎร์（三民主义）ให้กับชาวสยามรวมไปถึงชาวจีนโพ้นทะเล ได้กลายเป็นแรงบันดาลต่อการก่อเกิดคณะเก๊กเหม็ง หรือคณะร.ศ. 130 ในปี พ.ศ. 2455 โดยมี ร.อ. ขุนทวยหารพิทักษ์หรือเหล็ง ศรีจันทร์ เป็นหัวหน้าสมาคมและหัวหน้าคณะร.ศ. 130 เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเคลื่อนไหวของคณะก๊กมินตั๋ง（国民党）ลัทธิไตรราษฎร์（三民主义）และการปฏิวัติซินไฮ่มีอิทธิผลต่อสยามรวมไปถึงนายทหารผู้ก่อการ ร.ศ. 130 เป็นอย่างมาก

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งในสยาม โดยผู้ศึกษาจะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงบริบท (contextual analysis) เพื่อศึกษาเงื่อนไขและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่รวมไปถึงคณะเก๊กเหม็ง ทั้งในแง่เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของปัจจัยที่ทำให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่และคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ.130 และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ทั้งสอง เนื่องจากเหตุการณ์การปฏิวัตินี้ได้เป็นแรงบันดาลใจอันยิ่งใหญ่ให้แก่คณะเก๊กเหม็ง หรือคณะร.ศ. 130 กระทั่งเกิดความพยายามในการเปลี่ยนแปลงการปกครองด้วยกำลังทหารครั้งแรกของประเทศสยาม

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิวัติซินไฮ่สู่คณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130
2. เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของปัจจัยที่ทำให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ และคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ.130

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ หรือ (Absolut monarcgy) หมายถึงราชาธิปไตยรูปแบบหนึ่งซึ่งพระมหากษัตริย์มีอำนาจสิทธิ์ขาดสูงสุด

2. การปฏิวัติซินไฮ่ หรือ (Xinhai Revolution) การปฏิวัติ ค.ศ. 1911 หรือการปฏิวัติจีนเป็นการปฏิวัติซึ่งโค่นล้มราชวงศ์ชิงราชวงศ์สุดท้ายที่ปกครองจีนการปฏิวัติได้เปลี่ยนการปกครองของประเทศไปสู่ประชาธิปไตยและสถาปนาสาธารณรัฐจีน

3. เหตุการณ์กบฏ ค.ศ.1912 เหตุการณ์เปลี่ยนแปลงการปกครองแบบประชาธิปไตยที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2455 ณ พระนคร ประเทศสยาม เกิดจากนายทหารและปัญญาชนกลุ่มหนึ่งไม่พอใจต่อการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์

ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า โดยศึกษาเฉพาะก่อนเหตุกาณ์การปฏิวัติซินไฮ่ ในช่วง ค.ศ. 1901-1910 และเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ ในช่วงค.ศ. 1911 – 1912 กับเหตุการณ์คณะเก๊กเหม็ง ร.ศ. 130 ที่เกิดแนวคิดจะล้มระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ครั้งแรกของสยาม ในช่วง ร.ศ.130 หรือค.ศ. 1912

วิธีการศึกษา

ใช้การศึกษาวิจัยทางประวัติศาสตร์แบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยมุ่งวิจัยข้อมูลเอกสารจากเอกสารชั้นรอง (secondary source) เช่น หนังสือภาษาไทย หนังสือภาษาจีน วารสารวิชาการภาษาไทยและวิทยานิพนธ์ภาษาไทย เป็นหลัก และจะใช้บันทึกหรืองานเขียนของบุคคลผู้อยู่ในเหตุการณ์ดังกล่าว เช่น ดร.ซุนยัตเซ็น และเหล็ง ศรีจันทร์ เป็นเอกสารชั้นต้น (primary source)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือด้วยวิธีการทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีขั้นตอน คือ การวิพากย์ภายนอก (External criticism) ที่เป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าเป็นจริงและมาจากแหล่งสารโดยผู้เขียนที่แท้จริง อีกทั้งยังเป็นการประเมินและพิสูจน์ว่าข้อมูลที่เก็บนั้นเป็นอันเดียวกันกับข้อมูลที่ผู้วิจัยมุ่งจะเก็บ ส่วนอีกขั้นตอน คือ การวิพากย์ภายใน (Internal criticism) เป็นการตรวจสอบเชิงลึกลงไปอีก และประเมินดูว่าเนื้อหาภายในมีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ เช่น หนังสือหมอเหล็งรำลึก ภาคปฏิวัติครั้งแรกของไทย ร.ศ. 130 และลัทธิไตรราษฎร์（三民主义）ที่เป็นเอกสารชั้นต้น อีกทั้งได้ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ที่เกี่ยวข้อง เช่น บทความวิจัยการปฏิวัติซินไฮ่ และบทบาททางการเมืองของพรรคก๊กมินตั๋ง（国民党）ก่อนการก่อตั้งสาธารณรัฐประชาชนจีน ค.ศ. 1912-1949 ซึ่งผู้วิจัยจะพิจารณาจากผู้เขียนว่าเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือและมีความเชี่ยวชาญหรือไม่ การวิจารณ์ภายนอกและภายในแหล่งข้อมูลจะเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพข้อมูลในการนำไปตีความหรือการวิเคราะห์ได้อย่างดี อีกทั้งยังทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือโดยอาศัยกระบวนการวิจัยที่มีการเขียนบรรยายอย่างมีแบบแผน

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130: การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบท มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ รวมไปถึงคณะเก๊กเหม็ง ทั้งในแง่เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของทั้งสองหตุการณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ทั้งสอง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร

(Documentary Research) โดยแหล่งข้อมูลประกอบด้วยบทความ หนังสือ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์

การศึกษาเรื่องอิทธิพลของการปฏิวัติจีนไฮ่ที่มีผลต่อคณะเก๊กเหม็งในสยาม ร.ศ.130 การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบท เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากมุมมองเชิงประวัติศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่าประวัติศาสตร์จีนสมัยราชวงศ์ชิงเป็นบทเรียนที่เป็นอุทาหรณ์ของนักการเมืองและนักปกครอง กล่าวคือ “ความรุ่งโรจน์ของพลังอำนาจได้มาด้วยวิถีทางเช่นไรก็ต้องสูญเสียและล่มสลายพลังอำนาจลงด้วยวิถีทางเช่นนั้น ความไร้ประสิทธิภาพของข้าราชการ ความวุ่นวายทุจริตทั้งในและนอกราชสำนักจนประชาชนชาวนาลุกฮือขึ้นต่อต้าน” (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชิณการณ์ 2544: 41-42) รวมไปถึงการเกิดขึ้นของเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่โดยมี ดร.ซุน ยัตเซ็นเป็นบุคคลที่ยิ่งใหญ่ยืนอยู่แนวหน้าการปฏิวัติซินไฮ่ ที่สามารถโค่นล้มการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์และสังคมศักดินาของจีนที่มีมานานหลายพันปี อีกทั้งสร้างระบอบการปกครองแบบสาธารณรัฐซึ่งถือว่าเป็นผลงานทางประวัติศาสตร์อันยิ่งใหญ่ที่สุด

สังคมจีนก่อนการปฏิวัติซินไฮ่

สังคมจีนในปลายราชวงศ์ชิงมีความถดถอยในตัวเอง และสงครามฝิ่นได้ทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านสิ่งที่ตามมาคือการทุจริตในหมู่ข้าราชการทุกระดับ เนื่องจากระบบการปกครองที่ไม่มีประสิทธิภาพเกิดการฉ้อโกง สังคมเสื่อมโทรม ภาวะอดยากเป็นผลมาจากสงครามฝิ่นทั้ง 2 ครั้ง จึงทำให้ราชวงศ์ชิงได้อำนวยและให้ผลประโยชน์แก่ต่างชาติ ยอมขายชาติและเร่งการขูดรีดประชาชนผู้ใช้แรงงานโดยเก็บภาษีในอัตราที่สูงขึ้นเพื่อที่จะกอบโกยทรัพย์สินจากประชาชนจนเกิดการจลาจลหลายครั้ง (วลาลักษณ์, 2521: 7) ภายใต้การกดขี่ขูดรีดอย่างทารุณของรัฐบาลชิง ผู้ที่ตกทุกข์ได้ยากก็คือประชาชนผู้ใช้แรงงาน ดังนั้นผู้ที่ลุกขึ้นคัดค้านเป็นกลุ่มแรกคือประชาชนผู้ใช้แรงงานนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นการก่อกบฏ (Rebellion) การปรับปรุงประเทศ (Restoration) และการปฏิรูป (Revolution) ล้วนแต่ประสบแต่ความล้มเหลว จนเกิดการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีจุดประสงค์ในการต่อต้านราชวงศ์ชิงโดยมี ดร.ซุน ยัตเซ็นเป็นผู้นำ ซึ่ง“เนื้อหาสำคัญของ ลัทธิไตรราษฎร์（三民主义）มีดังนี้ “ลัทธิประชาชาติ”（民族）คือ “ขับไล่พวกตาร์ต้าร์ ฟื้นฟูประชาชาติจีน”; “ลัทธิประชาสิทธิ์” （民权）คือ “สถาปนาสาธารณรัฐ”; และ “ลัทธิประชาชีพ”（民生）คือ “เฉลี่ยกรรมสิทธิ์ในที่ดิน” ข้อความ 4 คำและลัทธิ ดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นเนื้อหาพื้นฐานแห่งความคิดทางสังคมและทางการเมืองของดร.ซุน ยัตเซ็น และเป็นความคิดชี้นำในการนำการปฏิวัติซินไฮ่ของท่านด้วย (วลาลักษณ์, 2521: 45-46)

ความสำเร็จของการปฏิวัติซินไฮ่

ปัจจัยหลัก ๆ สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการปฏิวัติซินไฮ่มีสองปัจจัยด้วยกันโดยปัจจัยแรกคือปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ดร.ซุน ยัตเซ็นเดินทางไปยังลอนดอนเพื่อโน้มน้าวให้ทางสหธนาคารระงับการให้เงินกู้แก่ราชวงศ์ชิง ซึ่งประกอบด้วยผู้ถือหุ้นทั้ง อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ฝรั่งเศส รวมไปถึงรัสเซียและญี่ปุ่นที่แทรกเข้ามาถือหุ้น การระงับเงินกู้นี้จะส่งผลให้ราชวงศ์ชิงไม่มีงบประมาณในการซื้ออาวุธทำร้ายประชาชนของตน และปัจจัยที่สองคือปัจจัยทางด้านการทหารที่เกิดกบฏต่อต้านภายในประเทศ ในช่วงปลายราชวงศ์ชิงได้มีการลุกฮือของขบวนการโค่นศักดินาสถาปนาสาธารณรัฐหลากหลายกลุ่ม ขบวนปฏิวัติเหล่านี้ถึงแม้จะก่อการหลายครั้งแต่ก็ไม่สำเร็จเนื่องจากขาดกำลังทหารที่จะช่วยให้การยึดอำนาจเป็นไปอย่างเด็ดขาดด้วยกองทัพที่ยิ่งใหญ่ที่สุด ณ ช่วงเวลานั้นเป็นกองทัพของราชสำนักชิงแต่ในกองทัพหลวงยังมีกองทัพกลุ่มใหม่ที่เกิดจากการปฏิรูปการทหารแบบตะวันตกโดยมีหยวนซื่อข่าย （袁世凯） เป็นผู้นำและทำให้ราชวงศ์ชิงสละราชสมบัติไปในที่สุด (สุธาชัย ยิ้มประเสริฐ, 2556: 75) “ซึ่งประวัติศาสตร์กระแสหลักและอคติทางภาษาบอกเราว่าการปฏิวัติซินไห่นั้นประสบผลสำเร็จ เนื่องเพราะสามารถโค่นล้มราชวงศ์ชิงและสถาปนาสาธารณรัฐจีนซึ่งมีการปกครองรูปแบบใหม่ขึ้นได้สำเร็จ จึงเรียกว่าเป็น “การปฏิวัติ” ซินไฮ่”

กล่าวได้ว่าเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่นี้ประสบผลสำเร็จได้ เนื่องเพราะต่างประเทศไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวและมีความเป็นกลางของเหตุการณ์นี้ (นาย ต. บุญเทียม, 2495: 95-98) กล่าวว่า “ขณะที่คณะเก๊กเหม็งก่อการขึ้นนั้น ซุ่ยเต็งได้หนีไปซ่อนตัวอยู่ในเรือรบต่างประเทศ และขอร้องให้เรือรบยิงกองกำลังทหารเก๊กเหม็ง แต่คณะทูตนานาชาติได้ประชุมตกลงกันแล้วว่าจะไม่ยื่นมือเข้าไปเกี่ยวข้อง ขณะที่คณะทูตนานาชาติมีการประชุมกันนั้น กงสุลฝรั่งเศสซึ่งเป็นสหายของท่านซุน ยัตเซ็น ก่อการเก๊กเหม็ง โดยมีจุดประสงค์จะเปลี่ยนแปลงการปกครองของประเทศจีนให้ดีขึ้น กล่าวว่ากองทหารเก๊กเหม็งก่อการขึ้นในครั้งนี้ ก็ได้ประกาศว่าพวกเขาก่อการโดยคำสั่งของท่านซุน ยัตเซ็น ไม่ใช่ก่อจลาจลอย่างแน่นอน ต่างประเทศไม่ควรยื่นมือไปเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ความเห็นอันนี้คณะทูตนานาชาติเห็นพ้องด้วย จึงพากันประกาศเป็นกลาง ความคิดของซุ่ยเต็ง ซึ่งจะขอต่างประเทศมาปราบคณะเก๊กเหม็งจึงไม่เป็นผล” จึงกล่าวได้ว่าราชวงศ์ชิงจึงไม่มีใครหนุนหลัง รวมไปถึงไม่มีงบประมาณในการซื้ออาวุธ

การศึกษาเกี่ยวกับคณะเก๊กเหม็ง ใน สยาม ร.ศ. 130

คณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 คือกลุ่มนายทหารหนุ่มที่ต้องการเปลี่ยนแปลงระบอบทางการเมืองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ของไทยไปเป็นประชาธิปไตยซึ่งเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1912 หรือพ.ศ. 2455 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยมีร.อ. ขุนทวยหารพิทักษ์ หรือเหล็ง ศรีจันทร์เป็นหัวหน้าสมาคมรวมไปถึงเป็นหัวหน้าคณะร.ศ. 130 โดยมีสาเหตุดังนี้(แถมสุข นุ่มนนท์, 2531: 18-43) สรุปไว้ว่า

มีสาเหตุสำคัญอยู่ 6 ประการ

1. สมาชิก ร.ศ. 130 เป็นคนหนุ่มรุ่นใหม่ที่เป็นผลผลิตของความคิดก้าวหน้า คนรุ่นใหม่นี้ได้อิทธิพลจากนักคิดร่วมสมัยของเมืองไทยในเวลานั้น เช่น ก.ศ.ร. กุหลาบ ที่ออกหนังสือพิมพ์ชื่อ “สยามประเภทสุนทโรวาทพิเศษ” วิพากษ์วิจารณ์ระบอบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ นักคิดนักเขียนอีกท่านหนึ่งคือ เทียนวรรณ หรือ ต.ว.ส. วัณณาโภ เขียนหนังสือและโฆษณาในทางที่ขัดแย้งต่อระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ทั้งสองท่านนี้เสนอแนวคิดเข้าไปในงานเขียน และกระตุ้นคนรุ่นใหม่กล้าแสดงออก อีกทั้งเพื่อสร้างสรรสังคมที่ดีกว่าและอุดมการณ์กว่า จึงทำให้หลักสูตรของโรงเรียนนายร้อยทหารบกได้ปลูกฝังความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ขั้นพื้นฐานให้ผู้เรียนเข้าใจสภาพของสังคมไทยและมีความสำนึกในหน้าที่ของพลเมืองที่พึงมีต่อประเทศชาติทั้งยังได้รู้เรื่องราวความเคลื่อนไหวของนานาประเทศ โดยอิทธิพลทางความคิดที่อยู่นอกระบบการศึกษาคือ อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ รายปักษ์และรายเดือน สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ให้กับผู้อ่าน เพราะมีข่าวสารรายงานความเคลื่อนไหวและปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศและมีบทความเสนอในเชิงวิพากษ์เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ

2. สาเหตุเกิดจากความเหลื่อมล้ำต่ำสูงของประชาชน ซึ่งเกิดจาก “ภัยข้าราชการ” และความเดือดร้อนทางเศรษฐกิจ

3. สมาชิก ร.ศ. 130 ไม่พอใจ “กองทหารเสือป่า” ที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงตั้งขึ้นเมื่อต้นรัชกาลในเดือนพฤษภาคม ร.ศ. 130 เพราะเห็นว่ากองทหารเสือป่าเป็นกิจกรรมที่ตั้งซ้ำกับทหารและทำงานแข่งดีกับทหารทำให้ความมั่นคงของชาติเสื่อมลงมาก

4. สาเหตุกบฏ ร.ศ. 130 สืบเนื่องมาจากความไม่พอใจเรื่องทหาร ถูกหมิ่นเกียรติศักดิ์โดยเฉพาะเรื่องการเมี่ยนหลังทหารตามจารีตนครบาลในปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อ พ.ศ. 2452 (ร.ศ. 128)

5. ผู้ก่อการ ร.ศ. 130 ไม่เข้าใจหรือพยายามไม่เข้าใจพระราชกรณียกิจในพระบาทสมเด็จพระมุงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงอยู่ในวัยหนุ่ม ทรงได้รับการศึกษาจากต่างประเทศและเสด็จครองราชย์ต่อจากสมเด็จพระบรมชนก พระมหากษัตริย์ผู้ทรงชนะจิตใจพสกนิกรมาตลอดเวลา 42 ปี จึงเป็นที่คาดหวังว่าพระองค์จะทรงดำเนินรอยตามพระยุคลบาทพระราชบิดา และเมื่อการไม่เป็นตามคาดหวัง ความจงรักภักดีต่อพระองค์จึงลดน้อยลง

6. คณะ ร.ศ. 130 เชื่อว่าระบบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ไม่สามารถนำไปสู่ความเจริญทัดเทียมกับนานาอารยประเทศได้ ผู้ก่อการ ร.ศ. 130 ได้ศึกษาเรื่องการปกครองอย่างกว้างขวางตามมาตราฐานของปัญญาชนในสมัยนั้น และแบ่งการปกครองออกเป็น 3 ระบอบ คือ

1. ระบอบที่มีพระมหากษัตริย์อยู่เหนือกฎหมาย
2. ระบอบที่มีมหากษัตริย์อยู่ใต้กฎหมาย
3. ระบอบที่มีที่ประชุมปกครองประเทศ

พร้อมทั้งชี้แจงข้อดีข้อเสียของการปกครองทั้ง 3 รูปแบบโดยละเอียด แต่น้ำหนักความดีไปตกอยู่ที่การปกครองแบบที่สาม ซึ่งเป็นการปกครองแบบสาธารณรัฐ (Republic) คือ ระบอบการปกครองที่ประมุขแห่งรัฐอันมิใช่พระมหากษัตริย์ การปกครองในลักษณะนี้สามารถลดความเหลื่อมล้ำ และให้ผู้คนมีความเสมอภาคเท่าเทียมได้ (กุลลดา เกษบุญชู มี้ด, 2562: 282) จึงทำให้ความไม่พอใจของข้าราชการเหล่านี้ส่วนหนึ่งได้รับแรงกระตุ้นจากการปฏิวัติที่เกิดขึ้นในรัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์และจักรวรรดิอื่น ๆ เช่นตุรกีและจีน (อัจฉราพร กมุทพิสมัย, 2540: 92) และ “การคิดปฏิวัติของกลุ่มนายทหารหนุ่ม มีพื้นฐานมาจากความไม่พอใจต่อสภาพความล้าหลังของประเทศ ภายหลังเปลี่ยนรัชกาลใหม่ก็ยังมิได้รับการแก้ไขแต่อย่างใดโดยเฉพาะปัญหาเศรษฐกิจของชาติที่กระทบต่อผลประโยชน์ต่อกองทัพ ประเด็นสำคัญที่ทำให้ทหารมิอาจจะทนนิ่งเฉยได้อีกต่อไป เนื่องจากกองทัพถูกลดความสำคัญและดูหมิ่นเกียรติภูมิ โดยการที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับมหาดเล็กมากกว่าทหารหรือการตั้งกองเสือป่าก็ตาม ถือเป็นสาเหตุที่สุดของความขัดแย้งระหว่างรัชกาลที่ 6 กับทหารของชาติ”

การคิดการปฏิวัติของกลุ่มนายทหารหนุ่มในครั้งนี้มีสาเหตุจากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการได้รับอิทธิพลจากรุ่นสู่รุ่นในการต่อต้านระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์อีกทั้งเห็นความเหลื่อมล้ำของประเทศมายาวนาน และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา จึงสร้างความไม่พอใจแก่คณะ ร.ศ. 130 ซึ่งสาเหตุหลักสำคัญของการปฏิวัติ ปฏิเสธไม่ได้ว่าเกี่ยวเนื่องกับความน้อยใจต่อพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงตั้งกองทหารเสือป่า รวมไปถึงถูกหมิ่นเกียรติศักดิ์มากมาย จึงเป็นเหตุของการก่อการปฏิวัติในครั้งนี้

ความล้มเหลวของคณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130

คณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 ประสบชะตากรรมอยู่ในคุกหลังจากพ่ายแพ้ในการปฏิวัติ โดยถูกส่งไปฝากขังคุกที่ต่างประเทศ ภายในเรือนจำกองมหันตโทษ ซึ่งสุดท้ายในวันที่11 พฤศจิกายน ค.ศ. 1924 เป็นวันครบรอบรัชกาลที่ 6 ครองราชย์ 15 ปี จึงทำให้นักโทษ ร.ศ. 130 ได้ลดหย่อนโทษจากจำคุก 20 ปี และจำคุกตลอดชีวิต กลายเป็นจำคุกทั้งสิ้น 12 ปี 6 เดือน 6 วัน แต่ในระหว่างนั้นนักโทษ ร.ศ. 130 มีเสียชีวิตถึง 2 คน โดยเสียชีวิตจากวัณโรคและเป็นมะเร็งลำไส้ ซึ่งไม่มีโอกาสได้เห็นการเปลี่ยนการปกครองจากคณะราษฎร 2475

การปฏิวัติของคณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 เกิดความล้มเหลวเนื่องจากปัจจัยในหลาย ๆ ปัจจัย (สุธาชัย ยิ้มประเสริฐ, 2556: 3-4) เสนอไว้ว่า “คณะ ร.ศ. 130 และคณะราษฎรเป็นกลุ่มปฏิกิริยา (reactive)

มากกว่ากลุ่มอุดมการณ์ที่มีความเป็นปึกแผ่น ทั้งคณะ ร.ศ. 130 และคณะราษฎรเป็นการก่อหวอดทางการเมืองที่ขาดการเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง หากเป็นการก่อตัวทางการเมืองที่มีขอบเขตจำกัด และด้วยเหตุที่ผู้ร่วมในกลุ่มไม่ได้ต่อสู้ร่วมกันระยะยาว กลุ่มจึงเปราะบาง ขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และแตกแยกกันในที่สุด จึงทำให้การปฏิวัติไม่สำเร็จ” (กุลลดา เกษบุญชู มี๊ด, 2562: 308) และอีกหนึ่งปัจจัยคือข้อเสนอเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของกลุ่มผู้ก่อกบฏ ร.ศ. 130 เป็นข้อเสนอที่ไม่ชัดเจนและคลุมเครือซึ่งสะท้อนให้เห็นความอ่อนหัดทางการเมือง และการขาดความมุ่งมั่นอย่างแท้จริงที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคน (แถมสุข นุ่มนนท์, 2531: 18) “จึงทำให้เมื่อวันที่ 1 มีนาคม ค.ศ. 1912 ในต้นรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัฐบาลสืบทราบว่ามีคณะนายทหารและพลเรือนประมาณ 800-1,000 คน ตั้งสมาคม “อานาคิซ” (anarchist พวกก่อจลาจล) วางแผนจะเปลี่ยนแปลงการปกครองลดพระราชอำนาจพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้ลงมาอยู่ใต้กฎหมายเหมือนพระมหากษัตริย์อังกฤษและพระจักรพรรดิญี่ปุ่น จึงลงมือจับกุมได้ตัวผู้ก่อการ 106 คน” ซึ่งความล้มเหลวที่น่าผิดหวังที่สุดของคณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 คือ การที่หนึ่งในสมาชิกของร.ศ. 130 หักหลังพรรคพวกของตน (แถมสุข นุ่มนนท์, 2522: 11-13) วิเคราะห์ว่า “พวกก่อการกำเริบ ร.ศ. 130 ได้เริ่มประชุมปรึกษาเรื่องความเป็นไปของการปกครองบ้านเมืองในราวกลางเดือนมกราคม แต่หลังจากนั้นเพียง 6 สัปดาห์ สมาชิกทั้งหมดก็ถูกจับ ทำไมแผนการปฏิวัติจึงถูกเปิดเผยในเวลารวดเร็วเช่นนั้น? ในเรื่องนี้สมาชิก ร.ศ. 130 แทบทุกคนลงความเห็นว่า เป็นเพราะมี “แกะดำ” คือ นายร้อยเอกยุทธ (แต้ม คงอยู่) ซึ่งกำลังจะไปรับตำแหน่งผู้บังคับการกรมทหารปืนใหญ่ที่ 7 พิษณุโลก จากหลักฐานที่ปรากฏแน่ชัดนี้พอจะลงความเห็นได้ว่านายร้อยเอกยุทธหักหลังเพื่อนที่ดื่มน้ำสาบานมาด้วยกันแน่นอน และหลักฐานการจับกุมบุคคลก่อการ ร.ศ. 130 ก็มีมูลเหตุมาจากรายงานลับของ“แกะดำ” และความแตกต่างนอกเหนือจากการปฏิวัติไม่สำเร็จของคณะเก๊กเหม็งคือ ต้องการเปลี่ยนระบอบการปกครองให้เป็นประชาธิปไตยและให้ระบอบการสมบูรณาญาสิทธิราชย์อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญนั้นจะต้องไม่มีการนองเลือดใด ๆ (เหรียญ ศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์, 2503: 64) “ตามแผนการคณะ จักไม่มีการต่อสู้กันเลย โดยจะใช้การเกลี้ยกล่อม และยึดกองกำลังทหารในต่างจังหวัดเพื่อตัดกองกำลังของรัฐบาล” (เหรียญ ศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์, 2503: 69) การส่งคนออกไปเกลี้ยกล่อมในต่างจังหวัด แม้จะมีเวลาไม่สู้มากนัก แต่ก็นับว่าได้ผลไม่เลวเลย เท่าที่ปรากฏจากรายงานของผู้เกลี้ยกล่อมไว้แล้ว ยืนยันว่านายทหารหนุ่ม ๆ รู้สึกใจร้อนที่ใคร่จะได้เห็นชาติภูมิของตน ๆ เจริญก้าวหน้าเทียมทันอารยประเทศด้วยกันทั้งนั้น (เหรียญ ศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์, 2503: 70) “สมาชิกในขณะ ร.ศ. 130 นี้ บางคนเป็นมหาดเล็กทูลกระหม่อมจักรพงษ์ บางคนเป็นมหาดเล็กกรมหลวงนครไชยศรี ฯ บางคนเป็นมหาดเล็กในกรมหลวงราชบุรี บางคนเป็นมหาดเล็กทูลกระหม่อมบริพัตร บางคนเป็นมหาดเล็กข้าหลวงเดิมในพระมงกุฎเกล้า ฯ และบางคนก็เป็นเชื้อพระญาติพระวงศ์อยู่แล้ว จึงทำให้การเกลี้ยกล่อมสะดวกสบายง่ายขึ้นอักโข และต่างมั่นใจในการที่จะยอมรับเข้าเป็นคณะปฏิวัติด้วยความเต็มอกเต็มใจ ”

(ปฐมาวดี วิเชียรนิตย์, 2563) ได้ศึกษาและกล่าวว่าการเกิด กบฏ คณะ ร.ศ. 130 นั้นภายในสังคมได้มีการนำเข้าแนวความคิดประชาธิปไตยแบบจีนพร้อมทั้งแนวความคิดของดร.ซุน ยัตเซ็น และมีการตีพิมพ์งานของดร.ซุน ยัตเซ็น เป็นภาษาไทย ดังนั้นจึงปรากฏมีคำว่า “เก๊กเหม็ง” หรือปฏิวัติ มีการใช้คำภาษาไทยใหม่ ๆ เช่น เสมอภาค ภารดรภาพ ซึ่งล้วนเป็นคำศัพท์การเมืองทั้งสิ้น

อิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130

ชัยชนะของการปฏิวัติซินไฮ่ส่งผลและมีอิทธิพลต่อคณะเก๊กเหม็งเป็นอย่างมาก เนื่องจากในช่วงเวลานั้นประเทศไทยหรือสยามยังคงอยู่ภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ และการมาเยือนสยามของ ดร.ซุน ยัดเซ็น เพื่อประกอบกิจกรรมทางการเมืองอย่างเปิดเผยให้แก่ชาวจีนโพ้นทะเล เรียกร้องให้ชาวจีนโพ้นทะเลสนับสนุนการปฏิวัติโค่นล้มราชวงศ์ชิงที่กำลังจะเกิดขึ้น (วาสนา วงศ์สุรวัฒน์, 2556: 45) การปฏิวัติซินไฮ่ในจีนเป็นแรงบันดาลใจให้แก่กลุ่มผู้ก่อการกบฏ ร.ศ. 130 ซึ่งแม้จะไม่ประสบความสำเร็จในการล้มล้างระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ แต่ก็ได้กลายมาเป็นแบบอย่างแรงบันดาลใจให้แก่สมาชิกหลายคนในคณะราษฎรซึ่งทำการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบกษัตริย์ภายใต้รัฐธรรมนูญได้สำเร็จในปีค.ศ. 1932 (พ.ศ. 2475) (วาสนา วงศ์สุรวัฒน์, 2556: 60) กลุ่มกบฏ ร.ศ. 130 นั้น พบว่าผู้นำสำคัญของกลุ่มดังกล่าวหลายคนมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์บางประการกับสาขาของสมาคมพันธมิตรถงเหมิง（同盟会）ในพระนคร และหลายคนได้เคยอ่านและอาจจะได้รับอิทธิพลทางความคิดด้านการเมืองสาธารณรัฐนิยม จากบทความและบทบรรณาธิการของเซียวฮุดเสง เมื่อพิจารณาดูผลกระทบโดยรวมจากการมาเยือนสยามทั้ง 4 ครั้งของ ดร.ซุน ยัตเซ็น และการตีพิมพ์บทความโฆษณาชวนเชื่อของเซียวฮุดเสงอย่างต่อเนื่องตลอดทศวรรษที่ 1900 แล้วก็เริ่มจะน่าสงสัยว่ากิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าวของผู้นำสายปฏิวัติในสยามทั้งสองท่านนั้นมีผลกระตุ้นให้เกิดความเคลื่อนไหวทางการเมืองในสยามประเทศ (วาสนา วงศ์สุรวัฒน์, 2556: 74-75) ซึ่งกบฏ ร.ศ. 130 ที่เกิดขึ้น “ได้รับอิทธิพลทางความคิดส่วนสำคัญจากแนวคิดทางการเมืองของดร.ซุน ยัตเซ็น การปฏิวัติซินไฮ่และการสถาปนสาธารณรัฐจีน ชาวไทยผู้มีการศึกษาในพระนครบางส่วนก็มีความเห็นคล้อยตามความเห็นของเพื่อนบ้านชาวจีนโพ้นทะเล ว่าหากการปฏิวัตินั้นประสบความสำเร็จและเป็นผลดีต่อประเทศจีนซึ่งพิจารณาในหลายๆ ด้านแล้วก็คล้ายคลึงกับสยามประเทศ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของการเป็นกึ่งเมืองขึ้น กึ่งศักดินา การดำรงอยู่มานานของราชสำนักที่ปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ หรือการบังเอิญรอดพ้นจากการถูกมหาอำนาจ ตะวันตกยึดเป็นอาณานิคมโดยสมบูรณ์ก็ดี จากความคล้ายคลึงทั้งหมดนี้ ก็น่าจะอนุมานได้ว่าการปฏิวัติโค่นล้มราชวงศ์เพื่อสถาปนาสาธารณรัฐในสยามประเทศก็น่าจะประสบผลสำเร็จและเป็นผลดีต่อประเทศชาติไม่แพ้กัน ” (วลา ลักษณ์, 2521: 1) ความสำคัญและผลสะเทือนของการปฏิวัติซินไฮ่นี้มิใช่มีแต่ในประเทศจีนเท่านั้น หากแต่ยังส่งผลแก่สถานการณ์ทางสากลในช่วงนั้นด้วย กล่าวสำหรับประเทศไทยเราก็ได้รับอยู่มิใช่น้อย การปฏิวัติครั้งนี้

ตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 6 ของไทย การเคลื่อนไหวของคณะ ร.ศ. 130 เองก็ได้รับผลสะเทือนส่วนหนึ่งมาจากการปฏิวัติชนชั้นนายทุนของจีนครั้งนี้ (อัจฉราพร กมุทพิสมัย, 2540: 164) อธิบายว่า “การเลือกหัวหน้าคณะปฏิวัติซึ่งมีคุณสมบัติเหมือนดร.ซุน ยัตเซ็น โดยถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จนั้น นับเป็นการแสดงให้เห็นว่าการปฏิวัติในประเทศจีนมีอิทธิพลต่อความคิดปฏิวัติของนายทหารผู้ก่อการ ร.ศ. 130”

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเชิงประวัติศาสตร์เป็นกระบวนการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นเรื่องราวในอดีตที่ชัดเจนและเชื่อถือได้ การนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงประวัติศาสตร์มาใช้ในวิจัยเรื่องอิทธิพลของการปฏิวัติซินไฮ่ที่มีต่อคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ. 130: การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบทนี้ ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของการปฏิวัติซินไฮ่สู่คณะเก๊กเหม็ง ใน สยาม ร.ศ. 130 โดยมีสาเหตุจากการที่ดร.ซุน ยัตเซ็น มาเยือนสยามถึง 4 ครั้ง อีกทั้งบทความต่าง ๆ ของเซียวฮุดเสง เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้นำสายปฏิวัติในสยามเกิดความเคลื่อนไหวทางการเมือง (ดร.วาสนา วงศ์สุรวัฒน์, 2556: 74-75) ซึ่งกบฏ ร.ศ. 130 ที่เกิดขึ้นได้รับอิทธิพลทางความคิดส่วนสำคัญจากแนวคิดทางการเมืองของดร.ซุน ยัตเซ็น, การปฏิวัติซินไฮ่, และการสถาปนาสาธารณรัฐจีน การที่แต่งตั้งให้ร้อยเอก ขุนทวยหารพิทักษ์ หรือ หมอเหล็ง ศรีจันทร์ เป็นหัวหน้าคณะก่อการโดยท่านมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับดร.ซุน ยัตเซ็น ซึ่งเป็นนายแพทย์เหมือนกันจึงถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จนั้น (อัจฉราพร กมุทพิสมัย, 2540: 164) นับเป็นการแสดงให้เห็นว่าการปฏิวัติในประเทศจีนมีอิทธิพลต่อความคิดปฏิวัติของนายทหารผู้ก่อการ ร.ศ. 130

ความเหมือนของปัจจัยที่ทำให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ และคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ.130 มี 3 ประการ คือ 1. การเป็นกึ่งเมืองขึ้น กึ่งศักดินาของไทยและจีน 2. การอยู่มายาวนานของระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ของสองประเทศ 3. การบังเอิญรอดพ้นจากการเป็นอาณานิคมของตะวันตก จึงอนุมานได้ว่า หากสยามมีการปฏิวัติเช่นเดียวกันกับจีนก็จะส่งผลสำเร็จดั่งเช่นกัน ทั้งสองเหตุการณ์นี้ต่างมีเป้าหมายเพื่อนำพาประเทศไปสู่ลักษณะที่ดีกว่า ศิวิไลซ์กว่า และเจริญรุ่งเรืองทัดเทียมนานาอารยประเทศกว่า

ปัจจัยอันก่อให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ และคณะเก๊กเหม็งใน สยาม ร.ศ.130 มีความต่างกัน (แถมสุข นุ่มนนท์, 2531: 18-43) การเกิดขึ้นของ “กบฏ ร.ศ. 130 มีสาเหตุจากหลายประการ สืบเนื่องมาจากความไม่พอใจเรื่องทหาร ถูกหมิ่นเกียรติศักดิ์โดยเฉพาะเรื่องการเฆี่ยนหลังทหารตามจารีตนครบาลในปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อ พ.ศ. 2452 (ร.ศ. 128)” อีกทั้งทหารเกิดความไม่พอใจในการตั้ง “กองทหารเสือป่า” โดยการตั้งกองทหารเสือป่าเป็นกิจกรรมที่ตั้งซ้ำกับทหาร และทำงานแข่งดีกับทหารทำให้ความมั่นคงของชาติเสื่อมลงมาก และการได้รับอิทธิพลจากรุ่นสู่รุ่นในการต่อต้านระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ อีกทั้งยังเห็นความเหลื่อมล้ำของประเทศมายาวนานรวมไปถึงยังไม่ได้รับการแก้ไข

ปัญหา ล้วนแต่เป็นสาเหตุของการเกิดคณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 แต่เหตุการณ์ปฏิวัติซินไฮ่เกิดขึ้นเนื่องจากราชวงศ์ชิง เป็นชาวแมนจู ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยเร่ร่อนทางตะวันออกเฉียงเหนือของจีน และได้ใช้อภิสิทธิ์เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ตน ใช้อภิสิทธิ์กดขี่ชาวฮั่น ล้วนเป็นความเสื่อมโทรมของราชวงศ์ชิง ราชวงศ์ชิงยังพ่ายแพ้ให้กับสงครามฝิ่นถึงสองครั้ง จึงทำให้ประชาชนอยู่ในความลำบาก (วลาลักษณ์, 2521: 7) โดยภายใต้การกดขี่ขูดรีดอย่างทารุณของรัฐบาลชิง ผู้ที่ตกทุกข์ได้ยากก็คือประชาชนผู้ใช้แรงงาน ดังนั้นผู้ที่ลุกขึ้นคัดค้านเป็นกลุ่มแรกคือประชาชนผู้ใช้แรงงาน อีกความแตกต่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือผู้ร่วมก่อการปฏิวัติของคณะเก๊กเหม็ง สยาม ร.ศ. 130 ไม่ได้ต่อสู้ร่วมกันระยะยาว กลุ่มจึงเปราะบาง ขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และแตกแยกกันในที่สุด อีกทั้งการที่หนึ่งในสมาชิกของร.ศ. 130 หักหลังพรรคพวกของตน (อัจฉราพร กมุทพิสมัย, 2540: 197-201) “ผู้นำความลับไปรายงานต่อทางการ ตามทัศนะของนายทหารผู้ร่วมขบวนการ ร.ศ. 130 ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า มีสมาชิกผู้หนึ่ง คือ ร.อ.ยุทธ เป็นผู้คิดการทรยศหักหลัง นำความลับของคณะไปเปิดเผยต่อผู้ใหญ่ในทางราชการนอก” จึงทำให้การปฏิวัติสยามไม่ประสบผลสำเร็จ นอกเหนือจากการปฏิวัติไม่สำเร็จของคณะเก๊กเหม็งคือต้องการเปลี่ยนระบอบการปกครองให้เป็นประชาธิปไตยและให้ระบอบการสมบูรณาญาสิทธิราชย์อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญนั้นจะต้องไม่มีการนองเลือดใด ๆ (เหรียญ ศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์, 2503) กล่าวว่า ตามแผนการคณะ จักไม่มีการต่อสู้กันเลย โดยจะใช้การเกลี้ยกล่อม และยึดกองกำลังทหารในต่างจังหวัดเพื่อตัดกองกำลังของรัฐบาล โดยการส่งคนออกไปเกลี้ยกล่อมในต่างจังหวัด (เหรียญ ศรีจันทร์ และร.ต. เนตร พูนวิวัฒน์, 2503: 69)

การศึกษาเปรียบเทียบเชิงบริบทยังช่วยให้สังคมได้ทราบและเข้าใจความคิด รวมไปถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นของคณะร.ศ. 130 ถือเป็นอิฐก้อนแรกของการก่อการปฏิวัติ “สยาม” ให้เป็นประชาธิปไตย อีกทั้งได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์การปฏิวัติซินไฮ่ของจีน และเหตุการณ์ของคณะร.ศ. 130 โดยการก่อปฏิวัติของคณะเก๊กเหม็ง ร.ศ. 130 ถือว่าเป็นบทเรียนสำคัญและเป็นแรงบันดาลใจให้แก่คณะราษฎรที่ทำการเปลี่ยนแปลงระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ภายใต้รัฐธรรมนูญสำเร็จซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าหากไม่เกิดเหตุการณ์ของคณะร.ศ. 130 ก็อาจจะไม่มีการเปลี่ยนการปกครองโดยคณะราษฎร อย่างที่ท่านปรีดี พนมยงค์ เป็นบุคคลสำคัญและเป็นแกนนำของคณะราษฎร กล่าวว่า “ร.ศ. 130 เขาจะทำ แต่ถูกหักหลัง ถ้าไม่ถูกหักหลัง เขาก็ทำสำเร็จ ก็เป็นเช่นนี้...ผมก็เอาบทเรียนที่เขาพลั้งพลาดมาแล้วศึกษา” จึงทำให้มีเปลี่ยนแปลงการปกครอง ยุติระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ในสยามได้เป็นผลสำเร็จ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน ค.ศ. 1932 ไม่เพียงเท่านั้น ทั้งสองการปฏิวัติยังส่งผลให้คนรุ่นใหม่มีกระแสสนใจในประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่กระแสการเรียกร้องของคนรุ่นใหม่กลายเป็นกระแสสูงในหลายพื้นที่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการเรียกร้องของการกระจายอำนาจ หรือความเท่าเทียมทางเพศ รวมไปถึงรัฐสวัสดิการ ทุกอย่างที่ยกตัวอย่างมานี้ ล้วนแต่ต้องแก้ไขที่พื้นฐานของโครงสร้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักประชาธิปไตย

ความเสมอภาค ภราดรภาพ และอิสรภาพ

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้ควรค้นหาและศึกษาหลักฐานชั้นต้นให้มากขึ้น อีกทั้งยังควรขยายประเด็นการศึกษาให้ลึกมากขึ้น เช่น คณะร.ศ. 130 ส่งผลให้คณะราษฎรมากน้อยเพียงใด และควรมีการส่งเสริมและพัฒนาการทำวิจัยเชิงประวัติศาสตร์และมีการวิจัยอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ไม่ให้ลืมบทบาทและผลสำเร็จทางประวัติศาสตร์ของคนรุ่นเก่า

เอกสารอ้างอิง

เจริญ ตันมหาพราน. (2553). คนจีนทิ้งแผ่นดิน, (น. 130). ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี แอนด์ เอ็น: ปราชญ์สำนักพิมพ์.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และคณะ. (2552). หนึ่งสตวรรษ : รัฐธรรมนูญและรัฐประหารกับการเมืองสยามประเทศไทยจากกบฏ ร.ศ. 130 ถึงรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 หรือ ประชาธิปไตยกับอำมาตอธิปไตย, (น. 40-41). มูลนิธิโครงกาตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

เซี่ยกวง. (2546). กิจกรรมทางการเมืองของชาวจีนโพ้นทะเลในประเทศไทย (ค.ศ.1906-1939) (เชาวน์ พงษ์พิชิต, แปล), (น. 3-21). ศรีบูรณ์คอมพิวเตอร์-การพิมพ์.

แถมสุข นุ่มนนท์. (2531). เบื้องหลังการกบฏ ร.ศ. 130. ภาษาและหนังสือ.

แถมสุข นุ่มนนท์. (2522). การจับกุมทหารก่อกำเริบ ร.ศ. 130, (น. 12-16). วารสารสังคมศาสตร์.

ทิพย์สุดา ปิยะพันธ์. (2551). บทบาททางการเมืองของพรรคกั๋วหมินตั๋งก่อนการตั้งสาธารณรัฐประชาชนจีน ค.ศ. 1912-1949, (น. 28). สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะศิลปะศาสตร์ ศรีนครินรวิโรฒ.

นาย ต. บุญเทียม. ลัทธิไตรราษฎร์ (ซามีนจูหงี), (น. 95). พิมพ์ครั้งที่ 2. นายพันตำรวจเอก พัฒน์ นีลวัฒนานนท์.

ปรีดี พนมยงค์. (2515). บางเรื่องเกี่ยวกับการก่อตั้งคณะราษฎรและระบบประชาธิปไตย. ปราโมทย์ พึ่งสุนทร.

ร.ต. เหรียญ ศรีจันทร์ และร.ต. เนตร พูนวิวัฒน์. คณะทหารหนุ่ม กับแนวทาง “ประชาธิปไตย ในสยาม, (น. 7). สำนักพิมพ์มติชน.

ร.ต. เหรียญ ศรีจันทร์ และร.ต. เนตร พูนวิวัฒน์. (2503). ประวัติปฏิวัติครั้งแรกของไทย ร.ศ. 130 (พ.ศ. 2454), หมอเหล็งรำลึก ภาคปฏิวัติครั้งแรกของไทย ร.ศ. 130, เรียบเรียงโดย สด กูรมะโรหิต. บริษัทกิมกลีหงวน จำกัด

วาสนา วงศ์สุรวัฒน์. (2556). จากปฏิวัติซินไห่ ถึง กบฏ ร.ศ. 130 อะไรคือปฏิวัติ ? อะไรคือกบฏ ?

อะไรคือสำเร็จ ? อะไรคือล้มเหลว ?. ใน สุธาชัย ยิ้มประเสริฐ และทิพย์พาพร ตันติสุนทร (บ.ก.) , จาก 100 ปี ร.ศ.130 ถึง 80 ปี ประชาธิปไตย. (น. 39-76). บริษัท พี.เพรส จำกัด.

อ. วลาลักษณ์. (2521) การปฏิวัติซินไฮ่, (น. 203). สตาร์คอมพิวกราฟฟิคเพรส.

อัจฉราพร กมุทพิสมัย. (2524) กบฏ ร.ศ. 130 : ศึกษากรณีการปฏิรูปทางการปกครอง และกลุ่ม “ทหารใหม่”. (น. 94). ปริญญาโท อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

陈健民.论泰国 1932 年政变的性质[J]. 世界历史，1986(7):43-52

กลุ่มภาษาศาสตร์ (ภาษาไทย)

กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคม จากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์”

The use of words for satirical jokes about social issues From “HokChak Krub Jarn” (TV Show)

วริศรา ชุมพล*[1] รุ่งกานต์ พริกบางเข็ม*[2] และวิฑูรย์ เมตตาจิตร*[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคม จากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” โดยคัดเลือกจาก 52 ตอนที่มีการเผยแพร่ในปี พ.ศ.2563 ผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) ช่อง WorkpointOfficial วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเรื่องอารมณ์ขันของ เอลเมอร์ เอ็ม บลิสเตน (Elmer M. Blistein, 1978 อ้างถึงใน ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) ในการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างมุกตลกและหลังจากนั้นใช้กรอบแนวคิดวัจนกรรมของอุมาภรณ์ สังขมาน (2559) เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ภาษาเสียดสีที่ปรากฏอยู่ในมุกตลก ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคม ได้แก่ เรื่องเพศ ค่านิยม การศึกษาและความเหลื่อมล้ำในสังคม ซึ่งมีกลวิธีในการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสี 5 วิธี ได้แก่ 1) การใช้คำสองแง่สองง่าม 2) การใช้คำเหน็บแนม 3) การใช้คำนัยผกผัน 4) การใช้คำไม่เจาะจงเป้าหมาย 5) การใช้คำประสม ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการใช้ถ้อยคำมีบทบาทสำคัญในการสร้างมุกตลกเสียดสี ทำให้ผู้ชมมองเห็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในบรรยากาศที่ขบขันและยังช่วยลดความรุนแรงในการตำหนิวิพากษ์วิจารณ์

คำสำคัญ : กลวิธีการสร้างมุกตลก มุกตลกเสียดสี รายการหกฉากครับจารย์

[1-2] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[3] อาจารย์, สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

*Corresponding author Email: 6211110107@psu.ac.th 6211110289@psu.ac.th vitoon.m@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this article is to analyze strategies for the use of words for satirical jokes about social issues from "HokChak Krub Jarn" (TV Show). Selected from 52 episodes released in 2020 through YouTube's Workpointofficial channel. The analysis was based on Elmer M. Blistein's concept of humor (Prapassorn Pattaranavik, 1998 cited in Elmer M. Blistein, 1978) in the analysis of jokes and humor making strategies. Conceptual framework of Umaporn Sangkhaman (2016) in analyzing satirical expressions of humor. The results showed that strategies using words to create satirical jokes in social issues were found on four issues: gender, values, education and social inequality. There are 5 strategies for using words to create satirical jokes: 1) two-part words, 2) satirical sarcasm, 3) reverse formulation, 4) non-targeted formulation, and 5).compound word The results of the study reflect that the use of words play an important role in creating satirical jokes, allowing viewers to see the problems that arise in Thai society in the humorous atmosphere. Who is entertained and also reduces the severity of criticism.

Keywords : Funny jokes tactically , Satirical jokes , HokChak Krub Jarn (TV Show)

บทนำ

สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยไม่ว่าจะเป็นประเด็นการเมือง การศึกษา เศรษฐกิจ ซึ่งเป็นประเด็นที่ไม่สามารถพูดอย่างตรงไปตรงมาได้เนื่องจากจะก่อให้เกิดความรุนแรงได้ จึงมีการใช้ภาษาเพื่อสร้างมุกตลกในรูปแบบของการเสียดสี เหน็บแนม ถึงประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เห็นได้ชัดว่าการเสียดสีในสื่อบันเทิงโดยการใช้คำทำให้ผู้รับสารต้องมีการตีความหมายขึ้นมาผ่านวัจนกรรมเสียดสี ซึ่งสังคมไทยได้มีการผลิตสื่อที่สร้างความบันเทิงด้วยมุกตลกที่แฝงไปด้วยการเสียดสี เหน็บแนม โดยที่ในปัจจุบันสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก ภาพยนตร์ การ์ตูน และรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีมากมายหลายรายการ แต่รายการที่สร้างความขบขันและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากรายการหนึ่ง คือ รายการโทรทัศน์ "หกฉากครับจารย์" เป็นรายการที่นำเสนออารมณ์ขันผ่านรายการโทรทัศน์ โดยเนื้อหาของรายการจะนำเสนอเนื้อหาเป็นฉาก 6 ฉาก โดยแต่ละฉากจะเป็นฉากที่เกิดขึ้นในห้องเรียน เช่น ตู้ล็อคเกอร์ โรงอาหารโรงเรียน ห้องพักอาจารย์ หอพักนักเรียน ร้านซักรีด ซึ่งเนื้อหาหลักของรายการเป็นรายการที่ให้ความบันเทิงด้วยมุกตลกขบขันสะท้อนให้เห็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันในมุมตลกของครูอาจารย์ ผู้ปกครอง และนักเรียน รายการหกฉากครับจารย์ออกอากาศทางโทรทัศน์ช่อง Workpoint ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00 น. ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม 2562 และมีการเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) ผ่านช่อง WorkpointOfficial ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้รายการโทรทัศน์ "หกฉากครับจารย์" นั้นมีลักษณะเฉพาะตัว ประกอบกับรายการโทรทัศน์ "หกฉากครับจารย์" มีการออกอากาศทั้งทางโทรทัศน์และสื่อเว็บไซต์ยูทูบ จึงทำให้รายการโทรทัศน์ "หกฉากครับจารย์"เป็นรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมและยอดจำนวนเข้าชมเป็นจำนวนมากโดยพิจารณาจากยอดผู้เข้าชมในเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) ช่อง

WorkpointOfficial ลักษณะเด่นของรายการ คือ มีกลวิธีการใช้ภาษาสื่ออารมณ์ขันเพื่อสร้างมุกตลกในรูปแบบของการเสียดสีของผู้แสดงผ่านบทสนทนาระหว่างกันที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันและผ่อนคลายจากความเครียด

รายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์”ถือเป็นรายการตลกที่สร้างความผ่อนคลายให้กับผู้คนและผู้วิจัยเห็นว่ารายการหกฉากครับจารย์มีกลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกที่น่าสนใจซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันของ เอลเมอร์ เอ็ม บลิสเตน (Elmer M. Blistein, 1978 อ้างถึงใน ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) รวมไปถึงประเด็นเสียดสีผ่านมุกตลกที่เกิดขึ้นในรายการมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดวัจนกรรมของ อุมาภรณ์ สังขมาน (2559) เป็นประเด็นที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกับสภาพสังคมไทยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีสังคมในรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์”

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์”

วิธีการศึกษา

1) เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย บทความวิชาการ วารสาร และวิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับมุกตลก อารมณ์ขัน วัจนกรรมเสียดสี โดยสืบค้นข้อมูลจาก ระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) และเว็บไซต์อื่น ๆ

2) ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีอารมณ์ขันของ เอลเมอร์ เอ็ม บลิสเตน (Elmer M. Blistein, 1978 อ้างถึงใน ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) และกรอบแนวคิดวัจนกรรมของอุมาภรณ์ สังขมาน (2559) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสี

3) รวบรวมข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) ช่อง WorkpointOfficial เฉพาะตอนที่เผยแพร่ในปี พ.ศ.2563 เท่านั้น ซึ่งเป็นปีที่มีจำนวนผู้รับชมมากที่สุด มีจำนวน 52 ตอน โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีอารมณ์ขันของ เอลเมอร์ เอ็ม บลิสเตน (Elmer M. Blistein, 1978 อ้างถึงใน ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) และกรอบแนวคิดวัจนกรรมของ อุมาภรณ์ สังขมาน (2559) ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง กลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” มีการแสดงประเด็นทางสังคมทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ เรื่องเพศ ค่านิยม การศึกษา และความเหลื่อมล้ำในสังคม เป็นการนำคำมาใช้ในการเขียนบทประกอบการแสดงในแต่ละฉาก ทำให้เกิดอารมณ์ขันในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งบทที่นักแสดงแต่ละคนได้รับนั้นจะมีกลวิธีในการใช้คำเพื่อสร้างมุกตลกเสียดสี ซึ่งพบกลวิธีในการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสี 5 วิธี ได้แก่ 1) การใช้คำสองแง่สองง่าม 2) การใช้คำเหน็บแนม 3) การใช้คำนัยผกผัน 4) การใช้คำไม่เจาะจงเป้าหมาย 5) การใช้คำประสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลวิธีการสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคม

การใช้คำ	ร้อยละ
การใช้คำสองแง่สองง่าม	45.9
การใช้คำเหน็บแนม	40.6
การใช้คำนัยผกผัน	5.4
การใช้คำไม่เจาะจงเป้าหมาย	5.4
การใช้คำประสม	2.70
รวม	100

1. การใช้คำสองแง่สองง่าม คือคำที่มีความหมายตีได้เป็นสองนัย ทั้งความหมายธรรมดาที่สื่อความหมายแบบตรง ๆ และความหมายที่ส่อไปทางหยาบโลน มักใช้ในปริศนาคำทาย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) โดยในรายการ “หกฉากครับจารย์” มีการใช้คำกำกวมเพื่อเลี่ยง การกล่าวคำหยาบโลนอย่างตรงไปตรงมา พบการเสียดสีใน 4 ประเด็น ได้แก่ เพศ การศึกษา ค่านิยม ความเหลื่อมล้ำในสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องเพศ

(ก้อยคุยโทรศัพท์ในห้องน้ำ)

ก้อย : ตอนนี้เหรอ ฉันก็อยู่ห้องน้ำไงมัน<u>ขึ้นมาสองขีดเนี่ย</u>

ครูเพ็ญศรี : ครูมลิวัลย์คะ แน่นอนค่ะ ยัยก้อยท้องค่ะ

ก้อย : ครูพูดเรื่องอะไรคะ

ครูเพ็ญศรี : <u>พูดเรื่องเธอท้อง</u>

ก้อย : ใช่ค่ะหนูท้องค่ะ หนูท้องเสียค่ะครู มวลท้อง ท้องเสียอ่ะค่ะครูขา

ครูเพ็ญศรี : สองขีดล่ะ

ก้อย : น้ำหนักหนูค่ะครู

(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 23)

ตัวอย่างที่ 1 เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในห้องน้ำที่ครูเพ็ญศรีนั่งอยู่ในห้องน้ำและได้ยินเสียงก้อยคุยโทรศัพท์ “ขึ้นสองขีด”ซึ่งตีความหมายได้สองนัยว่า ที่ตรวจครรภ์ขึ้นสองขีดหรือน้ำหนักขึ้นสองขีด คำตอบของก้อยทำให้เกิดการตีความไปเองและทำให้ครูเพ็ญศรีเข้าใจก้อยผิด เป็นการใช้คำสองแง่สองง่ามสามารถตีความหมายได้สองนัย ทำให้เกิดการเข้าใจผิดว่าก้อยท้องเพื่อที่จะเสียดสีถึงปัญหาการท้องไม่พร้อมในสังคมไทย

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องเพศ ในด้านปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยเรียนหรือคุณแม่วัยใสในสังคมไทย เป็นปัญหาที่วัยรุ่นไทยกำลังเผชิญอยู่ ซึ่ง วาทินีย์ วิชัยยา (2556) ได้จำแนกสถานะทางสังคมวัยรุ่นหญิงที่ตั้งครรภ์ในวัยเรียนไว้ 3 สถานะ คือ การเป็นผู้หญิง นักเรียนหรือนักศึกษา และการเป็นแม่ ดังตัวอย่างข้างต้น ผู้แต่งให้ตัวละครก้อยเป็นผู้หญิงในวัยเรียนและโดนสงสัยว่าตั้งครรภ์ในวัยเรียน วัยรุ่นหญิงที่ตั้งครรภ์ในวัยเรียนมักจะโดนสังคมตัดสินในแง่ลบว่าเป็นผู้หญิงใจแตก ไม่รักนวลสงวนตัว ไม่ตั้งใจเรียน จะเห็นได้ว่าปัญหานี้ยังคงมีอยู่ในสังคมไทยและมีที่มาจากหลายสาเหตุ เช่น ความคึกคะนอง การเข้าถึงสื่อได้ง่าย การขาดความรู้ เนื่องจากคนไทยถูกปลูกฝังว่า ไม่ควรยุ่งเกี่ยวกับเรื่องเพศจึงเป็นเรื่องที่ไม่สามารถพูดคุยกันได้ตามปกติ อีกสาเหตุหนึ่ง คือเกิดจากสภาพความเป็นอยู่ในชุมชนที่พักอาศัยมีความเสี่ยง ไม่ปลอดภัย รวมทั้งสภาพความเป็นอยู่ในครอบครัวที่มีปัญหา พ่อแม่หย่าร้าง เด็กไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพ่อแม่และปัจจุบันในสังคมไทยก็ยังคงเป็นปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข

ตัวอย่างที่ 2 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำในสังคม

(สถานการณ์อุบัติเหตุบนท้องถนน)

ผู้ชาย1 : เองไม่เห็นรถรึไงวะห้ะ พี่ขับตรงมาเองขับมางี้ได้ไงอ่ะ

ผู้ชาย2 : พี่มา<u>ปาด</u>ผมได้ไง

ผู้ชาย1 : ก็ใช้เจลสิวะมันจะได้อยู่ทรงทั้งวันอ่ะ

ผู้ชาย2 : ก็เรียบแป้บไปเลยผมนี่ มันจะบ้าเหรอพี่ ไม่ใช่ หมายถึงพี่มา<u>ปาด</u>ผมอ่ะ

(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 38)

ตัวอย่างที่ 2 เป็นสถานการณ์อุบัติเหตุบนท้องถนน เป็นการสื่อสารระหว่างกันของคู่กรณี ซึ่งผู้ชายคนที่ 1 ถามว่า “พี่มา<u>ปาด</u>ผมได้ไง” ผู้ชายคนที่ 2 “ก็ใช้เจลสิวะมันจะได้อยู่ทรงทั้งวัน” คำว่า “ปาด” ตีความหมายได้สองนัยว่า กวาดออกหรือแซงตัดหน้า ซึ่งเป็นการใช้คำสองแง่สองง่ามสามารถตีความหมายได้สองนัย เพื่อจะกล่าวตำหนิการบังคับใช้กฎหมายที่อ่อนแอซึ่งเป็นสาเหตุ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางกฎหมาย

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องความเหลื่อมล้ำทางกฎหมายในสังคมไทย สาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนมีหลายปัจจัย เช่น การฝ่าฝืนกฎจราจร การดัดแปลงสภาพรถไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย การขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบของผู้ขับขี่ และปัจจัยด้านถนนที่ขาดการดูแล (เศรษฐกาญจน์ ทิพโอสถ, (ม.ป.ป.) ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ ทำให้ผู้ขับขี่มีนิสัยมักง่าย การใช้รถใช้ถนนเกิดความวุ่นวาย อันเนื่องมาจากการบังคับใช้กฎหมายที่อ่อนแอทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำขึ้นระหว่างผู้ที่เคารพกฎหมายและผู้ที่ไม่เคารพกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากการขาดการดูแลของรัฐ เช่น ถนนที่ชำรุดไม่ได้รับการซ่อมแซม การแบ่งแยกระหว่างเมืองกับชนบททำให้สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านคมนาคมเข้าไม่ถึงพื้นที่ชนบท

2. การใช้ถ้อยคำเหน็บแนม คือกลวิธีที่ผู้พูดใช้ถ้อยคำที่มีเจตนาวิพากษ์วิจารณ์ผู้ฟังด้วยการบ่งชี้ข้อผิดพลาดความบกพร่องหรือจุดอ่อนของผู้ฟังเป็นหลักกล่าวคือ เป็นการกล่าวถ้อยคำ เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดีกับ

ถ้อยคำนั้นๆ พบการเสียดสีใน 3 ประเด็น ได้แก่ เพศ การศึกษา ค่านิยม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 3 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องการศึกษา

ครู : พวกเธอทำทรงผมอะไรของเธอเนี่ย

นิ้กกี้ : อ่าวครู ตอนนี้เขาออกกฎใหม่แล้วครับ ให้นักเรียนมีอิสระเรื่องทรงผม
เก้า : ครูไม่อัพเดตเลย
ครู : มันอิสระก็จริงแต่มันก็ไม่ควรแฟชั่นขนาดนี้รึเปล่าอะ
นิ้กกี้ : ครูครับ อดใจไหวหรอครับพวกเราหล่อขยี้ใจสาวขนาดนี้
ครู : โอโห อย่าหล่อเลย ถ้าหล่อแล้วโง่ขนาดนี้

(หกฉากครับจารย์ ,ตอนที่ 40)

ตัวอย่างที่ 3 จากบทสนทนาข้างต้นครูได้มีการต่อว่านักเรียนที่ทำทรงผมที่แปลกตาไปจากการเป็นนักเรียน นักเรียนจึงได้อธิบายว่าโรงเรียนเราได้มีการให้อิสระด้านทรงผมกับนักเรียนแล้วแต่ในบทสนทนาได้มีการตำหนิ เหน็บแนมนักเรียนโดยใช้ประโยคว่า “โอโห อย่าหล่อเลย ถ้าหล่อแล้วโง่ขนาดนี้” ซึ่งในความเป็นจริงแล้วไม่ว่าไว้ทรงผมอะไรก็ไม่ได้ทำให้นักเรียนฉลาดหรือโง่ไปกว่าเดิม ทรงผมไม่ได้กระทบกับความรู้ หรือการเรียน แต่ถูกสังคมตั้งค่านิยมว่าการตัดผมหรือแต่งตัวทำให้ลดคุณค่าในตัวเองลงซึ่งไม่ถูกต้อง

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องการศึกษาไทย ในด้านกฎระเบียบล้าหลัง ประเด็นที่ถูกพูดถึงในวัยเรียนของสังคมไทยในยุคปัจจุบันคงจะเป็นการที่มีกฎระเบียบในโรงเรียนบางข้อที่ไม่มีเหตุผลที่มากพอต่อการปฏิบัติตาม เช่นการให้อิสระทรงผมแก่นักเรียน ในอดีตมีการทำโทษนักเรียนที่ทรงผมผิดระเบียบโดยการตี หรือการที่ครูตัดผมนักเรียนเพื่อเป็นการตักเตือน แต่ปรากฏว่าสิ่งเหล่านั้นคือการกระทำที่เป็นแผลในใจให้กับนักเรียนเนื่องจากการทำโทษหรือการไว้ทรงผมที่ไม่เข้ากับบุคลิกของนักเรียนแต่ละคนทำให้นักเรียนไม่มีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งการไว้ทรงผมไม่ได้ทำให้การเรียนแย่ลงแต่อย่างใด แต่กลับตั้งเป็นกฎระเบียบที่เคร่งครัดในประเทศไทยซึ่งเป็นประเด็นการกดขี่คุณค่าของแต่ละบุคคลเพียงแค่ไม่เป็นไปตามค่านิยมของสังคมไทย

ตัวอย่างที่ 4 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องค่านิยม

ผู้หญิง : (เจอรูปในกระเป๋าตังค์แฟน) เธอรักมันมากใช่มั้ย ถึงได้เอารูปผู้หญิงคนนี้เก็บไว้ในกระเป๋าตังค์แฟนอะ
ผู้ชาย : ดูดีๆ ก็นี่มันรูปมึงกับกู นี่มึงจำตัวเองไม่ได้เหรอ ดูดิ้นี่รูปตั้งแต่คบกันสมัยเรียนเลย
ผู้หญิง : ตัวเองเค้าเปลี่ยนไปตรงไหนบ้าง
ผู้ชาย : เวลาเปลี่ยนไปอะไรก็เปลี่ยนแปลง ดูสิเมื่อก่อนเธอตัวเล็ก ตัวบาง ผอม จมูกโด่งเลย นี่อยู่กันมาจมูกหายไปครึ่งละ
ผู้หญิง : ก็แก้มมันเบียดอะ
ผู้ชาย : ตีนกงตีกาจะเอาขึ้นมาทำไม

(หกฉากครับจารย์ ,ตอนที่ 42)

ตัวอย่างที่ 4 จากบทสนทนาข้างต้นได้กล่าวให้เห็นถึงสถานการณ์ที่ว่ามีการใช้คำพูดเหน็บแนม ผู้หญิงได้เปิดเจอรูปผู้หญิงคนอื่นในกระเป๋าสตางค์แฟนหนุ่มจึงได้ชวนทะเลาะ แต่ความจริงแล้วรูปผู้หญิงนั้นคือรูปของตนเองในอดีตที่ผอมและสวย เมื่อเทียบกับตอนนี้

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องค่านิยมมาตรฐานความงามของคนไทย

สถานการณ์ดังกล่าวได้เห็นถึงประเด็นของการล้อเลียน ตำหนิเสียดสีถึงรูปลักษณ์ภายนอกที่แต่งต่าง ไม่เป็นพิมพ์นิยมของสังคมไทยในปัจจุบัน ดังประโยคที่ว่า “เวลาเปลี่ยนไปอะไรก็เปลี่ยนแปลง ดูสิเมื่อก่อนเธอตัวเล็กตัวบาง ผอม จมูกโด่งเลย นี่อยู่กันมาจมูกหายไปครึ่งละ ”เปรียบเทียบกับเมื่อก่อนที่ผู้หญิงมีรูปร่างผอมบาง ตอนนี้อ้วนขึ้นจนไม่เห็นสันจมูกที่โด่ง โครงหน้าไม่ชัดเท่าเมื่อก่อน แต่อย่างไรก็ตามการที่มนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปลักษณ์ภายนอกก็ไม่ผิดแปลก แต่เป็นการตำหนิเพียงเพราะไม่ได้เป็นตรงตามค่านิยมของสังคมไทย

3. การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน หมายถึง การพูดอย่างหนึ่งที่มีความหมายตรงกันข้ามอย่างจงใจหรือการพูดในสิ่งที่ผู้พูดเชื่อว่าเป็นเท็จ และการละเมิดเงื่อนไขความจริงใจของวัจนกรรม (ชาสินี สำราญอินทร์ (ม.ป.ป.) อ้างถึงใน ณัฐพร พานโพธิ์ทอง ,2549) พบการเสียดสีใน 3 ประเด็น ได้แก่ เพศ ค่านิยม ความเหลื่อมล้ำในสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ยกตัวอย่างเช่น

3.1 การใช้ถ้อยคำที่มีความหมายตามรูปขัดแย้งกับถ้อยคำใกล้เคียง เป็นการกล่าวถ้อยคำหนึ่งที่มีความหมายขัดแย้งกันกับความหมายของอีกถ้อยคำหนึ่ง

ตัวอย่างที่ 5 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องเพศ

(สถานการณ์กลุ่มผู้ชายแซวผู้หญิง)

เจส : ทำเป็นมองทำเป็นจ้อง นี่ถ้าน้องไม่อยากท้องอ่ะก็อย่าจ้องหน้าพี่

วิน : ด่าได้แต่อย่ายิ้ม เพราะพี่จ้องฟันหนูอยู่

(กลุ่มผู้หญิงให้เติ้กแต่งหญิงเพื่อให้รู้ว่าเมื่อโดนแซวแล้วรู้สึกอย่างไร)

เจส : ไอ้เติ้ก

เติ้ก : เค้าเอง

เจส : แล้วไปใส่ชุดไรสภาพนี้เนี่ยหะ ใครทำมึงบอกกู

แตงโม : พวกฉันเอง

เจส : เฮ้ย น้องนมโต เอ้ย น้องแตงโม

เติ้ก : อย่าไปพูดกับเขาอย่างนั้น

เจส : ทำไมอ่ะ

เติ้ก : มันไม่ดีกับเพศหญิง คืออยู่ ๆ กูก็รู้สึกเข้าใจพวกเขาขึ้นมาอ่ะ กุขอออกจากแก๊งพวกมึงนะกูไม่อยากแซวแล้วอะ กูชอบถูกแซวมากกว่า

เจส : พอกันทีไอ้วิน พอ กูทนไม่ไหวกับมึงละ มึงอ่ะชอบคุกคามทางเพศ กูจะย้ายแก๊งค์

(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 22)

ตัวอย่างที่ 5 เป็นสถานการณ์ที่กลุ่มผู้ชายกำลังแซวผู้หญิงด้วยมุกตลกคุกคามทางเพศและเติ้กโดนกลุ่มผู้หญิงจับแต่งหญิงเพื่อให้รู้ว่าเมื่อโดนแซวแล้วรู้สึกอย่างไร เมื่อพิจารณาจะเห็นว่าในบทของตัวละครเติ้ก ผู้แต่งใช้ถ้อยคำว่า “มันไม่ดีกับเพศหญิง” “กูไม่อยากแซวแล้วอ่ะ” ซึ่งคำว่า “ไม่”มีความหมายในเชิงปฏิเสธ และถ้อยคำที่ตามมาคือ “กูชอบถูกแซวมากกว่า” คำว่า “ชอบ” มีความหมายในเชิงบวก ไม่ดี ไม่อยากแซวแต่ชอบ

ถูกแซว ซึ่งเป็นถ้อยคำที่ขัดแย้งกัน เพื่อต้องการเสียดสีการเล่นมุกตลกคุกคามทางเพศในสังคมไทย

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องเพศในด้านการคุกคามทางเพศโดยการใช้มุกตลก คนไทยบางกลุ่มเป็นคนตลกสามารถหัวเราะได้กับทุกเรื่องแม้กระทั่งบนความทุกข์ของคนอื่นอย่างการเล่นมุกตลกคุกคามทางเพศยังคงแพร่หลายในสังคมไทยไม่ว่าจะเป็นในสื่อออนไลน์หรือในชีวิตประจำวัน ซึ่งจัดเป็นการคุกคามทางวาจารูปแบบหนึ่ง สื่อไปในทางเพศอย่างไม่ตรงไปตรงมามักมีเนื้อหาทะลึ่ง ดังบทสนทนาตัวอย่างข้างต้น เช่น “ทำเป็นมองทำเป็นจ้องนี่ถ้าน้องไม่อยากท้องอ่ะก็อย่าจ้องหน้าพี่” “ด่าได้แต่อย่ายิ้มเพราะพี่จ้องฟันหนูอยู่” ผู้พูดรู้สึกสนุก ตลก แต่ผู้รับสารอาจรู้สึกไม่พอใจ อึดอัดและเกิดความรู้สึกถูกลำเส้นได้ถึงแม้ว่าผู้พูดจะไม่ได้มีเจตนาร้ายก็ตาม

3.2 การใช้ถ้อยคำกล่าวเกินจริง เป็นการกล่าวให้เกินความจริงกว่าปกติ ซึ่งเป็นการใช้ถ้อยคำกล่าวถึงสิ่งที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จริงในชีวิตประจำวัน เพื่อที่จะเสียดสีพฤติกรรมของผู้ที่มีพฤติกรรมเหมือนกับตัวละคร

ตัวอย่างที่ 6 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำในสังคม

(สถานการณ์เด็กนักเรียนโดนเพื่อนทำร้ายจึงเชิญผู้ปกครองมาเจรจา)

คุณแม่ : ก็บอกเค้าไปสิคะ บอกว่าลูกเค้าต้องโดนไล่ออก

คุณพ่อ : ผมมีมือถืออยู่แปดเครื่อง ท่าน ผอ.เอาไปใช้เถอะครับ นั่งดูทีวีเล็กๆน้อยๆ ครับท่านผ.อ. รับไปเถอะครับที่บ้านผม 74 เครื่องครับ

ผู้อำนวยการ : นั่นบ้านหรือร้านทีวี

คุณแม่ : ถึงไหนแล้วคะ พิจารณาโทษสิ ถ้าลูกโดนต่อย ไม่ยอมนะคะ

คุณพ่อ : ค่าทำขวัญ (ยื่นทอง)

คุณแม่ : อ๋อ ไม่เป็นไรค่ะเด็กมันทะเลาะกัน คุณพ่อไม่น่าต้องเดือดร้อนนะคะ

คุณพ่อ : <u>คือผมอยากให้เค้าอายุครบ 20 แล้วมาบวชให้ลูกชายผม</u>

ผู้อำนวยการ : จำไว้นะ จำไว้ นี่คุณลุงเนี่ยเค้าอุตส่าห์อนุเคราะห์เมตตา คราวหลังอย่าทำไรไม่ดีอีก

เจแปน : กุโดนต่อยฟรีเลย

(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 31)

ตัวอย่างที่ 6 เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโรงเรียน เด็กนักเรียนโดนเพื่อนทำร้ายและผู้อำนวยการโรงเรียนก็ได้เรียกพบผู้ปกครองเพื่อเจรจา ผู้ปกครองของนักเรียนที่เป็นฝ่ายทำร้ายเพื่อนเป็นคนที่มีฐานะดี จึงมีการติดสินบนกับผู้อำนวยการโรงเรียนและผู้ปกครองของเด็กที่โดนทำร้าย เพื่อให้ผู้ปกครองของเด็กและทางผู้อำนวยการโรงเรียนไม่เอาโทษ ผู้แต่งเลือกใช้คำที่กล่าวเกินจริงอย่างประโยคที่ว่า “ผมอยากให้เขาอายุ 20 แล้วมาบวชให้ลูกชายผม” เป็นคำที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จริงในชีวิตประจำวัน เพื่อเสียดสีพฤติกรรมของคนในสังคมไทยที่ใช้อำนาจของเงินในการแก้ปัญหาและเอาเปรียบผู้อื่นที่ด้อยกว่า

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องความเหลื่อมล้ำทางด้านชนชั้น ใน

ปัจจุบันคนรวยชอบเอาเปรียบคนจนโดยการใช้เงินในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ตัวเองพ้นโทษดังตัวอย่าข้างต้นที่คุณพ่อติดสินบนกับผู้อำนวยการโรงเรียนและผู้ปกครองของเด็กที่โดนทำร้าย โดยการใช้อำนาจของเงิน จะเห็นได้ตามข่าวคนรวยมักพ้นโทษหรือได้ลดโทษเพราะมีการติดสินบนเป็นเหตุมาจากความเหลื่อมล้ำของสังคมไทยทำให้คนรวยมีอิทธิพลอยู่เหนือกฎหมายคนจนจึงโดนเอารัดเอาเปรียบและไม่ได้รับความเท่าเทียมกันในสังคม

4. การใช้คำไม่เจาะจงเป้าหมาย คือการใช้คำที่มีความหมายไม่เฉพาะเจาะจงที่ผู้พูดไม่สามารถ อ้างอิงถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ชัดเจนแต่ผู้ฟังสามารถตีความได้ว่าผู้พูดกำลังเสียดสีผู้ฟังอยู่ มีจุดประสงค์เพื่อจะกล่าวตำหนิบุคคลนั้น ๆ พบการเสียดสีใน 2 ประเด็น ได้แก่ ค่านิยม การศึกษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 7 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องการศึกษา

ครูเพ็ญศรี : ไหนลองแต่งประโยคด้วยคำว่าจรรยาบรรณ
เจแปน : ครู<u>บางคน</u>ไม่มีจรรยาบรรณ อาจทำให้นักเรียนขาดความเชื่อถือได้ ถูกไหมครับครู
ครูเพ็ญศรี : ครบนะ เดี๋ยวลองอีกประโยคนึง เลื่อนขั้น
เจแปน : ครู<u>บางคน</u>ที่เอารัดเอาเปรียบนักเรียนอาจจะทำให้ไม่ได้เลื่อนขั้น ถูกไหมครับครู
ครูเพ็ญศรี : ถูกแต่ขาดไปอย่างนึง
เจแปน : ขาดอะไรครับครู
ครูเพ็ญศรี : เอา<u>บางคน</u>ออก เติมชื่อเพ็ญศรีเลยก็ได้
(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 23)

ตัวอย่างที่ 7 เป็นบทสนทนาระหว่างครูกับนักเรียน ในฉากครูเพ็ญศรีได้ให้เจแปนลองฝึกแต่งประโยคจากคำที่ยกตัวอย่างให้ คือคำว่า “จรรยาบรรณ”และ“เลื่อนขั้น” ผู้แต่งตั้งใจใช้คำที่ไม่เจาะจงเป้าหมายอย่างคำว่า “บางคน” เป็นการกล่าวเพื่อที่จะตำหนิแบบไม่เจาะจงว่าอ้างถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องการศึกษา ในด้านพฤติกรรมไม่เหมาะสมของครู ทุกวันนี้ในสังคมไทยยังมีครูบางคนที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม ละเมิดจรรยาบรรณวิชาชีพครู ซึ่งจะมีให้เห็นได้ตามข่าวหรือสื่อโซเชียลมากมายที่เผยแพร่พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของครู ไม่ว่าจะเป็นการลงโทษนักเรียนเกินกว่าเหตุ การล่วงละเมิดทางเพศ ครูวางตัวใกล้ชิดนักเรียนเกินขอบเขตจนนำไปสู่ปัญหาชู้สาว การใช้วาจาที่ไม่สุภาพรุนแรง ฯลฯ ซึ่งในรายการหกฉากครับจารย์ ผู้แต่งก็ได้นำมาล้อเลียนเสียดสีพฤติกรรมอันไม่เหมาะสมของครูผ่านมุกตลก ปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมเหล่านี้ส่งผลให้อาชีพครูนั้นเสื่อมเสียและเป็นที่น่ารังเกียจของสังคม

5.การใช้คำประสม คือการใช้คำที่มีความหมายเหมือนกันมาประสมกับอีกคำหนึ่งที่มีความหมายต่างกันเพื่อให้เกิดความหมายใหม่ ซึ่งเป็นการใช้คำประสมที่มีจุดประสงค์เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงคำที่สื่อความหมายแบบตรง ๆ พบการเสียดสีในประเด็นเรื่องเพศ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 8 การใช้ภาษาเสียดสีในประเด็นเรื่องเพศ

เภสัช : สวัสดีสวัสดี รับอะไรดีครับ น้องต้องการยาอะไรยังไงบอกพี่ได้นะครับ

เจแปน : ครับๆได้ครับเดี๋ยวผมบอกครับพี่ (ทำไงดีวะเนี่ยไม่กล้าด้วย) เอ่อ..พี่ครับผมจะซื้อถุง...

เพื่อน 1 : เฮ้ยแปนเป็นไงบ้างวะเฮ้ยทำไรเนี่ยทำไร

เจแปน : เอ่อถุงน่องครับ

เจแปน : คือพี่ครับ คือเอาจริงๆนะ ผมอยากได้ถุง...

เพื่อน 2 : แปน!!

เจแปน : อ้าว เฟิร์น

เภสัช : ถุงอะไรน้อง

เจแปน : ถุงมือยาง

เภสัช : น้องครับได้แล้วครับ ถุงมือ

เจแปน : พี่ครับคือเอาตรงๆเลยนะครับ ผมต้องการจะซื้อถุง..

เพื่อน 1 : เฮ้ยมึงซื้อของนานจังวะเพื่อน นี่กูเดินกลับไปกลับมามึงก็ยังอยู่นะเนี่ย

เภสัช : น้องๆๆ เมื่อกี้น้องบอกน้องซื้อถุงอะไรนะ

เจแปน : ถุงนอนครับ

เภสัช : ได้ละครับ ถุงนอน

เจแปน : พี่ครับเอาตรงๆเลยนะครับพี่ มาร้านพี่เนี่ยผมจะซื้อถุงยาง

(หกฉากครับจารย์ , ตอนที่ 17)

ตัวอย่างที่ 8 เป็นบทสนทนาระหว่างนักศึกษากับเภสัช เป็นฉากที่นักศึกษาตั้งใจจะมาซื้อ “ถุงยางอนามัย” แต่ไม่กล้าบอกออกไปตรงๆ รู้สึกอายเมื่อพบกับบุคคลที่ตนรู้จักตอนที่กำลังจะซื้อถุงยางอนามัย จึงหลีกเลี่ยงการพูดคำว่า “ถุงยาง”ออกไปตรงๆ โดยการซ้ำคำว่า “ถุง”ประกอบกับ คำอื่นเป็น “ถุงน่อง” “ถุงมือ” “ถุงนอน”

การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารถึงประเด็นทางสังคมในเรื่องเพศ ในด้านสังคมไทยยังไม่เปิดกว้างเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ ทำให้การพูดถึงเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ อย่างตรงไปตรงมากลายเป็นเรื่องที่น่าอับอาย ดังตัวอย่างข้างต้นเจแปนไม่กล้าซื้อถุงยางอนามัยเพราะรู้สึกอายเมื่อพบกับบุคคลที่ตนรู้จักตอนที่กำลังจะซื้อถุงยางอนามัย การศึกษาไทยการสอนเรื่องเพศในวิชาสุขศึกษายังเป็นเรื่องที่ไกลตัวและไม่สามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตจริงได้ วัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังเจริญเติบโตทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ หากไม่ได้รับความรู้เรื่องการมีเพศสัมพันธ์ ที่ถูกต้อง เมื่อปัญหาเกิดขึ้นมักจะไม่กล้าปรึกษาปัญหากับผู้ใหญ่เพราะโดนสังคมขัดเกลาว่าการมีเพศสัมพันธ์ เป็นเรื่องที่เด็กไม่ควรรู้เมื่อเด็กไม่มีความรู้ก็จะนำพาไปสู่การมีเพศสัมพันธ์ แบบผิด ๆ ซึ่งปัญหาที่ตามมานั่นคือ การท้องก่อนวัยอันควร การท้องไม่พร้อม โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ปัญหาเหล่านี้จะโดนสังคมตำหนิจนรู้สึกอับอาย ซึ่งการมีเพศสัมพันธ์ เป็นเรื่องธรรมชาติที่ไม่ควรเป็นเรื่องน่าอับอาย

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องกลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” ผลการศึกษาพบว่า พบประเด็นสังคม ได้แก่ เรื่องเพศ ค่านิยม การศึกษาและความเหลื่อมล้ำในสังคม ซึ่งมีกลวิธีในการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสี 5 วิธี ได้แก่ 1) การใช้คำสองแง่สองง่าม พบ 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.9, 2) การใช้คำเหน็บแนม พบ 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.6, 3) การใช้คำนัยผกผัน พบ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4, 4) การใช้คำไม่เจาะจงเป้าหมาย พบ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4, 5) การใช้คำประสม พบ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.70 ซึ่งกลวิธีที่พบมากที่สุด คือ การใช้คำสองแง่สองง่ามและกลวิธีที่พบน้อยที่สุด คือ การใช้คำซ้ำ

อภิปรายผลการศึกษากลวิธีการใช้คำสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” ในข้างต้นผู้ดำเนินรายการหกฉากครับจารย์ ได้ถ่ายทอดเรื่องราว ต่างๆ ในชีวิตประจำวันในแต่ละด้าน โดยผ่านการ พูดคุย เล่นมุกตลกโดยมีการเสียดสี เหน็บแนมสอดแทรก ไปในเรื่องราวนั้นๆ จนเป็นประเด็นในสังคม ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอุมาภรณ์ สังขมาน (2559,น.175) ที่ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง กลวิธีทางภาษาในวัจนกรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันของไทย ตรงที่มีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความตลกขบขัน ซึ่งมีแตกต่างกันตรงกลวิธีทางภาษา 6 วิธี ได้แก่ การใช้ถ้อยคำเชิงคำถามวาทศิลป์ การใช้ถ้อยคำเชิงเปรียบ การใช้ถ้อยคำล้อเลียน การใช้ถ้อยคำกระทบ การใช้ถ้อยคำเหน็บแนม และการใช้ถ้อยคำประชดประชัน ในการดำเนินเรื่องของผู้ดำเนินรายการ โดยมีการถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ขันแต่ละบุคคล ทำให้สามารถนำเรื่องราวต่างๆ มาล้อเลียนกันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การตำหนิเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกตลอดจนการใช้คำพูดในเชิงคุกคามทางเพศ ที่เป็นประเด็นปัญหาในสังคม ในยุคปัจจุบัน ซึ่งใช้ทฤษฎีอารมณ์ขันของ เอลเมอร์ เอ็ม บลิสเตน (Elmer M. Blistein, 1978 อ้างถึงใน ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างมุกตลกและนำกรอบแนวคิดวัจนกรรมของ อุมาภรณ์ สังขมาน (2559) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ภาษาเสียดสีที่ปรากฏอยู่ในมุกตลก

จากสถานการณ์ในรายการโทรทัศน์ “หกฉากครับจารย์” ผู้ดำเนินรายการจะสร้างสถานการณ์เพื่อสร้างความขบขัน เพื่อให้ปัญหาดังกล่าวคลี่คลายจะเห็นได้ว่าอารมณ์ขันไม่เพียงแต่ช่วยทำให้คนรู้สึกผ่อนคลายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถช่วยลดความขัดแย้ง สร้างความประนีประนอมระหว่างบุคคลได้อีกด้วย ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอลงกต เพชรศรีสุก (2561) ที่ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่องบทบาทของทัศนศิลป์ที่มีต่อสังคม ได้การล้อเลียน คือ การเย้ยหยัน เสียดสีผู้คนหรือสถาบันเพื่อให้พวกเขาเปลี่ยนการกระทำ การล้อเลียน ไม่เพียงแค่ทำให้คลายเครียด หยอกล้อ และเรียกเสียงหัวเราะเท่านั้น ยังสามารถใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงและแก้ไขสถานการณ์นั้นๆได้ สอดคล้องกับวิจัยของปวริส มินา (2561) ที่ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์ความตลกในรายการโทรทัศน์ไทย ได้กล่าวไว้ว่า การสอดแทรกมุกตลก หยอกล้อ แซว ล้อเลียน ไม่เว้นแม้กระทั่งล้อเลียนตัวเอง แสดงให้เห็นถึงความ ฉลาดในการริเริ่มสร้างสรรค์และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นบนเวที ศักยภาพและความฉลาดของนักแสดงตลกมีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของรายการโทรทัศน์ จากการนำเสนอแบบเก่ากลายมาเป็นการนำเสนอแบบใหม่ ซึ่งถือเป็นจุดเด่น เพราะทำให้เกิดความหลากหลายมากขึ้นทั้งสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และผู้ชม

ประเด็นที่พบจากการใช้กลวิธีการสร้างมุกตลกเสียดสีมักจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับ เรื่องเพศ สังคม โรงเรียน ความเหลื่อมล้ำและค่านิยมของคนไทย ซึ่งเลี่ยงที่จะพูดคุยกัน ทางกลับกันในสังคมไทยกลับใช้มุกตลกในการสื่อสาร เพื่อเสียดสีประเด็นสังคมซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของชาสินี สำราญอินทร์, พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ และชัญญา ลี้ศัตรูพ่าย (ม.ป.ป.,น.175) ที่ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่องกลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีในรายการ เจาะข่าวตื้น ซึ่งเรื่องราวส่วนใหญ่ที่พิธีกรนำเสียดสีนั้น มักเป็นเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับการบริหารงานของรัฐบาลและเรื่องที่รองลงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีชื่อเสียง ในวงการบันเทิง ทั้งนี้เนื่องมาจากรายการเจาะข่าวตื้นเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่ตอบสนองต่อประเด็นพิจารณาของคนในสังคม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการสร้างมุกตลกเสียดสีในประเด็นสังคมจากรายการ “หกฉากครับจารย์” ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1.ควรมีการศึกษากลวิธีการสร้างมุกตลกเสียดสีจากรายการโทรทัศน์อื่น ๆ

2.ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการสร้างมุกตลกเสียดสีระหว่างรายการโทรทัศน์ที่ไม่มุ่งเน้นการเสียดสีกับรายการโทรทัศน์ที่มุ่งเน้นการเสียดสี

เอกสารอ้างอิง

ชาสินี สำราญอินทร์ พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ และชัญญา ลี้ศัตรูพ่าย. (ม.ป.ป.). *กลวิธีการใช้ภาษาเสียดสีในรายการ “เจาะข่าวตื้น”(รายงานการวิจัย).* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประภัสสร ภัทรนาวิก. (2541). การซุบซิบนินทาในเชิงล้อเลียน เสียดสี ชวนขบขัน ในคอลัมน์คัทลียาจ๊ะจ๋าของคัทลียา นุดล. *วารสารปาริชาติ*, 10(2), 17-18. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/69873

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. กรุงเทพฯ: นามีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์

วาทินีย์ วิชัยยา. (2556). *“แม่วัยรุ่น”: ประสบการณ์ชีวิต เพศภาวะ และเพศวิถี* (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก https://shorturl.asia/FbOA2

เศรษฐกาญจน์ ทิพโอสถ. (ม.ป.ป.). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนน กรณีศึกษา ถนนศุภสารรังสรรค์ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่* (รายงานผลการวิจัย). (ม.ป.ท.). (ม.ป.พ).

อุมาภรณ์ สังขมาน. (2559). กลวิธีทางภาษาในวัจนกรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันของไทย. *วารสาร มนุษยศาสตร์*, 23(1), 154-160. สืบค้นจาก https://shorturl.asia/HOBZI

กลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี
Linguistic Strategies in the Bohbah Family Livestream

ธัญชนก สังขะกูล[*1] ศุภิสรา ทองกาญจน์[2] สุธาสินี รักจันทร์[3] และอภิชญา แก้วอุทัย[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีผ่านเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight) จากเกม Dead by daylight โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปไลฟ์สตรีมบนแพลตฟอร์มยูทูปผ่านไลฟ์สตรีมช่อง **iamSometimes** สมาชิกของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี จำนวน **3** คลิป คือ โบ๊ะบ๊ะกับเควสคำผวน, โบ๊ะบ๊ะกับตู้มหัศจรรย์และการอำผี และเมื่อโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีกลายเป็นเทเลทับบี้ ในการแข่งขันดบดลชิงเงินรางวัล **60** ทรู ผลการศึกษาพบกลวิธีการใช้ภาษา แบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) วัจนภาษา ด้านการใช้คำ ปรากฏการใช้คำสรรพนาม การใช้คำสแลง การใช้ภาษาปาก การใช้คำระดับ การใช้คำลงท้าย การใช้คำใหม่ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และการใช้คำผวน 2) อวัจนภาษา ปรากฏการแสดงออกทางสายตา (เนตรภาษา) การแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล (อาการภาษา) และน้ำเสียง (ปริภาษา) และ 3) ลีลาภาษาด้านรูปแบบ ปรากฏวัจนลีลาแบบเป็นกันเอง และวัจนลีลาแบบสนิทสนม

คำสำคัญ: กลวิธีการใช้ภาษา ไลฟ์สตรีม โบ๊ะบ๊ะแฟมิลี

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์ ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: 6211110090@psu.ac.th

Abstract

Research study on “Language Strategies in The Bohbah Family Live Stream” aims to study the language usage in The Bohbah Family livestream through Dead by Daylight game. From the game Dead by daylight, by collecting data from transcripts of live streams on the YouTube platform via live streams on iamSometimes channel, members of the Bohbah Family, in the amount of 3 clips, namely, Bohbah and Quest rhetoric, Boba and the magic cabinet and ghost and when the Boba Family becomes Teletubbies in the competition, win prize money 60 True. The results showed that The Bohbah Family group is unique, divided into 3 areas 1) verbal language use of words found that the 8 most common verbal verbs were the use of pronouns, slang, oral language, level words, suffixes, new words, English transliteration, and inflections. 2) nonverbal linguistic aspect, linguistic symptoms and eye language 3) linguistic style in form Friendly style and intimate speech.

Keywords : Language Strategies, Live Stream, Bohbah Family

บทนำ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวว่า ปัจจุบันอาชีพในสังคมไทยมีความหลากหลาย ไม่เพียงแต่อาชีพประจำเท่านั้น ผู้คนเริ่มหันมาสนใจอาชีพที่สามารถทำได้ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เริ่มจากการหารายได้เสริมสู่การทำเป็นอาชีพหลัก เนื่องจากทุกคนสามารถเข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้ง่าย และหนึ่งในอาชีพที่ได้รับความนิยม คือ อาชีพสตรีมเมอร์ โดยอาชีพนี้เป็นการไลฟ์สตรีมการเล่นเกมให้ผู้ชมในโลกออนไลน์ได้รับชมผ่านช่องทางการไลฟ์สตรีม เช่น ยูทูป (YouTube) ทวิช (Twitch) และเฟซบุ๊ก (Facebook)

เกม คือ การแข่งขันที่มีกติกากำหนด เช่น เกมกีฬา การเล่นเพื่อความสนุก เช่น เกมคอมพิวเตอร์ การแสดงเพื่อสาธิตกิจกรรม เช่น เกมการบริหาร โดยปริยายหมายถึงการแสดงที่ใช้กลวิธีหรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อหักล้างกัน เช่น เกมการเมือง ลักษณนามเรียกการแข่งขันหรือการเล่นที่จบลงด้วยการแพ้ชนะกันครั้งหนึ่ง ๆ เช่น เล่นแบดมินตัน 3 เกม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งการเล่นเกมเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยผ่อนคลายจากความตึงเครียดในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้คนหันมาสนใจเล่นเกมมากขึ้นและพัฒนาความสามารถด้านการเล่นเกมจนสามารถทำเป็นอาชีพได้ เมื่อเป็นที่รู้จักแล้วจึงต่อยอดจากการไลฟ์สตรีมเล่นเกมไปสู่การรับโฆษณาจากผู้สนับสนุน ซึ่งทุกสินค้าสามารถเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นได้จากการโฆษณาของกลุ่มสตรีมเมอร์

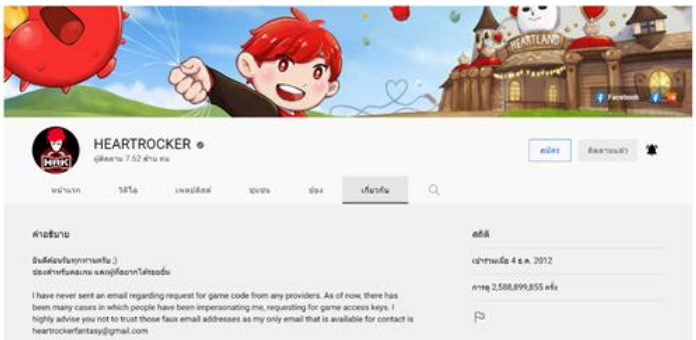
ส่วนใหญ่อาชีพสตรีมเมอร์เริ่มจากการทำเป็นอาชีพเสริมแต่เมื่อมีความรู้สึกเบื่อหน่ายจากอาชีพประจำจึงผันตัวมายึดอาชีพสตรีมเมอร์เป็นอาชีพหลัก นอกจากอาศัยความชอบส่วนบุคคลยังเป็นการทำงานที่ผ่อนคลายและสร้างรายได้ เมื่อยึดอาชีพสตรีมเมอร์เป็นอาชีพหลักก็มีเวลาในการพัฒนาทักษะของตนเองเพิ่มมากขึ้น จากวันละ 2-3 ชั่วโมงเป็น 4-6 ชั่วโมง แต่อาชีพสตรีมเมอร์ไม่ง่ายที่จะประสบความสำเร็จต้องอาศัยหลายปัจจัย การที่สตรีมเมอร์จะเป็นที่รู้จักจะต้องมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองเพื่อเป็นการสร้างตัวตน และดึงดูดผู้ชม คุณลักษณะที่สตรีมเมอร์ต้องมี คือ ความรักในอาชีพ ความรู้ความสามารถด้านเทคนิคคอมพิวเตอร์ ความมั่นใจในตัวเอง การวางตัว และที่สำคัญ คือ ทักษะด้านการพูดของสตรีมเมอร์ ต้องมีลีลาภาษาทั้งในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา หากขาดด้านใดด้านหนึ่ง ผู้ชมจะตัดสินว่าไม่น่าติดตาม (ศุขธัช ชำนาญกิจ ภัทรวรรธน์

จีรพัฒน์ธนธร และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2564, น. 34-35)

โบ๊ะบ๊ะแฟมิลี คือ กลุ่มของสตรีมเมอร์ในยูทูป (YouTube) ทวิช (Twitch) และเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยสมาชิกของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีประกอบไปด้วย เอกจากช่อง Heartrocker โปเต้จากช่อง IamSometimes แพทตี้จากช่อง Patiiz PTZ กล้าจากช่อง CigaretteS TV เจมส์จากช่อง jamezconer พีจากช่อง Mr Yearn กายจากช่อง Zylnazter และ เอฟจากช่อง BrOwnii3z ปัจจุบันโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีได้จัดตั้งบริษัทที่มีชื่อว่า ใส่นัวแฟมิลี โดยมีสมาชิกเพิ่มขึ้น 2 คน คือ เบสจากช่อง 1000Prueni และ เคซีคจากช่อง KS139 ซึ่งโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้ที่สนใจในด้านเกมทุกเพศทุกวัย ยอดผู้ติดตามแต่ละช่องมีความหลากหลายโดยเริ่มตั้งแต่ 8.72 หมื่น และมียอดผู้ติดตามสูงสุดอยู่ที่ 7.62 ล้านคน โดยยอดผู้ชมสูงสุดอยู่ที่ 2,588 ล้านครั้งจากช่องของเอก Heartrocker หนึ่งในสมาชิกของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีผ่านช่องทางยูทูป (YouTube) นอกจากนี้ยังได้รับการพูดถึงผ่านช่องทางทวิตเตอร์ (Twitter) จนติดอันดับความนิยมในประเทศไทยอันดับที่ 1 มียอดผู้กล่าวถึงจำนวน 52,000 ครั้ง และอีกหนึ่งการประสบความสำเร็จของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี คือการจัดตั้งบริษัทใส่นัวแฟมิลี่ เป็นสิ่งยืนยันให้เห็นถึงการเติบโตในอาชีพสตรีมเมอร์ ดังข้อมูลต่อไปนี้



ที่มาภาพที่ 1 : https://twitter.com/KhunkeSw/status/1266393985582432256



ที่มาภาพที่ 2 : https://www.youtube.com/c/MRHEARTROCKERz/about

โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีมีการไลฟ์สตรีมเล่นเกมที่หลากหลาย ซึ่งเกมที่ได้รับความนิยมที่สุดคือเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight) ในการถ่ายทอดสดมีผู้เข้าชมสูงสุดถึง 70,000 คน โดยเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight) เป็นเกมแนวสยองขวัญเอาชีวิตรอด แบ่งผู้เล่นออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ล่า (Killer) จำนวน 1 คน และฝ่ายเอาชีวิตรอด (Survival) จำนวน 4 คน หน้าที่ของแต่ละฝ่ายจะแตกต่างกัน ฝ่ายเอาชีวิตรอด

(Survival) หน้าที่คือ การซ่อมเครื่องปั่นไฟจำนวน 5 เครื่อง เพื่อเปิดประตูทางออกหรือท่อที่เป็นทางออกอีกทางหนึ่งแต่ในกรณีนี้ผู้เล่นจะต้องเหลือ 2 คน และปั่นไฟจำนวน 3 เครื่อง ท่อจึงจะปรากฏและต้องมีกุญแจที่หาได้จากในเกมจึงจะสามารถเปิดได้ อีกกรณีหนึ่งคือเมื่อผู้เล่นเหลือคนสุดท้ายของเกม ท่อก็จะปรากฏและสามารถหลบหนีได้โดยไม่ต้องใช้กุญแจ หน้าที่ของฝ่ายผู้ล่า (Killer) คือขัดขวางการซ่อมเครื่องปั่นไฟของผู้เล่นฝ่ายเอาชีวิตรอด (Survival) โดยการไล่ฆ่าและจับตัวผู้เล่นแขวนไว้กับเสาที่มีตะขอเพื่อรอผู้เล่นคนอื่นมาช่วย หากผู้เล่นโดนแขวนเกิน 3 ครั้งหรือผู้เล่นคนอื่นมาช่วยลงจากตะขอไม่ทันก็จะนับว่าผู้เล่นคนนั้นตายทันที หากสามารถฆ่าผู้เล่นฝ่ายเอาชีวิตรอด (Survival) ได้ทั้งหมดก็จะเป็นฝ่ายชนะ ซึ่งเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight) ในช่วงแรกยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักแค่ในวงการเกม เมื่อโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีได้เล่นเกมนี้กระแสนิยมเพิ่มขึ้นและเป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างในปัจจุบัน

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ในการไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีแต่ละครั้ง มีกลวิธีในการสื่อสารกับผู้ชมผ่านช่องโดยใช้ระดับภาษาเป็นกันเอง ให้เกียรติผู้ชมทุกคน มีการใช้สรรพนามที่สร้างความสนิทสนมของสตรีมเมอร์กับผู้ชม ถึงแม้จะเป็นการสนทนาจากช่องแช็ตแต่สตรีมเมอร์ก็มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมตลอดการถ่ายทอดสด เสมือนว่ามีผู้ชมนั่งดูอยู่ด้วยกันอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ในการไลฟ์สตรีมเล่นเกมแต่ละครั้ง ระหว่างการเล่นโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีมักจะสร้างคำที่ทำให้เกมเข้าใจง่ายมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ตัวเกมนั้น ๆ เข้าถึงง่ายแม้จะไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในวงการเกมสามารถเข้าใจได้ และเป็นอรรถรสในการรับชมที่เป็นเอกลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่ง จึงทำให้โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีมีลีลาภาษาที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการไลฟ์สตรีม พบว่า ศุขธัช ชำนาญกิจ ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2564) ศึกษา “วิถีอาชีพสตรีมเมอร์และแนวทางการพัฒนาอาชีพสตรีมเมอร์ในทัศนะของสตรีมเมอร์อาชีพ” จักรพงษ์ เอี่ยมสอาด สมเกียรติ รักษ์มณี และรุจิรา เส้งเนตร (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาไทยในไลท์โนเวล ยังไม่พบการศึกษาด้านกลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีม

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี และผลการศึกษาครั้งนี้จะแสดงให้เห็นถึงลีลาภาษาของสตรีมเมอร์โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่นำไปสู่การประความสำเร็จของอาชีพสตรีมเมอร์

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีผ่านเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight)

วิธีการศึกษา

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล

1.1 รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกับการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีผ่านเกมเดดบายเดย์ไลท์ (Dead by daylight)

1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปไลฟ์สตรีมบนแพลตฟอร์มยูทูป (YouTube) ผ่านไลฟ์สตรีมช่อง iamSometimes สมาชิกของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี จำนวน 3 คลิป คือ โบ๊ะบ๊ะ กับ เควสคำผวนจากไลฟ์สตรีมวันที่ 27 มีนาคม 2560, โบ๊ะบ๊ะ กับ ตู้มหัศจรรย์และการอำผี จากไลฟ์สตรีมวันที่15 กุมภาพันธ์ 2560 และเมื่อโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีกลายเป็นเทเลทับบี้ ในการแข่งขันดบดลชิงเงินรางวัล 60 ทรูจากไลฟ์สตรีมวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560

2. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 วิเคราะห์การใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมที่เกี่ยวข้องในเรื่อง วัจนภาษา อวัจนภาษา และลีลาภาษา โดยปรับประยุกต์จากแนวคิดของ รัชตา มาอากาศ, ณรงค์กรรณ รอดทรัพย์ และอรทัย ชินอัครพงศ์ (2564) และกาญจนา ปราบปัญจะ(2553)

3. ขั้นสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

4. ขั้นการนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

1.วัจนภาษา จากการศึกษาพบว่าไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีพบวัจนภาษา 1 ด้าน ได้แก่

1.1 การใช้คำ

ไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีปรากฏวัจนภาษาด้านการใช้คำที่หลากหลาย กล่าวคือ ในการไลฟ์สตรีมแต่ละครั้งนั้น มักจะมีการใช้คำที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น ๆ ทำให้การไลฟ์สตรีมแต่ละครั้งนั้นเกิดอรรถรสและความสนุกสนานแก่ผู้ชม ทั้งยังสามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้แก่กลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่โดดเด่นในด้านการใช้คำผ่านไลฟ์สตรีม

จากการศึกษาพบว่าวัจนภาษาด้านการใช้คำของกลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่ปรากฏผ่านไลฟ์สตรีมเกม Dead by daylight นั้น มีทั้งสิ้น 8 ด้าน คือ

1) การใช้คำสรรพนาม ด้านการใช้สรรพนามนั้นแสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่สนทนากันเองและสนทนากับผู้รับชมผ่านช่องแช็ต โดยปรากฏใช้คำว่า “เรา” “พี่” แทนตัวผู้พูด และ “พวกนาย” แทนผู้ฟัง เมื่อเกิดการสนทนาที่มีการตอบรับซึ่งกันและกันโดยแสดงให้เห็นถึงความสนิทสนมกันระดับหนึ่งของคู่สนทนา นอกจากนี้สรรพนามบุรุษที่ 1 ซึ่งคือคำว่า “กู” จะปรากฏเมื่อผู้พูดต้องการแทนตัวผู้พูดเองในบริบทที่พูดเพียงคนเดียวไม่ได้สนทนากับใคร

2) การใช้คำสแลงมีการใช้คำสแลงที่หลากหลายปรากฏทั้งในด้านของสแลงที่โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีคิดขึ้นเองและใช้มาอย่างยาวนาน รวมไปถึงสแลงที่มีการใช้และเป็นกระแสมาก่อน ในด้านนี้นับได้ว่าเป็นด้านที่สร้างอรรถรสให้แก่ผู้ชมเป็นอย่างมากทั้งยังมีคำสแลงที่เป็นกระแสในช่วงนั้น ๆ รวมไปถึงสแลงที่เกิดขึ้นจากเกมอื่น ๆ ของการไลฟ์สตรีม เช่น คำว่า “ขิต” ตาย,จบไม่สวย เป็นคำที่เพี้ยนมาจากเน็ตไอดอลชื่อดัง โดยเพี้ยนเสียงมาจากคำว่า “สู่สุคติ” ในบริบทของไลฟ์สตรีม หมายถึง การนำแผนที่ที่ยากต่อการเล่นและไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตัวผู้เล่น

3) การใช้ภาษาปาก การใช้ภาษาปากนั้นเป็นอีกหนึ่งด้านที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีและผู้ชมที่สนทนาผ่านช่องแช็ต ซึ่งภาษาปากนั้นจะปรากฏเมื่อโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีสนทนากันเองในไลฟ์สตรีม หากสนทนากับผู้ชมผ่านช่องแช็ตนั้นจะมีการใช้คำลงท้ายอย่างสุภาพถือเป็นการให้เกียรติผู้ชมแต่ยังคงไว้ซึ่งความสนิท เช่น การใช้คำว่า “เหย่อ” ปรากฏในประโยคสนทนา คำว่า “เหย่อ” เป็นคำที่มีเพี้ยนเสียงมาจากคำว่า “เหรอ” โดยคำว่า “เหรอ” หมายถึง คำที่ใช้วางท้ายประโยคคำถาม

4) การใช้คำระดับ เนื่องจากคำระดับที่ปรากฏนั้นมีเพียงหนึ่งคำซึ่งเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับเกม Dead by daylight และมีความหมายที่ตรงไปตรงมา คำว่า “ฆาตกร” ปรากฏในประโยคสนทนา คำว่า ฆาตกร เป็นคำที่

มีความหมายว่า ผู้ที่ฆ่าคน และแม่คำของคำว่า ฆาตกร คือคำว่า ฆาต ที่หมายถึง การฆ่าและการทำลาย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) หากปกติอาจใช้คำว่า คนร้าย ผู้ร้าย แต่เนื่องด้วยบริบทของเกมและรูปแบบของตัวละครนั้นจึงใช้คำว่าฆาตกร

5) การใช้คำลงท้าย ปรากฏหลากหลายผ่านไลฟ์สตรีมนอกจากแสดงถึงความสุภาพเมื่อสนทนาแล้ว ยังเป็นการเพิ่มอรรถรสระหว่างไลฟ์สตรีม โดยคำลงท้ายที่ปรากฏมากที่สุดคือ “ครับ” ปรากฏเมื่อคู่สนทนานั้นอายุมากกว่า หรือผู้ไลฟ์สตรีมเกิดการสนทนากับผู้ชมทางช่องแช็ต

6) การใช้คำใหม่ การสร้างคำใหม่ของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีนั้นเป็นการสร้างอรรถรสที่โดดเด่น เพราะคำสร้างใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ทำให้สร้างอรรถรสแก่ผู้ชม โดยส่วนใหญ่แล้วคำใหม่ที่ปรากฏเป็นคำที่เกิดจากลักษณะภายนอกและสภาพแวดล้อมของสถานที่ หรือลักษณะท่าทางของการกระทำต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น ๆ เช่น “ปิ๊งป่องแช่” คือคำที่สร้างขึ้นใหม่จากการเรียกแทนตัวละครฝ่ายฆาตกร ซึ่งตัวละครนั้นคือ The Wraith หรือ ฟิลิป โอโจโม ตัวละครนี้มีพลังเฉพาะตัวคือ การล่องหนและเสียงกระดิ่งครวญ เสียงกระดิ่งจะทำงานเมื่อปรากฏตัวหลังจากล่องหน เสียงกระดิ่งมีการออกเสียงคล้ายเป็นคำว่า “ปิ๊งป่อง” และลักษณะการปรากฏตัวที่ค่อนข้างกระทันหันจึงเกิดเป็นการตั้งฉายาที่ว่า “ปิ๊งป่องแช่”

7) การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เนื่องจากเกม Dead by daylight เป็นเกมที่มีเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้การไลฟ์สตรีมในแต่ละครั้ง ปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมาก แต่คำที่ปรากฏนั้นเป็นคำที่มีความหมายตรงตัว สามารถเข้าใจความหมายได้ในทันที หรือหากเป็นคำที่มีความหมายซับซ้อนเข้าใจยาก กลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีก็สามารถอธิบายความหมายให้ผู้ชมเข้าใจได้ หรือหากคำทับศัพท์เปลี่ยนจากความหมายเดิมไปเป็นความหมายที่ใช้ในการเล่นเกม โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีก็สามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจความหมายใหม่ของคำนั้นได้อย่างรวดเร็ว เช่น “Survivor” หมายถึง ผู้รอดชีวิต คนรอดตาย

8) การใช้คำผวน เป็นการนำคำที่ใช้ในการสนทนาของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีในไลฟ์สตรีมมาผวน มีจุดประสงค์เพื่อสร้างอรรถรสแก่ผู้ชม แต่ละด้านมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป แม้ส่วนใหญ่จะปรากฏในไลฟ์สตรีมของวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2560 ทว่ายังมีหลายคำจนกลายเป็นคำติดปากของกลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี เช่น คำว่า “ชิตชีไว้” แปลว่า ใช้ชีวิต ซึ่งคำว่า ใช้ชีวิต คำพูดหลังจากที่ผู้เล่นโดนฆาตกรแขวน หมายถึง ยังไม่ต้องให้ผู้เล่นคนอื่นมาช่วยแต่ให้แยกย้ายกันซ่อม(ถอนโทเทมไฟ) หรือไปฮีลกันให้เสร็จก่อน (พจนานุกรมฉบับร้อนใน, 28 มีนาคม 2563)

2. อวัจนภาษา จากการศึกษาพบว่าไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีพบอวัจนภาษา 3 ด้านได้แก่

2.1 การแสดงออกทางสายตา (เนตรภาษา)

อวัจนภาษาด้านการแสดงออกทางสายตา (เนตรภาษา) ที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีเป็นการสื่อสารผ่านทางสายตา โดยไม่มีคำพูด ทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงสถานการณ์และบริบทนั้น ๆ ซึ่งเนตรภาษาสอดคล้องกับการแสดงออกผ่านทางสีหน้า เพื่อเป็นการช่วยเสริมอวัจนภาษาให้มีน้ำหนักและน่าเชื่อถือ อีกทั้งอวัจนภาษาที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี บางครั้งเกิดขึ้นโดยตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจก็ตาม ล้วนเป็นการสื่อสารที่แสดงออกอย่างจริงใจ ชัดเจน และน่าเชื่อถือ

ตัวอย่างการแสดงออกทางสายตา



ที่มาภาพที่ 3 : https://citly.me/AlSyv

จากรูปปรากฏการแสดงออกทางสายตาในอากัปกิริยาของการตกใจ โดยลักษณะของแสดงออกนั่นคือ ดวงตาที่เบิกกว้างกว่าปกติ สอดคล้องกับการแสดงออกทางสีหน้าอย่างการอ้าปากกว้าง ช่วยเสริมให้มีน้ำหนักมากขึ้น

2.2 การแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล (อาการภาษา)

อวัจนภาษาการแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล (อาการภาษา) ที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี เป็นการแสดงออกผ่านการเคลื่อนไหวร่างกายและกิริยาท่าทาง โดยเป็นการแสดงออกอย่างตรงไปตรงมา ผู้ชมสามารถเข้าใจบริบทของกิริยาท่าทางได้ทันที**ตัวอย่างที่การแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล**



ที่มาภาพที่ 4 : https://citly.me/wLVEj

จากรูปปรากฏอาการภาษาในลักษณะที่มีการขยี้ตา หลับตาและกระพริบตาแสดงถึงอาการง่วงนอน เป็นอวัจนภาษาที่แสดงอย่างตรงไปตรงมา

2.3 น้ำเสียง (ปริภาษา)

อวัจนภาษาด้านน้ำเสียง (ปริภาษา) ที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี เป็นอวัจนภาษาที่แฝงอยู่ในภาษาพูด ซึ่งปริภาษาที่ปรากฏในไลฟ์สตรีม คือ การตะโกน การเปล่งเสียงจังหวะ และการพูดความดังของเสียงพูด เนื่องจากเกม Dead by daylight เป็นเกมสยองขวัญ ทำให้เกิดอาการตกใจจึงเกิดการตะโกนที่เป็นปริภาษา ซึ่งสื่อถึงอารมณ์และภาวะภายในจิตใจของบริบทการพูด ให้ผู้ชมได้รับรู้ในสถานการณ์นั้น ๆ เช่น *“ผมไม่น่าแหย่พี่เยอะเลย ดูสิอยู่ดี ๆ ก็เสียงหลงอะ พี่ไปไหนอะ <u>อ้ากกก</u> พี่ เอก ๆ <u>โอ้ยย</u> ไปไม่บอก เม้าส์ผมลอยอีกแล้ว น้องพี น้องพีเกาหลังให้หน่อย พีอยู่ไหนวะ” (เกมนี้พวกเราเล่นตอนตี 3 - Dead By Daylight, 2563)* การใช้คำว่า “อ้าก” “โอ้ย” เป็นการใช้น้ำเสียงเพื่อแสดงถึงความเจ็บปวด ในบริบทของไลฟ์สตรีมครั้งนี้ คือ บอกความเจ็บปวดจากการโดนฆาตกรไล่ล่าในเกมให้คู่สนทนาได้รับรู้

3. ลีลาภาษาด้านรูปแบบ จากการศึกษาพบว่าไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีพบลีลาภาษาด้านรูปแบบ 2 ด้าน ได้แก่

3.1 ลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง

จากการศึกษาลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง ที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี มีการใช้คำสแลง คำลงท้าย คำใหม่ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และภาษาปาก รวมไปถึงการออกเสียงคำต่าง ๆ ที่ไม่ชัดเจน ลักษณะเด่น คือ การใช้คำลงท้าย “ปะ” และ “อะ” การใช้คำสแลง “เกาหลัง” การใช้ภาษาปาก “น้อง” และคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ “คิลเลอร์” และ “จอย” ทั้งหมดนี้แสดงถึงความเป็นกันเองผ่านลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง 3.2 ลีลาภาษาแบบสนิทสนม

จากการศึกษาลีลาภาษาแบบเป็นสนิทสนม ที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี มีการใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 “กู” ซึ่งเป็นคำที่ไม่สุภาพ มีการใช้คำลงท้าย “คร้าบ” ซึ่งเพี้ยนเสียงมาจาก “ครับ” การใช้คำสบถ “สัตว์” ซึ่งเป็นคำที่ไม่สุภาพ ทำให้แสดงถึงความสนิทสนมระหว่างโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่สนทนากันภายในกลุ่มและโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีที่สนทนากับผู้ชม

ลีลาภาษาแบบเป็นกันเองและแบบสนิทสนม มีความคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันที่ ลีลาภาษาแบบสนิทสนมปรากฏคำที่ใช้เฉพาะกลุ่มและคำไม่สุภาพมากกว่าลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง เห็นได้ชัดจากไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี

สรุปและอธิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี ปรากฏวัจนภาษา อวัจนภาษา และลีลาภาษาด้านรูปแบบ วัจนภาษา คือ การใช้คำสรรพนาม การใช้คำสแลง การใช้ภาษาปาก การใช้คำระดับ การใช้คำลงท้าย การใช้คำใหม่ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และการใช้คำผวน อวัจนภาษา คือ การแสดงออกทางสายตา(เนตรภาษา) การแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล(อาการภาษา) และน้ำเสียง(ปริภาษา) ลีลาภาษาด้านรูปแบบ คือ ลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง และลีลาภาษาแบบสนิทสนม เนื่องจากไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีเป็นการสร้างอรรถรสและความสนุกสนาน จึงปรากฏกลวิธีการใช้ภาษาดังที่กล่าวมาข้างต้น

วัจนภาษาที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่เมื่อสมาชิกในกลุ่มรวมตัวกัน เอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มที่ปรากฏนั้น จึงเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงออกผ่านวัจนภาษา โดยวัจนภาษาที่โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีใช้เป็นวัจนภาษาที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังมีภาษาที่เป็นลีลาเฉพาะกลุ่มและใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและรับรู้ถึงวัจภาษาที่โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีต้องการจะสื่อ จึงบรรลุผลสำเร็จของการสื่อสารระหว่างโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีและผู้ชม

อวัจนภาษาที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี เป็นอวัจนภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา โดยมักจะเกิดขึ้นพร้อมกับวัจนภาษา เพื่อเป็นการเสริมให้วัจนภาษาเกิดอรรถรสมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้อวัจภาษาที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ การใช้น้ำเสียงและการตะโกน น้ำเสียงของแต่ละคนมีพื้นเสียงที่แตกต่างกัน ทำให้บางครั้งการไลฟ์สตรีมที่ไม่ปรากฏใบหน้า เพียงแค่ได้ยินเสียงก็สามารถทราบได้ว่าเป็นสมาชิกคนไหนในทันที

ลีลาภาษาด้านรูปแบบที่ปรากฏในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี มีเพียง 2 รูปแบบ คือ ลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง และลีลาภาษาแบบสนิทสนม โดยลีลาภาษาทั้ง 2 รูปแบบสามารถแยกได้จากเอกลักษณ์ของสมาชิกโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีผ่านวัจนภาษาและอวัจนภาษา เช่น การใช้คำของวัจนภาษาที่สามารถแยกได้ทั้งลีลาภาษาแบบเป็นกันเองและลีลาภาษาแบบสนิทสนม

สรุปได้ว่ากลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี ปรากฏทั้งหมดนั้นเป็นสิ่งที่โดดเด่นและทำให้โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีประสบความสำเร็จทั้งในด้านการสื่อสารกับผู้ชมและในฐานะสตรีมเมอร์ เมื่อเกิดความสร้างสรรค์ของการเล่นเกม จึงทำให้เกิดผลลัพธ์เพิ่ม คือ การสร้างสังคมที่เปิดกว้างของวงการเกมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับในสังคม นอกจากนี้ยังมีผลลัพธ์ทางอ้อมในการปรับทัศนคติต่อเกมในทางบวก ปัจจุบันมีการรองรับการศึกษาต่อในด้านการแคสต์เกม การสตรีมเกม รวมไปถึงการสร้างเกมต่าง ๆ ต่อยอดไปถึงการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับวงการเกมทั้งในและนอกประเทศ

ทั้งนี้การไลฟ์สตรีมเกมไม่เพียงแต่เป็นการไลฟ์สตรีมเพื่อความสนุกสนาน แต่สามารถยึดเป็นได้ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม เข้าถึงได้ทุกช่วงอายุ โบ๊ะบ๊ะแฟมิลีเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจให้แก่บุคคลที่สนใจด้านการไลฟ์สตรีมเกม รวมไปถึงเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ที่มีความต้องการไลฟ์สตรีมแต่ขาดซึ่งความมั่นใจ

นอกจากนี้การไลฟ์สตรีมของกลุ่มโบ๊ะบ๊ะแฟมิลียังสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการสื่อสาร อีกทั้งยังส่งเสริมการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและสำฤทธิ์ผล โดยใช้กลวิธีทางภาษาที่ประยุกต์กับแนวคิดลีลาภาษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานนท์ ลีสีคำ และ รัตนา จันทร์เทาว์ (2563: 77) จากการศึกษาลีลาภาษาของเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (น้าเน็ก) ในรายการอย่าหาว่าน้าสอนได้สะท้อนให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษามีผลต่อการสื่อสารในการดำเนินรายการ ประกอบด้วยวัจนภาษา อวัจนภาษา ลีลาภาษาแบบเป็นกันเอง และลีลาภาษาแบบสนิทสนม โดยทั้งนี้ทั้งนั้นการสื่อสารต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงประสบการณ์ของผู้ดำเนินรายการ ดังนั้น กลวิธีทางภาษาจึงมีผลต่อการสื่อสารทั้งในรูปแบบไลฟ์สตรีมและรายการโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของนักไลฟ์สตรีมคนอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกับโบ๊ะบ๊ะแฟมิลี

2. จากการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในไลฟ์สตรีมของโบ๊ะบ๊ะแฟมิลีพบลักษณะเด่นด้านการใช้คำผวนซึ่งแตกต่างจากการผวนคำในอดีตจึงน่าสนใจที่จะมุ่งศึกษาในประเด็นคำผวนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ปราบปัญจะ. (2553). *การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. https://shorturl.asia/kGvN7

จักรพงษ์ เอี่ยมสอาด สมเกียรติ รักษ์มณี และรุจิรา เส้งเนตร. (2561) กลวิธีการใช้ภาษาไทยในไลท์โนเวล. *วารสาร วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 13*(1), 23-32. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RDIBRU/article/view/131072/98353

ฉันคือใคร. (2020).*OMG ขึ้นเทรนทวิตเตอร์ 1-4 อันดับ ในเวลาอันสั้น #โป๊ะป๊ะแฟมิลี* https://twitter.com/KhunkeSw/status/1266393985582432256

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (ออนไลน์). ราชบัณฑิตยสถาน.

รัชตา มาอากาศ ณรงค์กรรณ รอดทรัพย์ อรทัย ชินอัครพงศ์. (2564). วัจนลีลาในหนังสือเข็มทิศชีวิต ตอน“แผนที่ดูจิต บริหารชีวิต สู่อิสระทางการเงินและจิตใจ1”. *วารสารวิชาการมนุษศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 8*(1), 67-80. https://shorturl.asia/P0DRv

ศุขธัช ชำนาญกิจ ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2564). วิถีอาชีพสตรีมเมอร์และแนวทางการพัฒนาอาชีพสตรีมเมอร์ในทัศนะของสตรีมเมอร์อาชีพ. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 20* (1)

อานนท์ ลีสีคำ และรัตนา จันทร์เทาว์. (2563). ลีลาภาษาของเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (น้าเน็ก) ในรายการอย่าหาว่าน้าสอน. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 9* (2), 77-111. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku/article/view/247715/167540

HEARTROCKER (2012). *คอเกม*. https://www.youtube.com/c/MRHEARTROCKERz/about

iamSometimes. (2016). *เกมนี้พวกเราเล่นตอนตี 3 – Dead By Daylight*. https://citly.me/wLVEj

iamSometimes. (2016). *ฮรุ่ยยย ฮรุ่ยยยยย –Dead by daylight*. https://citly.me/AlSyv

กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี

The Strategy for Naming and Using Words of News Documentaries “Roi Rueng Rob Lok” by Karuna Buakamsri

วิไลลักษณ์ ชะละจิตต์*[1] พัชรพร บัวตูม[2] พงษ์สิทธิ์ ศรีเกลื่อน[3] และบุษกร โกมลตรี[4]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี เก็บรวบรวมข้อมูลจากคลิปวิดีโอรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” ผ่านช่องยูทูบ “รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี” ที่ได้รับการจัดอันดับเป็นรายการอัปโหลดยอดนิยมที่ทางยูทูบได้จัดอันดับไว้หน้าช่องยูทูบ (www.youtube.com) ของ กรุณา บัวคำศรี จำนวน 12 เรื่อง บันทึกข้อมูล ณ วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2565 โดยใช้แนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ผลจากการศึกษาพบว่า กรุณา บัวคำศรี ใช้กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องรวมทั้งสิ้น 7 ประเภท เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การตั้งชื่อตามเนื้อหาสาระของเรื่อง การตั้งชื่อโดยใช้กลวิธีทางภาษา การตั้งชื่อโดยใช้การเปรียบเทียบ การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของเรื่อง การตั้งชื่อโดยใช้ประโยคหรือวลีหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยาย การตั้งชื่อโดยใช้กลุ่มคำหรือวลีที่บอกเนื้อหานำมาเรียงต่อกัน และการตั้งชื่อตามตัวละครสำคัญ ส่วนกลวิธีการใช้คำพบทั้งสิ้น 6 ประเภท โดยกลวิธีที่พบมากที่สุดจำนวนเท่ากันมี 4 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำซ้อน การใช้คำซ้ำ การใช้คำมีศักดิ์หรือคำสุภาพ และการใช้คำทับศัพท์ รองลงมาคือ การใช้ศัพท์บัญญัติหรือศัพท์เทคนิค และพบน้อยที่สุดคือ การใช้คำย่อ

คำสำคัญ กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง, กลวิธีการใช้คำ, สารคดีเชิงข่าว, กรุณา บัวคำศรี

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] อาจารย์ ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
*Corresponding author E-mail: Wilailak.ch19@gmail.com

Abstract

This research article aimed to study the strategy of naming and using words of news documentaries “ Roi Rueng Rob Lok” by Karuna Buakamsri. Researchers proceed for data collection from transcription of the most popular upload video 12 video clips ranked by YouTube (www. youtube. com) which revealed on 17 March 2022. Using the concept of naming and wording as a guide for the analysis.

The results of the study revealed that Karuna Buakamsri used the strategy of naming total of 7 types. Sort from most to least as follows: the naming according to the subject matter of the story, the naming using linguistic tactics, the naming by comparison, the naming by referring important places of the stories, the naming by using the main sentence or phrase followed by the extended text, the naming by using a group of words or phrases that describe the content to be arranged in a row, and the naming by important characters. The results revealed that word usage there were 6 types. The most and equal were found 4 tactics as follows: the use of double words, the use of repetitions, the use of polite words and the use of transliteration. Followed the use of canonical terminology or technical terminology, and the least was the use of acronyms.

Keywords: Naming strategy, Using words strategy, News documentary, Karuna Buakamsri

บทนำ

ในปัจจุบันนั้นมีรายการต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์หรือสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน รายการประเภทหนึ่งที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก คือ *รายการสารคดีเชิงข่าว* ซึ่งการผลิตรายการสารคดีเชิงข่าวนั้นถือเป็นศาสตร์ชั้นสูงของการผลิตรายการในสายนิเทศศาสตร์ เนื่องจากตามโครงสร้างการผลิตรายการแสดงให้เห็นว่า รายสารคดีเชิงข่าวเป็นรายการที่เกิดจากการบูรณาการระหว่างรายการประเภทสารคดีและรายการประเภทข่าว การทำงานแบบข่าวในรายการประเภทนี้จำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อข่าวเพื่อหาข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้าน และใช้เทคนิคของสารคดีในการเล่าเรื่องผ่านการสื่อความหมายด้วยภาพและเสียงที่สวยงาม (ศุภฤกษ์ เวศยาสิรินทร์ และคณะ, 2563, น. 7)

ผู้จัดทำรายการสารคดีเริ่มมีการเผยแพร่รายการสารคดีผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งช่องทาง โดยผ่านแพลตฟอร์มที่ผู้คนทั่วโลกรู้จักและเป็นที่นิยมในการรับชมคลิปวิดีโอต่าง ๆ คือช่องทาง ยูทูบ (www.youtube.com) ซึ่งเป็นสื่อโซเชียลมีเดียประเภทหนึ่ง ที่ผู้คนทั่วโลกให้ความนิยมในการผลิตผลงานคลิปวิดีโอและสามารถสร้างรายได้จากการรับชมวิดีโอ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านการแสดงความคิดเห็นใต้คลิปวิดีโอต่าง ๆ นับว่าเป็นช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญต่อผู้คนในยุคสมัยปัจจุบันเป็นอย่างมาก การเผยแพร่รายการสารคดีต่าง ๆ ผ่านช่องทางนี้เป็นที่นิยมในยุคปัจจุบันอีกช่องทางหนึ่ง เพราะเป็นช่องทางที่ได้เผยแพร่วิดีโอที่หลากหลาย และผู้คนเข้าถึงในการรับชมวิดีโอต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งรายการสารคดีเชิงข่าวมีให้รับชมได้ในช่องทางนี้เช่นเดียวกัน

ในบรรดารายการสารคดีเชิงข่าวทางช่องยูทูบ รายการ “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี คือรายการสารคดีเชิงข่าวที่มีเอกลักษณ์ในการใช้คำในการบรรยายรายการ รวมไปถึงการตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมรายการสารคดีเป็นจำนวนมาก โดยรายการนี้เป็นรายการที่เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบเพียงช่องทางเดียว และมี กรุณา บัวคำศรี เป็นผู้ดำเนินรายการในบทบาทพิธีกรและผู้บรรยายเนื้อหาภายในรายการ โดย กรุณา บัวคำศรี ได้คว้ารางวัล “ข่าวดีเด่น” จากรายการ รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มาได้จากงานประกาศรางวัล “โทรทัศน์ทองคำ” ครั้งที่ 34 ประจำปี 2562 (PPTV Online, 2563) และในปี พ.ศ. 2563 กรุณา บัวคำศรี มีชื่อเข้าชิงรางวัลเกียรติยศของคนทีวีถึง 2 รางวัล ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงประเภท “รายการข่าวยอดเยี่ยม” ในเวทีงานประกาศรางวัล “นาฏราช” ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563 เป็นรางวัลอันทรงเกียรติสำหรับผลงานด้านวิทยุและโทรทัศน์ ที่มีขึ้นในวันที่ 11 กันยายน 2564 และมีชื่อเข้าชิงประเภท “รายการข่าวดีเด่น” จากงาน “โทรทัศน์ทองคำ” ครั้งที่ 35 ประจำปี 2563 (บ้านเมือง, 2564)

สารคดีเชิงข่าวในช่องยูทูบ “รอบโลก By กรุณา บัวคำศรี” ได้มีความนิยมและเป็นที่พูดถึงในหมู่ผู้ชมเป็นอย่างสูง และมีอีกหลากหลายคลิปวิดีโอที่ได้รับยอดการรับชมเป็นอย่างมาก เช่น สารคดีเรื่อง “Pagpag” อาหาร (จาก) ขยะ เป็นสารคดีเรื่องหนึ่งที่มีการพูดถึงและได้ยอดการรับชมสูง สารคดีเรื่องนี้ กรุณา บัวคำศรี ได้ถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารที่เก็บมาจากถังขยะแล้วนำมาปรุงใหม่ ขายให้กับคนยากจนในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งมีบทบรรยายที่สะท้อนถึงภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ของคนยากจนในประเทศฟิลิปปินส์ได้อย่างน่าสนใจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

> *“ขยะสูงท่วมหัวส่งกลิ่นคละคลุ้งอยู่รอบตัว ฝนที่พรำลงมาทำให้กลิ่นรุนแรงขึ้น อาศัยแสงจากไฟฉายคาดหัว พวกเขาทำงานกันอย่างคล่องแคล่ว และเร่งรีบ”*
>
> *“ประชากรหนึ่งในสามของฟิลิปปินส์ ดำรงชีวิตอยู่ภายใต้เส้นความยากจน ยังชีพอยู่ด้วยรายได้น้อยนิด และท้องกิ่วหิวโหยอยู่ประจำ ครอบครัวหนึ่งในสิบนั้นอยู่ในภาวะยากจนข้นแค้น มีรายได้เฉลี่ยวันละไม่ถึงห้าบาท”*
>
> กรุณา บัวคำศรี (2564)

ตัวอย่างข้างต้น เห็นได้ว่า กรุณา บัวคำศรี ตั้งชื่อสารคดีเรื่อง “Pagpag” อาหาร (จาก) ขยะ เป็นชื่อเรื่องที่มีความแปลกและทำให้ผู้ชมสนใจใคร่รู้ที่มาของชื่อเรื่อง อีกทั้งมีการใช้คำบรรยายเนื้อหาที่โดดเด่น โดยเฉพาะการใช้คำซ้อนที่มีความหมายไปในทำนองเดียวกัน และมีเสียงสัมผัสคล้องจองพยัญชนะต้นและสัมผัสคล้องจองระหว่างคำควบคู่ไปด้วยกัน เช่น คละคลุ้ง คล่องแคล่ว เร่งรีบ น้อยนิด ท้องกิ่วหิวโหย และยากจนข้นแค้น เป็นต้น ทำให้ผู้ชมได้เห็นภาพที่ต้องการสะท้อนออกมาได้อย่างชัดเจน กลวิธีการใช้คำดังกล่าวจึงทำให้ผู้ชมรายการเกิดความสนใจและรับชมรายการสารคดีได้อย่างเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี เพื่อเป็นจะเป็นประโยชน์ต่อด้านแวดวงวิชาการและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เพื่อเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจด้านการสื่อสารในงานสารคดีและสารคดีเชิงข่าว และเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์รายการสารคดีเชิงข่าวในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. ผู้วิจัยศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก”
2. ผู้วิจัยศึกษากลวิธีการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก”

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากคลิปวิดีโอรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” ผ่านช่องยูทูบ “รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี” ที่ได้รับการจัดอันดับเป็นรายการอัปโหลดยอดนิยมที่ทางยูทูบได้จัดอันดับไว้หน้าช่องยูทูบ (www.youtube.com) ของ กรุณา บัวคำศรี จำนวน 12 เรื่อง (บันทึกข้อมูล ณ วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2565) ได้แก่เรื่อง

1. ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์	2. ทัวร์ซ่องถูกกฎหมายดัตช์
3. กระท่อมน้อยลองรัก	4. นครนางฟ้าราตรี
5. “Pagpag” อาหาร (จาก) ขยะ	6. “นั่ง นอน เมา” หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น
7. โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น	8. “เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า
9. กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน	10. ดิสนีย์แลนด์แห่งบุหรี่
11. ชีวิตผู้หญิงในมือตาลีบัน	12. คุกที่แออัดที่สุดในโลก

ผู้วิจัยนำสารคดีเชิงข่าวทั้ง 12 เรื่องมาศึกษาตามวัตถุประสงค์โดยใช้แนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ศึกษากลวิธีการตั้งชื่อโดยใช้แนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องของ ปาริฉัตร พยุงศรี (2564, น. 126-127) ธัญญา สังขพันธานนท์ (2553, น. 66-70) และ วชิราภรณ์ สุวรรณวรางกูร (2554, น. 103-104)
2. ศึกษากลวิธีการใช้คำโดยใช้แนวคิดเรื่องกลวิธีการใช้คำของ ปรางทิพย์ กัมพลาศิริ (2545, น. 75-102) กาญจนา ปราบปัญจะ (2553, น. 33-95) และ บรรจบ พันธุเมธา (2549, น. 61-80)

เมื่อได้ผลการศึกษาที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบเชิงบรรยายและพรรณนาวิเคราะห์ พร้อมอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับต่อไป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี” สามารถสรุปผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ เพื่อศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” จำนวน 12 เรื่องตามที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยแบ่งผลการศึกษาดังนี้

1. กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก”

1.1 การตั้งชื่อตามเนื้อหาสาระของเรื่อง คือ การตั้งชื่อเรื่องลักษณะนี้ เพื่อเป็นการเตรียมตัวผู้อ่านให้ทราบถึงสาระสำคัญที่จะปรากฏในเรื่อง (ปาริฉัตร พยุงศรี, 2564, น. 126-127) พบว่าจากการวิเคราะห์จำนวน 12 เรื่อง ปรากฏการตั้งชื่อตามเนื้อหาสาระของเรื่องได้ทั้ง 12 เรื่อง ดังตัวอย่าง

เรื่อง “ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์” เป็นการตั้งชื่อที่แฝงนัยยะสำคัญของเนื้อหาไว้ โดยเกิดจากสาระเนื้อหาของเรื่องที่พูดถึงชีวิตของคนในฮ่องกงที่ถือว่าเป็นเมืองที่มีความ “ศิวิไลซ์” แต่คนส่วนใหญ่ต้องอาศัยอยู่ในที่พักที่คับแคบ และมีข้อจำกัดหลายอย่าง ทั้งจากค่าครองชีพและการกีดกันของรัฐบาล ซึ่งขัดกับสภาพของเมืองภายนอกที่มีความทันสมัยและสวยงาม แต่หากมองให้ลึกลงไปยังมีความเหลื่อมล้ำ และปัญหาความยากจนของคนอยู่จำนวนมาก

1.2 การตั้งชื่อตามตัวละครสำคัญ คือ การตั้งชื่อเรื่องตามตัวละครสำคัญเป็นการดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจใคร่รู้ว่า บุคคลที่ปรากฏในชื่อเรื่องนั้นคือใคร และเกี่ยวข้องอย่างไรกับผู้เขียน (ปาริฉัตร พยุงศรี, 2564, น. 126-127) ปรากฏการตั้งชื่อตามตัวละครสำคัญได้จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้

เรื่อง “โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น” เป็นการตั้งชื่อเรื่องโดยมีตัวละครสำคัญของสารคดีเรื่องนี้ คือ “โจรสลัดโซมาเลีย” ทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจสาระสำคัญของสารคดีเรื่องนี้ว่าเป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตของโจรสลัดโซมาเลียเป็นหลัก

1.3 การตั้งชื่อโดยใช้การเปรียบเทียบ คือ การตั้งชื่อเรื่องแบบเปรียบเทียบให้เห็นความหมายโดยนัยของของสองสิ่งที่แตกต่างกัน ให้รับรู้ได้ถึงความรู้สึกที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน หรือเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นเชิงบวกควบคู่กับสิ่งที่เป็นเชิงลบ ให้เกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งกัน (ปาริฉัตร พยุงศรี, 2564, น. 126-127) ปรากฏการตั้งชื่อโดยใช้การเปรียบเทียบได้จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์ 2. นครนางฟ้าราตรี 3.“เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า และ 4. ดิสนีย์แลนด์แห่งบุหรี่ ดังตัวอย่าง

เรื่อง “นครนางฟ้าราตรี” มีการเปรียบเทียบกับชื่อเมืองแองเจลิสซิตี้ ในประเทศฟิลิปปินส์ ถือว่าเป็นอีกเมืองที่ถูกเรียกว่ามีหญิงสาวสวยราวนางฟ้าในเมืองนี้ และที่กล่าวได้ว่าเป็นนางฟ้าในยามราตรี เพราะหญิงสาวเหล่านี้ทำอาชีพขายบริการในยามค่ำคืนเป็นส่วนใหญ่ ชื่อในสารคดีนี้จึงมีการใช้กลวิธีในการเปรียบเทียบว่า แองเจลิสซิตี้ เป็นเมืองของหญิงสาวที่สวยราวกับนางฟ้าที่กรีดกรายร่ายรำทำงานกัน

ในยามราตรี

1.4 การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของเรื่อง คือ การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพของสถานที่นั้นก่อนจะรับชมเนื้อเรื่อง (ปาริฉัตร พยุงศรี, 2564, น. 126-127) ปรากฏการตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของเรื่องได้จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. ทัวร์ซ่องถูกกฎหมายดัตช์ 2. “นั่ง นอน เมา” หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น และ 3. ดิสนีย์แลนด์แห่งบุหรี่ ดังตัวอย่าง

เรื่อง “นั่ง นอน เมา หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น” เป็นเรื่องราวที่การกล่าวถึงสลัมแห่งหนึ่งที่ชื่อว่า “คามางาซากิ” ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการเน้นใจความสำคัญของสารคดีเรื่องนี้ว่าเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่อาศัยในสลัมแห่งนี้ในประเทศญี่ปุ่น

1.5 การตั้งชื่อโดยใช้กลวิธีทางภาษา คือ การใช้ภาษาอย่างมีวรรณศิลป์ในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เพื่อความสละสลวย จุดประกายความสนใจจากผู้อ่านได้ (รัตน์ดา อาจวิชัย, 2547, น. 330 อ้างถึงใน วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้า และคณะ, 2560, น. 172) ปรากฏการตั้งชื่อโดยใช้กลวิธีทางภาษาได้จำนวน 6 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. กระท่อมน้อยลองรัก 2. นครนางฟ้าราตรี 3.“เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า 4. กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน 5. ชีวิตผู้หญิงในมือตาลีบัน และ 6. คุกที่แออัดที่สุดในโลก ดังตัวอย่าง

เรื่อง “กระท่อมน้อยลองรัก” เป็นการตั้งชื่อเรื่องโดยใช้กลวิธีทางภาษาในการใช้โวหารภาพพจน์ คือ “บุคลาธิษฐาน หรือ บุคคลวัต” เป็นภาพพจน์ที่มีการกล่าวถึงสิ่งไม่มีชีวิตให้ดูเหมือนมีชีวิต ซึ่งชื่อเรื่องสารคดีเรื่องนี้ ผู้นำเสนอตั้งชื่อให้กระท่อมหลังหนึ่งมีความรู้สึกเหมือนกับเด็กน้อยที่กำลังเรียนรู้เกี่ยวกับการมีความรัก เนื่องจากเนื้อหาในสารคดีเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเด็กสาวในหมู่บ้านในกัมพูชาที่พ่อแม่สร้างกระท่อมให้เด็กสาวได้ทดลองอยู่กินกับคู่รักของตน

1.6 การตั้งชื่อโดยใช้กลุ่มคำหรือวลีที่บอกเนื้อหานำมาเรียงต่อกัน คือ การตั้งชื่อเรื่องโดยใช้กลุ่มหรือวลีที่เป็นสาระสำคัญของเรื่อง มาเรียยงต่อกันแล้วทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระสำคัญของเรื่อง ด้วยคำหรือวลีที่สั้นกระชับและได้ใจความ ปรากฏการตั้งชื่อโดยใช้กลุ่มคำหรือวลีที่บอกเนื้อหานำมาเรียงต่อกันได้จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1.“Pagpag” อาหาร (จาก) ขยะ และ 2. “นั่ง นอน เมา” หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น ดังตัวอย่าง

เรื่อง “Pagpag อาหาร (จาก) ขยะ” เป็นการนำกลุ่มคำชื่อเฉพาะของอาหารอย่าง “Pagpag” มาเรียงร้อยกับกลุ่มคำ “อาหาร + จาก + ขยะ” จนเป็นวลีที่สามารถเป็นส่วนสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอของสารคดีเรื่องนี้ได้อย่างดี

1.7 การตั้งชื่อโดยใช้ประโยคหรือวลีหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยาย เป็นการตั้งชื่อเรื่องโดยใช้ประโยคหรือวลีที่ตามด้วยส่วนขยายที่เป็นเหตุเป็นผล หรือขยายให้ประโยคหรือวลีด้านหน้าให้มีใจความทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระสำคัญของเรื่องที่ต้องการนำเสนอมากขึ้น ปรากฏการตั้งชื่อโดยใช้ประโยคหรือ

วลีหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยายได้จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น 2.“เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า และ 3. กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน ดังตัวอย่าง

เรื่อง “กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน” มีประโยคหลักคือ “กินอยู่กับผี” และมีเหตุผลต่อท้ายว่า “เพราะที่อยู่คนแพงเกิน” ทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระสำคัญของสารคดีเรื่องนี้ว่าต้องการสื่อถึงเรื่องราวของชีวิตผู้คนที่ไม่มีที่อยู่เป็นของตัวเองเพราะเหตุใด และมีการประชดเหน็บแนมด้วยประโยคหลักอีกด้วย

2. กลวิธีการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก”

2.1 การใช้คำซ้อน คือ คำที่เกิดจากการนำหน่วยคำอิสระตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไปมาประกอบเข้าด้วยกัน ทั้งนี้หน่วยคำที่นำมาประกอบเข้าด้วยกันนั้น จะมีความหมายเหมือนกัน เป็นไปในทำนองเดียวกัน หรืออาจเป็นหน่วยคำที่มีความหมายต่างกันในลักษณะตรงกันข้ามกันก็ได้ (บรรจบ พันธุเมธา, 2549, น. 61-80) พบว่าจากการวิเคราะห์การใช้คำซ้อนจำนวน 12 เรื่อง ปรากฏการใช้คำซ้อนทั้ง 12 เรื่อง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.1.1 <u>คำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเป็นเสียงเดียวกัน</u> ดังตัวอย่าง เรื่อง “ทัวร์ช่องถูกกฎหมายดัตช์”

> ทันทีที่นัก***<u>ท่องเที่ยวฝ่าฝืน</u>***กฎยกกล้องขึ้นถ่ายรูปจะถูกเจ้าหน้าที่ที่ดูแลความ***<u>เรียบร้อย</u>***ประชิดตัว***<u>ทันที</u>*** สำหรับผู้ที่นั่งอยู่ในตู้การถูกถ่ายรูปเป็นการสร้างความรำคาญและ***<u>คุกคาม</u>***สิทธิส่วนบุคคล มากกว่านั้นคือการดูถูก***<u>เหยียดหยาม</u>***
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 12 มกราคม 2564)

คำว่า ท่องเที่ยว (ก.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเหมือนกัน และมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกันซึ่งทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกัน มีความหายว่า เที่ยวไป (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า ฝ่าฝืน (ก.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเหมือนกัน และมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกัน มีความหมายว่า ขัดขืน, ล่วง, ละเมิด (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า เรียบร้อย (ว.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเหมือนกัน และมีความหมายที่ไปในทางเดียวกัน ซึ่งทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกัน มีความหมายว่า สุภาพ, เป็นระเบียบ, เสร็จ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า คุกคาม (ก.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเหมือนกัน และมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกัน มีความหมายว่า แสดงอำนาจด้วยกิริยาหรือวาจาให้หวาดกลัว, ทำให้หวาดกลัว (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า เหยียดหยาม (ก.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสพยัญชนะต้นเหมือนกัน และมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกัน มีความหมายว่า ดูหมิ่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

2.1.2 คำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสระหว่างกลาง ดังตัวอย่าง เรื่อง “Pagpag อาหาร (จาก) ขยะ”

> ประชากรหนึ่งในสามของฟิลิปปินส์ ดำรงชีวิตอยู่ภายใต้เส้นความยากจน ยังชีพอยู่ด้วยรายได้น้อยนิด และ*ท้อง**กิ่วหิว**โหย*อยู่ประจำ ครอบครัวหนึ่งในสิบนั้นอยู่ในภาวะ*ยาก**จนข้น**แค้น* มีรายได้เฉลี่ยวันละไม่ถึงห้าสิบบาท
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 17 กุมภาพันธ์ 2564)

คำว่า ท้องกิ่วหิวโหย เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสระหว่างกลางคำ และมีความหมายไปในทำนองเดียวกัน โดยคำว่า ท้องกิ่ว (ว.) แปลว่า หิวจัด ซึ่งมีความหมายที่แปลได้เหมือนกับคำว่า หิวโหย (ก.) ได้เช่นกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า ยากจนข้นแค้น เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสระหว่างกลางคำ และมีความหมายไปในทำนองเดียวกัน โดยคำว่า ยากจน (ว.) แปลว่า เข็ญใจ, ไร้ทรัพย์ ส่วนคำว่า ข้นแค้น (ก.) แปลว่า อัตคัด, ขัดสน, มักใช้เข้าคู่กับคำ ยากจน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554

2.1.3 คำที่ 1 กับคำที่ 3 เป็นคำเดียวกันหรือเรียกว่า คู่ซ้อนคำ ดังตัวอย่าง เรื่อง “โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น”

> ปฏิบัติการทางทหารจากนานาชาติไม่สามารถ*ถอน**ราก**ถอน**โคน* และโจรสลัดโซมาเลียยังคงเป็นภัยคุกคามบรรดาเรือสินค้าจากทั่วโลกต่อไป ก็เพราะวิธีการนี้แก้ปัญหาที่ปลายเหตุ
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 7 มีนาคม 2564)

คำว่า ถอนรากถอนโคน (ก.) เป็นคำซ้อนที่มีเสียงสัมผัสระหว่างคำที่ 1 กับคำที่ 3 เป็นคำเดียวกันหรือเรียกว่าคู่ซ้อนคำ และมีความหมายไปในทำนองเดียวกัน ซึ่งมีความหมายว่า ทำลายให้หมดสิ้น, ทำลายให้สิ้นเสี้ยนหนาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

2.1.4 คำซ้อนไม่มีเสียงสัมผัสแต่มีความหมายคล้ายกัน ดังตัวอย่าง เรื่อง “ชีวิตผู้หญิงในมือตาลีบัน”

> วัฒนธรรมตะวันตกถูกห้าม ความบันเทิงถูกแบนผู้ชายต้องใส่ชุดโต๊บ ไว้***หนวดเครา*** ผู้หญิงต้องคลุมบูรกาห้าม***เปิดเผยเนื้อหนัง***ในที่สาธารณะ ตามท้องถนนจะมีตำรวจศาสนาคอยตรวจตรากฎที่ว่ายัง***ครอบงำ***ถึงสิทธิมนุษยชน
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 17 สิงหาคม 2564)

คำว่า หนวดเครา เป็นคำซ้อนที่ไม่มีเสียงสัมผัส แต่ความหมายทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกันมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน โดยคำว่า หนวด (น.) แปลว่า ขนที่ขึ้นเหนือริมฝีปากบนของคน, สิ่งที่มีลักษณะเป็นเส้นยาว ๆ ขึ้นตามบริเวณปากของสัตว์บางชนิด ส่วนคำว่า เครา (น.) แปลว่า ขนที่ขึ้นตามแก้มหรือขากรรไกร (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า เปิดเผย (ก.) เป็นคำซ้อนที่ไม่มีเสียงสัมผัส แต่ความหมายทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกันมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งมีความหมายว่า ทำสิ่งที่ปิดบังอยู่ให้เผยออก, เผยให้รู้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า เนื้อหนัง เป็นคำซ้อนที่ไม่มีเสียงสัมผัส แต่ความหมายทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกันมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน โดยคำว่า เนื้อ (น.) แปลว่า ส่วนของร่างกายคนและสัตว์อยู่ถัดหนังเข้าไป ส่วนคำว่า หนัง (น.) แปลว่า ส่วนของร่างกายที่หุ้มเนื้ออยู่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า ครอบงำ (ก.) เป็นคำซ้อนที่ไม่มีเสียงสัมผัส แต่ความหมายทั้ง 2 คำที่มาซ้อนกันมีความหมายที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งมีความหมายว่า มีอำนาจเหนือ บังคับให้เป็นไปตาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

2.2 การใช้คำซ้ำ คือ คำที่เกิดจากการออกเสียงหน่วยคำเดียวกัน 2 ครั้ง เมื่อกล่าวซ้ำแล้วความหมายของคำอาจเน้นหนักหรือเบาลง ต่างไปจากความหมายของคำเดิมคำเดียว โดยใช้เครื่องหมายไม้ยมกแทนคำท้ายที่ซ้ำกับคำต้น พบว่าจากการวิเคราะห์การใช้คำซ้ำจำนวน 12 เรื่อง ปรากฏการใช้คำซ้ำทั้ง 12 เรื่อง ดังตัวอย่าง เรื่อง “คุกที่แออัดที่สุดในโลก”

> สาวน้อยรายนี้เข้ามาอยู่ในคุกด้วยข้อหาเสพยาและเธอก็ยอมรับ***ตรง ๆ*** ว่าเสพยาจริง ลูกค้าของเธอไม่จำกัดเฉพาะบรรดา***ญาติ ๆ*** ที่เข้ามาเยี่ยมผู้ต้องขัง คนในนี้ก็สามารถใช้บริการได้หากว่าต้องการและมีเงิน นอกจากแผงขายข้าวแกงขายน้ำปั่นและ***อื่น ๆ*** ที่ไม่มีคุกที่ไหนมีแล้วเราจึงได้เห็นช่างทำเล็บเดินนวยนาดถือกล่องอุปกรณ์ไปตามกลุ่มผู้ต้องขัง พร้อมกับส่งเสียง***หวาน ๆ*** ไปตลอดทางว่าทำเล็บไหมคะ
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 3 ตุลาคม 2564)

คำว่า ตรง (ว.) แปลว่า ไม่คดโค้ง, ซื่อ, ไม่โกง, ไม่ลำเอียง ในบริบทนี้ คำว่า ตรง ๆ (ว.) แปลว่า เปิดเผย ไม่มีลับลมคมใน, ไม่ปิดบังอำพราง, ไม่อ้อมค้อม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า ญาติ (น.) แปลว่า คนในวงศ์วานที่ยังนับรู้กันได้ทางเชื้อสายฝ่ายพ่อหรือฝ่ายแม่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า อื่น (ว.) แปลว่า นอกออกไป, ต่างออกไป (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า หวาน (ว.) แปลว่า มีรสอย่างรสน้ำตาล ในบริบทนี้ คำว่า หวาน ๆ (ว.) แปลว่า เพราะ, ไพเราะ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

2.3 การใช้คำมีศักดิ์หรือคำสุภาพ คือ คำที่ให้ความรู้สึกอันสูงส่งกว่าคำธรรมดาทั่ว ๆ ไป รวมทั้งคำราชาศัพท์ เช่น คำว่า ตีน คำมีศักดิ์คือ เท้า, พระบาท คำว่า กิน คำมีศักดิ์คือ รับประทาน, เสวย เป็นต้น พบว่าจากการวิเคราะห์การใช้คำมีศักดิ์หรือคำสุภาพจำนวน 12 เรื่อง ปรากฏการใช้คำมีศักดิ์หรือคำสุภาพ

ทั้ง 12 เรื่อง ดังตัวอย่าง เรื่อง “เมืองแม่หม้าย ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า”

> ในอินเดียเมื่อมีผู้ชายสักคน***เสียชีวิต*** ***ภรรยาหม้าย***ของเขามีทางเลือกอยู่สามทาง ทางแรกคือกระโดดเข้ากองไฟไปพร้อม ๆ กับศพ***สามี*** ทางที่สองตกเป็น***ภรรยา***ของพี่ชายน้องชายของสามีต่อหากว่าครอบครัวสามียินยอม และสุดท้ายคือมีชีวิตอยู่โดยถูกกีดกัน
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 9 เมษายน 2564)

คำว่า	เสียชีวิต (ก.)	คำภาษาปาก คือ	ตาย (ก.)
คำว่า	ภรรยาหม้าย (น.)	คำภาษาปาก คือ	แม่หม้าย (น.)
คำว่า	สามี (น.)	คำภาษาปาก คือ	ผัว (น.)
คำว่า	ภรรยา (น.)	คำภาษาปาก คือ	เมีย (น.)

2.4 การใช้ศัพท์บัญญัติหรือศัพท์เทคนิค คือ คำที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้ในกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในระยะแรกที่บัญญัติขึ้นมาหากไม่ได้รับความนิยมก็จะเลิกไป แต่หากคนพากันใช้ตามก็อาจกลายเป็นคำศัพท์ทั่วไปได้ คำลักษณะเช่นนี้เมื่อจำเป็นต้องใช้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ควรจะมีการเขียนขยายความหรือวงเล็บภาษาอังกฤษเพื่อช่วยให้เข้าใจได้มากขึ้น โดยพบจำนวน 7 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์ 2. นครนางฟ้าราตรี 3. “นั่ง นอน เมา” หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น 4. โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น 5. กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน 6. ชีวิตผู้หญิงในมือตาลีบัน และ 7. คุกที่แออัดที่สุดในโลก ดังตัวอย่าง เรื่อง “คุกที่แออัดที่สุดในโลก”

> มาตรฐานของ***องค์การสหประชาชาติ*** ผู้คุมหนึ่งคน ควบคุมดูแลผู้ต้องขังเจ็ดคน แต่ที่นี่ผู้คุมหนึ่งคนควบคุมดูแลผู้ต้องขังถึงสองร้อยถึงสามร้อยคน
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 3 ตุลาคม 2564)

คำว่า องค์การสหประชาชาติ เป็นคำศัพท์บัญญัติภาษาอังกฤษของคำว่า United Nations (กรมองค์การระหว่างประเทศ, 2562)

2.5 การใช้คำทับศัพท์ คือ การที่ไม่สามารถหาคำไทยที่เหมาะสมมาใช้แทนที่คำต่างประเทศนั้น ๆ ได้ในกรณีเช่นนี้สามารถใช้การทับศัพท์ได้เหมือนคำทั่ว ๆ ไป ในสารคดีเชิงข่าวของ กรุณา บัวคำศรี มักพบคำทับศัพท์ภาษาต่าง ๆ เป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นภาษาฟิลิปปินส์ อินเดีย ญี่ปุ่น และกัมพูชาซึ่งส่วนมากจะเป็นการทับศัพท์เรียกชื่อเมืองหรือชื่อเฉพาะของบุคคล และมีคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นการทับศัพท์คำทั่วไปในชีวิตประจำวัน พบว่าจากการวิเคราะห์การใช้คำทับศัพท์จำนวน 12 เรื่อง ปรากฏการใช้คำทับศัพท์ทั้ง 12 เรื่อง ดังตัวอย่าง เรื่อง “กินอยู่กับผี เพราะที่อยู่คนแพงเกิน”

> เส้นขอบฟ้าของกรุง***พนมเปญ***เต็มไปด้วย***เครน*** ที่ถนนเลียบแม่น้ำยอดแหลมสีทองของสิ่งก่อสร้างรูปแบบศิลปะ***เขมร***ถูกล้อมรอบด้วยอาคารสมัยใหม่ ตึกสูงผุดขึ้นทั่วเมืองอีกมากมายอยู่ในระหว่างก่อสร้าง สิบปีก่อนพนมเปญมีจำนวน***อพาร์ตเม้นต์***หรูอยู่สองพัน***ยูนิต*** คาดการณ์ว่าตอนนี้อาจมีมากถึงสามหมื่นยูนิต
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 23 พฤษภาคม 2564)

คำว่า พนมเปญ เป็นคำทับศัพท์จากภาษากัมพูชาของคำว่า ភ្នំពេញ ในบริบทนี้คำดังกล่าวหมายถึงชื่อเฉพาะของเมืองหลวงในประเทศกัมพูชา

คำว่า เขมร เป็นคำทับศัพท์จากภาษากัมพูชาของคำว่า ខ្មែរ ในบริบทนี้คำดังกล่าวหมายถึง ชื่อเฉพาะของชาวเมืองกัมพูชา

คำว่า เครน เป็นคำทับศัพท์จากภาษาอังกฤษของคำว่า Crane ในบริบทนี้คำดังกล่าวหมายถึง รถปั้นจั่น หรือเครื่องจักรสำหรับยกของหนัก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำว่า อพาร์ตเม้นต์ เป็นคำทับศัพท์จากภาษาอังกฤษของคำว่า Apartment ในบริบทนี้คำดังกล่าวหมายถึง ห้องอยู่อาศัย หรือห้องชุด (ราชบัณฑิตยสภา, 2557)

คำว่า ยูนิต เป็นคำทับศัพท์จากภาษาอังกฤษของคำว่า Unit ในบริบทนี้คำดังกล่าวหมายถึง หน่วย, หน่วยย่อย (ราชบัณฑิตยสภา, 2557)

2.6 การใช้คำย่อ คือ คำที่เขียนอย่างย่อเพื่อประหยัดถ้อยคำหรือทำให้ไม่เปลืองเนื้อที่ในการเขียนหรือพิมพ์ คำย่อมี 2 ลักษณะ อย่างหนึ่งเป็นการพูดสั้น ๆ ละไว้ในฐานที่เข้าใจ อย่างสองเป็นการย่อโดยใช้ตัวพยัญชนะต้นเท่านั้นแล้วเติมจุดลงไป โดยส่วนมากมักพบคำย่อในลักษณะแรกคือ การย่อคำแบบการพูด สั้น ๆ ละไว้ในฐานที่เข้าใจ โดยพบจำนวน 5 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง 1. นครนางฟ้าราตรี 2. “นั่ง นอน เมา” หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น 3. โจรสลัดโซมาเลีย เพราะจนจึงต้องปล้น 4.“เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า และ 5. ชีวิตผู้หญิงในมือตาลีบัน ดังตัวอย่าง เรื่อง “นั่ง นอน เมา หนึ่งวันในสลัมญี่ปุ่น”

> ทุกวันนี้เศรษฐกิจของญี่ปุ่นยังไม่อาจฟื้นคืนกลับมาได้เหมือนก่อน ไม่มีอีกแล้วทศวรรษอันรุ่งโรจน์และเงินสะพัดอย่างใน***ยุค 80*** หรือถ้าจะมี ลุง ๆ ก็คงไม่มีโอกาสได้สัมผัสมัน
>
> (กรุณา บัวคำศรี, 2 มีนาคม 2564)

คำว่า ยุค 80 ย่อมาจากคำว่า ยุค ค.ศ. 1980

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี จำแนกผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) กลวิธีในการตั้งชื่อเรื่องรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” และ 2) กลวิธีการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่อง รอบ

โลก” สรุปและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1) กลวิธีในการตั้งชื่อเรื่องรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี จำนวน 12 เรื่อง ผู้วิจัยพบประเภทกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องจำนวนทั้งสิ้น 7 ประเภท เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1. การตั้งชื่อตามเนื้อหาสาระของเรื่อง 2. การตั้งชื่อโดยใช้กลวิธีทางภาษา 3. การตั้งชื่อโดยใช้การเปรียบเทียบ 4. การตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญของเรื่อง 5. การตั้งชื่อโดยใช้ประโยคหรือวลีหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยาย 6. การตั้งชื่อโดยใช้กลุ่มคำหรือวลีที่บอกเนื้อหานำมาเรียงต่อกัน และ 7. การตั้งชื่อตามตัวละครสำคัญ เนื่องจาก กรุณา บัวคำศรี ตั้งชื่อรายการสารคดีโดยมุ่งเน้นให้ผู้ชมเข้าใจถึงสาระสำคัญของเรื่องเป็นหลัก จึงปรากฏประเภทของการตั้งชื่อเรื่องตามเนื้อหาสาระของเรื่องมากที่สุดจำนวนทั้ง 12 เรื่อง และสอดแทรกกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เพื่อความสละสลวยของภาษาร่วมอยู่ด้วย เช่น การเล่นคำสัมผัสคล้องจอง การใช้โวหารภาพพจน์ และการดัดแปลงสำนวน นอกจากนี้ กรุณา บัวคำศรี ใช้กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องโดยใช้การเปรียบเทียบการใช้กลุ่มคำหรือวลีให้สั้นกระชับเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงการขยายความเสริมให้เป็นเหตุเป็นผล

ผู้วิจัยพบว่าผลการวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร พยุงศรี (2564) ที่ศึกษา วัจนลีลาของนิ้วกลมในหนังสือรวมสารคดี เรื่อง “อาจารย์ในร้านคุกกี้” ที่พบกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องตามเนื้อหาสาระของเรื่องมากที่สุด อีกทั้งพบกลวิธีการตั้งชื่อตามตัวละครสำคัญ ตั้งชื่อแบบเปรียบเทียบ และตั้งชื่อตามสถานที่สำคัญอีกด้วย เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาหนังสือสารคดีของนิ้วกลม ซึ่งเป็นนักเขียนที่มีงานเขียนสารคดีแนวท่องเที่ยวต่างประเทศที่สะท้อนวิถีชีวิตและตีแผ่สังคมของผู้คนในต่างประเทศเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นแตกต่างจากผลการวิจัยของ ภาคภูมิ เฉลิมวัฒน์ (2549) ที่ศึกษาการตั้งชื่อภาพยนตร์ไทย: ภาษาที่ใช้ในสังคม เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อเรื่องของภาพยนตร์ไทยโดยใช้แนวคิดโครงสร้างทางภาษาไทย เช่น โครงสร้างระดับพยางค์ จากภาพยนตร์เรื่อง ดึกดำดึ๋ย โว๊กว๊าก โครงสร้างระดับคำ จากภาพยนตร์เรื่อง แจ๋ว เฮี้ยน โครงสร้างระดับประโยค จากภาพยนตร์เรื่อง คนสั่งผี เสือคาบดาบ เป็นต้น

2) กลวิธีการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี เป็นกลวิธีหนึ่งที่มีความหลากหลายและโดดเด่นในงานสารคดีเชิงข่าวของ กรุณา บัวคำศรี เป็นอย่างมาก การใช้คำที่สละสลวยในการดำเนินรายการเป็นจุดดึงดูดให้ผู้ชมรับชมรายการสารคดีได้อย่างลื่นไหล ทำให้ผู้ชมเกิดจินตภาพและอรรถรสในการรับชมรายการได้มากยิ่งขึ้นซึ่งการใช้คำที่เหมาะสมในการบรรยายเนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญโดยเฉพาะรายการสารคดีเชิงข่าว ผู้วิจัยพบลักษณะการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี ได้แก่ การใช้คำซ้อน เพื่อทำให้การดำเนินรายการมีความลื่นไหลและสละสลวยทั้งภาษาและน้ำเสียง การใช้คำซ้ำ เพื่อเป็นการย้ำความหนักความเบาของคำที่ต้องการสื่อในการดำเนินรายการ การใช้คำมีศักดิ์หรือคำสุภาพ เพื่อความสุภาพและเหมาะสมกับรายการสารคดีเชิงข่าว การใช้คำทับศัพท์ซึ่งพบการใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษที่เป็นชื่อเฉพาะของบุคคล และสถานที่ต่าง ๆ ในสารคดี และพบการทับศัพท์ภาษาอังกฤษทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยส่วนการใช้ศัพท์บัญญัติหรือศัพท์เทคนิค โดยส่วนใหญ่จะเป็นคำศัพท์ในแวดวงด้านการเงิน การเมือง และการปกครอง และใช้คำย่อ

เป็นการใช้คำย่อโดยการตัดคำให้พูดได้กระชับไม่ยืดเยื้อผู้ชมสามารถเข้าได้ง่าย

ผลการศึกษาดังกล่าวมีความแตกต่างกับงานวิจัยของ นาอิมา แมแล (2546) ที่ศึกษาลักษณะเด่นของภาษาในสารคดีของ ธีรภาพ โลหิตกุล โดยศึกษาการใช้คำ 2 ประเภท คือ คำที่กระทบใจ และคำที่แสดงทัศนะ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเพลิดเพลิน มีอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับผู้เขียนและบุคคลที่ผู้เขียนกล่าวถึง จึงมีกรอบแนวคิดที่แตกต่างกัน ขณะที่การใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี มุ่งสื่อสารให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเนื้อหาและมีความรู้สึกร่วมด้วย จึงมีการใช้คำซ้อนที่สั้นกระชับ การใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศที่ทันสมัยคนทั่วไปเข้าใจได้ทันที รวมไปถึงการใช้คำสุภาพที่เหมาะสมกับงานสารคดีเชิงข่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พบกลวิธีในการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรดา ทองกลัด (2559) เรื่อง “วิเคราะห์แนวคิดและศิลปะการใช้ภาษาในสารคดีท่องเที่ยว เรื่อง ความฝันที่มั่นสุดท้าย ของนิ้วกลม” งานวิจัยของ กาญจนา ปราบปัญจะ (2553) เรื่อง “การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี” และงานวิจัยของ ปฐมชัย ธะนะเนตร (2552) เรื่อง “ศึกษาการใช้ภาษาในหนังสือการ์ตูนเรื่อง รามเกียรติ์ ฉบับรามาวตาร” ผลการวิจัยทั้ง 3 เรื่องพบการใช้คำที่สอดคล้องกันคือ มีการใช้ คำซ้อน คำซ้ำ คำสุภาพ คำทับศัพท์ เพื่อทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว กระชับ และเท่าทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับเนื้อหาที่เน้นการบรรยายเช่นเดียวกับงานสารคดีเชิงข่าวของ กรุณา บัวคำศรี ซึ่งเป็นงานสารคดีที่ต้องมีการบรรยายเนื้อหาให้ผู้ชมและผู้ฟังรับสารได้อย่างเข้าใจ

กล่าวได้ว่า สารคดีเชิงข่าวของกรุณา บัวคำศรี มีการใช้ภาษาในการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในการบรรยายเนื้อหาที่ไม่เพียงแต่มีการใช้คำที่สละสลวย ตรงไปตรงมา และกระชับเข้าใจได้ง่ายแล้ว ยังมีการใช้คำที่เน้นย้ำอารมณ์ความรู้สึก ทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามและเกิดอารมณ์ร่วมไปกับเรื่องราวของมนุษย์ในสังคมชายขอบ ขณะเดียวกันก็สร้างความตระหนักถึงชีวิตเพื่อนร่วมโลกไม่ว่าจะอยู่ในสถานที่ใด สถานภาพใด หรือเผชิญชะตากรรมใดก็ตามทุกคนล้วนแล้วแต่เป็นเพื่อนมนุษย์ด้วยกันทั้งสิ้น

ดังนั้น สารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี จึงเป็นงานสารคดีเชิงข่าวที่มีคุณค่าในด้านการตั้งชื่อเรื่องที่หลากหลาย สะท้อนถึงเนื้อหาได้ชัดเจน รวมไปถึงการเลือกสรรคำที่ใช้ในการบรรยายเนื้อหาสารคดีได้อย่างเหมาะสมอันจะเป็นประโยชน์ต่อด้านการสื่อสารและแวดวงวิชาการได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องและการใช้คำในรายการสารคดีเชิงข่าว “ร้อยเรื่องรอบโลก” โดย กรุณา บัวคำศรี มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะด้านกลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง และการใช้คำ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจด้านการสื่อสารในงานสารคดีและสารคดีเชิงข่าว รวมไปถึงกลวิธีทางภาษา ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์วัจนลีลาในการนำเสนอรายการสารคดีเชิงข่าวของกรุณา บัวคำศรี เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้านภาษาศาสตร์ในครั้งต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาในสารคดีเชิงข่าวของ กรุณา บัวคำศรี เพื่อเป็นอีกแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมองค์การระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. (1 กันยายน 2562). *สหประชาชาติ*. สืบค้น จาก: https://thai-inter-org.mfa.go.th/th/page/ประวัติองค์การสหประชาชาติ

กรุณา บัวคำศรี. (30 พฤษภาคม 2562). *รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี*. สืบค้นจาก: https://www.youtube.com/c/KarunaBuakamsri/featured

กาญจนา ปราบปัญจะ. (2553). *การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี.* (ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ธัญญา สังขพันธานนท์. (2553). *การเขียนสารคดีภาคปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อินทนิล.

นาอิมา แมแล. (2546). ลักษณะเด่นของภาษาในสารคดีของ ธีรภาพ โลหิกุล. *วารสารรูสมิแล*, 24(3), 19-26.

บรรจบ พันธุเมธา. (2549). *ลักษณะภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รามคำแหง.

บ้านเมือง. (11 กันยายน 2564). *“กรุณา บัวคำศรี” ปลื้ม! พารายการข่าว “รอบโลกเดลี่” แห่งพีพีทีวี เข้าชิง 2 รางวัลสำคัญคนทีวี “นาฏราช” และ “โทรทัศน์ทองคำ”*. สืบค้นจาก: https://www.banmuang.co.th/news/entertain/249735

ปฐมชัย ธะนะเนตร. (2552). *ศึกษาการใช้ภาษาในหนังสือการ์ตูนเรื่องรามเกียรติ์ ฉบับรามาวตาร.* (ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ปรางทิพย์ กัมพลาศิริ. (2545). *ลีลาการใช้ภาษาในสารคดีสำหรับเด็ก*. (ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

ปาริฉัตร พยุงศรี. (2564). วัจนลีลาของนิ้วกลมในหนังสือรวมสารคดี เรื่อง “อาจารย์ในร้านคุกกี้”. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 13(1), 120-144.

ภาคภูมิ เฉลิมวัฒน์. (2549). *การตั้งชื่อภาพยนตร์ : ภาษาที่ใช้ในสังคม*. (ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.

รัตน์ดา อาจวิชัย. (2547). *วิเคราะห์สารคดีของธีรภาพ โลหิตกุล พ.ศ.2533-2545*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้า และคณะ. (2560). กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์ เรื่องจากปกของ นิตยสาร ศ.คน Magazine. *สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 23(3), 166-174.

วชิราภรณ์ สุวรรณวรางกูร. (2554). *การวิเคราะห์วรรณกรรมยาวชนรางวัลแว่นแก้วประเภทสารคดี พ.ศ. 2546 – 2552*. (ปริญญานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

ศิรดา ทองกลัด. (2559). *วิเคราะห์แนวคิดและศิลปะการใช้ภาษาในสารคดีท่องเที่ยว เรื่อง “ความฝัน ที่มั่นสุดท้าย” ของ นิ้วกลม*. (ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

ศุภฤกษ์ เวศยาสิรินทร์ และคณะ. (2563). ถอดบทเรียนการจัดการเรียนรู้ด้วยการประกวดแข่งขันเป็นฐาน : กรณีศึกษาการผลิตสารคดีเชิงข่าวส่งประกวดรางวัลสายฟ้าน้อย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 2(2), 1-28.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. สืบค้นจาก: https://dictionary.orst.go.th/

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2557). *ศัพท์บัญญัติสำนักงานราชบัณฑิตยสภา*. สืบค้นจาก: https://coined-word.orst.go.th/

PPTV HD 36. (1 มีนาคม 2563). *รอบโลก by กรุณา คว้ารางวัลในงานประกาศรางวัลโทรทัศน์ทองคำ*. สืบค้นจาก: https://www.pptvhd36.com/news/

กลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud[1]

Strategies for presenting content in Travel column articles from the magazine website Read the cloud

ศศิธร คำแสนวงษ์*[2] และอรทัย สุทธิ[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2564 ถึง 25 ธันวาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 110 บทความ

ผลศึกษากลวิธีการนำเสนอบทความ พบว่ามี 4 กลวิธีได้แก่ 1. กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง พบ 8 กลวิธี เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การบอกเนื้อหาตรงไปตรงมา การเล่นเสียงสัมผัสคล้องจอง การใช้ความเปรียบ การใช้กลุ่มคำหรือวลีมาเรียงต่อกัน การใช้คำหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยาย การซ้ำคำ การใช้ความคลุมเครือ และการเล่นคำ 2. กลวิธีการเขียนความนำ พบ 6 กลวิธี เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ความนำแบบบรรยาย ความนำแบบผสมผสาน ความนำแบบพรรณนา ความนำแบบอ้างคำพูดหรือวาทะของบุคคล และความนำแบบตั้งคำถาม 3. กลวิธีการเขียนเนื้อเรื่อง แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) กลวิธีในการดำเนินเรื่อง แบ่งได้ 2 วิธีคือ การใช้ตัวผู้เขียนเองเป็นตัวดำเนินเรื่อง และการใช้ตัวบุคคลในพื้นที่เป็นตัวดำเนินเรื่อง 2) กลวิธีในการลำดับเรื่อง แบ่งได้ 2 วิธีคือ การลำดับตามประเด็นสำคัญ และการลำดับตามเวลา 4. กลวิธีการเขียนความจบ พบ 6 กลวิธี เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ความจบแบบไม่มีบทสรุป ความจบแบบจบด้วยทัศนะหรือมุมมองของผู้เขียน ความจบแบบผสมผสาน ความจบด้วยการอ้างคำพูดของบุคคล และความจบด้วยการย้อนหลัง

คำสำคัญ: การนำเสนอ เนื้อหา บทความ คอลัมน์ ท่องเที่ยว นิตยสาร

[1]บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาและการใช้คำในบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud

[2] นิสิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, ภาควิชาภาษาไทยและตะวันออก, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] อาจารย์ สาขาวิชาภาษาไทย, ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Corresponding author E-mail: 62010110016@msu.ac.th

Abstract

The results of the study of the strategies for presenting content in the article revealed that there are 4 components: 1. In terms of naming strategies, 8 strategies were found in descending order, namely: Telling the content straight Playing the rhyme sound taking advantage of Using groups of words or phrases together Keyword prefixes followed by extended text, repetition, and use of ambiguity. and wordplay. 2. Regarding the strategies for writing the introduction, 6 strategies were found in descending order as follows: descriptive leadership integrated leadership descriptive leadership A person's verbal or verbal leadership, and questioning leadership. 3. Strategies for writing a story It was found that there are 2 types of story writing strategies, namely: 1. Strategies for executing the story, which can be divided into 2 methods: using the author himself as the narrator. and using the people in the area as the subjects and sequencing by the time. 4. In terms of writing ending strategies, 6 strategies were found in descending order as follows: End without conclusion The ending is ending with the viewpoint or point of view of the author. mixed ending with a person's quote and ending with a retrospective.

Keywords: Content Presentation, Articles, Travel Columns, Magazines

บทนำ

Read the cloud เป็นเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ที่ก่อตั้งโดย ทรงกลด บางยี่ขัน และช้างน้อย กุญชร ณ อยุธยา มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิต การทำธุรกิจที่ดี ความยั่งยืน การพัฒนาสังคม ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม อาหาร การเดินทาง และอื่น ๆ อีกมากมาย โดยมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ทั่วไปในแง่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่ได้เน้นความรวดเร็ว แต่กลับเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่ครบถ้วน น่าสนใจ นำเสนอเรื่องราวที่ผู้อ่านอาจจะไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน ให้ความเพลิดเพลินและความรู้แก่ผู้อ่านด้วยการใช้ภาษานำเสนอที่เป็นกันเอง มีการแบ่งเนื้อหาหลักออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ Local, Creative Culture และ Better Living มีคอลัมน์แบ่งย่อยอีก 8 ประเภท ประกอบไปด้วย Work, Interview, Living, Social, Travel, Video, Activity และ Play read ถ่ายทอดออกมาทั้งในรูปแบบบทความ Podcast และVideo ทำให้ Read the cloud (mangozero,2560) เป็นเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านค่อนข้างมากเห็นได้จากจำนวนการเข้าชมบทความในเว็บไซต์ที่มีมากกว่า 100,000 ครั้ง Facebook ที่มียอดผู้ติดตามมากถึง 419,497 คน และYouTube ที่มียอดผู้ติดตามมากกว่า 227,000 คน เป็นต้น

คอลัมน์ Travel มีหลายบทความในคอลัมน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดบนหน้าแรกของเว็บไซต์ เนื่องจากปัจจุบันผู้คนหันมาให้ความสนใจด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น บทความท่องเที่ยวจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้เข้าถึงการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งการอ่านเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก่อนออกเดินทาง การอ่านเพื่อความสนุกสนาน อ่านเพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ให้กับตัวเอง อ่านเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ หรือเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตเป็นต้น โดยในคอลัมน์นี้เน้นนำเสนอเนื้อหาที่

เกี่ยวกับการมีชีวิตที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ ที่พักกับการใช้ชีวิตที่กลมกลืนกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต บันทึกการเดินทางทั้งในและต่างประเทศที่ผู้เขียนได้บอกเล่าเรื่องราวผ่านประสบการณ์ของผู้เขียนด้วยรูปแบบและลีลาการเขียนเฉพาะบุคคล

คอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud มีลักษณะการนำเสนอบทความที่หลากหลาย ถ่ายทอดผ่านเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนักเขียนแต่ละคน ทำให้บทความมีมุมมองที่แปลกใหม่ น่าสนใจ ทั้งด้านการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2564 ถึง 25 ธันวาคม 2564 จำนวน 110 บทความ
2. วิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud โดยใช้กรอบแนวคิดด้านการเขียนสารคดีชีวประวัติของนพวรรณ งามรุ่งโรจน์ (2563: 211-226)
3. ขั้นสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ
4. ขั้นนำเสนอผลการศึกษา

ผลการศึกษา

จากการศึกษากลวิธีการนำเสนอเนื้อหาบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud พบกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในบทความ พบว่ามี 4 องค์ประกอบได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง กลวิธีการเขียนความนำ กลวิธีการเขียนเนื้อเรื่อง และกลวิธีการเขียนความจบดังนี้

1. กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง

1.1 การบอกเนื้อหาตรงไปตรงมา

ผู้เขียนจะแสดงสาระของเรื่องอย่างตรงไปตรงมาทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและทราบได้ทันทีว่าผู้เขียนกำลังจะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับอะไร (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 212) พบทั้งหมด 59 บทความ คิดเป็นร้อยละ 53.63 ดังตัวอย่าง

คุณแม่พาลูกเที่ยวตลาดคริสต์มาสในเมืองเล็ก ๆ เยอรมนี ออสเตรีย และสวนสนุกในฝรั่งเศส

(ชนิตา สุวรรณะ, 25 ธันวาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว ผู้เขียนต้องการแสดงเนื้อหาของเรื่องอย่างตรงไปตรงมา บอกให้ผู้อ่านทราบว่าเรื่องราวที่นำเสนอนั้นเป็นเรื่องราวของคุณแม่ที่พาลูกเที่ยวใตลาดคริสมาสต์ในเยอรมนี ออสเตรียและไปเที่ยวสวนสนุกในฝรั่งเศสในช่วงเวลาของเทศกาลคริสต์มาส

1.2 การใช้ความคลุมเครือ

เป็นการตั้งชื่อในรูปของกลุ่มคำหรือวลีที่ไม่บอกเล่าหรือชี้แนะเกี่ยวกับเนื้อหาของเรื่องมากนัก แต่จะสร้างความสนใจให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยต้องการทราบเรื่องราวและติดตามอ่าน (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 212) พบทั้งหมด 2 บทความ คิดเป็นร้อยละ 1.81 ดังตัวอย่าง

Little Town เมืองเล็ก ๆ ในศรีราชาของสองหนุ่มโปรดักชัน สร้างเป็นฐานทัพลับในวัยเกษียณ

(นิธิตา เอกปฐมศักดิ์, 1 ธันวาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว พบการใช้ความคลุมเครือในที่นี้คือคำว่า “ฐานทัพลับ” ทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยว่า ฐานทัพลับ นั้นหมายถึงอะไร ซึ่งในบทความนี้หมายถึง บ้านพักตากอากาศริมทะเล พื้นที่ประกอบด้วยบ้าน 3 หลัง พร้อมกับคาเฟ่และบาร์ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามโอกาส ซึ่งไม่ได้หมายถึงที่ตั้งกองทัพแต่อย่างใด

1.3 การเล่นเสียงสัมผัสคล้องจอง

ผู้เขียนตั้งใจเล่นเสียงสัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ ทำให้ชื่อเรื่องมีเสียงสัมผัสที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 212) พบทั้งหมด 22 บทความคิดเป็นร้อยละ 20 ดังตัวอย่าง

เลียบล่องท่องโขง 10 สถานที่เก่า-ใหม่ทั่วบึงกาฬ ที่ชวนตกหลุมรักจังหวัดน้องใหม่

(กฤษฎา ผลไชย, 10 กรกฎาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว พบการเล่นเสียงสัมผัสคล้องจองคือ ล่อง-ท่อง เป็นการเล่นเสียงสัมผัสสระเลียบ-ล่อง เป็นการเล่นเสียงสัมผัสพยัญชนะ เพื่อสร้างความไพเราะคล้องจองขณะอ่านและทำให้ผู้อ่านจดจำชื่อเรื่องได้ง่าย

1.4 การใช้ความเปรียบ

เป็นการตั้งชื่อในรูปแบบของสัญลักษณ์หรือวลีที่มีความหมายแฝง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 213) พบทั้งหมด 9 บทความคิดเป็นร้อยละ 8.18 ดังตัวอย่าง

‘หลิวเต้อหัว’ ร้านอาหารจานเดียวไทยในญี่ปุ่น พระเอกความอร่อยแห่งชินไซบาชิ

(ณิชมน หิรัญพฤกษ์, 17 พฤศจิกายน 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าวพบการใช้ความเปรียบคือ พระเอกความอร่อยแห่งชินไซบาชิ ซึ่งพระเอกในที่นี้หมายถึง โดดเด่น อร่อยที่สุดในชินไซบาชิ ซึ่งเป็นสถานที่ช็อปปิงยอดนิยมของ Osaka ประเทศญี่ปุ่น

1.5 การใช้คำหลักนำหน้าตามด้วยข้อความที่เป็นส่วนขยาย

ผู้เขียนจะเริ่มด้วยคำวลีหรือชื่อนำหน้าแล้วตามหลังด้วยกลุ่มข้อความที่เป็นส่วนขยายเพื่อแสดงให้เห็นรายละเอียดของเนื้อหามากขึ้น โดยใช้เครื่องหมายทวิภาค (:) คั่นระหว่างคำหลักกับส่วนขยาย (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 213) พบทั้งหมด 4 บทความคิดเป็นร้อยละ 3.63 ดังตัวอย่าง

เรือนระเด่น : โฮมสเตย์เรือนไทยริมคลอง จ.สมุทรสงคราม ของครูดนตรีไทยกลับบ้าน

(ณัฐชา เกิดพงษ์, 21 สิงหาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว พบการใช้เครื่องหมายทวิภาค (:) คั่นระหว่างคำหลักคือ เรือนระเด่น กับส่วนขยายคือ โฮมสเตย์เรือนไทยริมคลอง จ.สมุทรสงครามของครูดนตรีไทยกลับบ้าน

1.6 การซ้ำคำ

คือการนำคำที่มีความหมายเหมือนกันมากล่าวซ้ำเพื่อเน้นย้ำสาระสำคัญของชื่อเรื่องให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 213) พบทั้งหมด 4 บทความดังตัวอย่าง

Athita : โรงแรมจากไม้สักเก่าและอิฐมอญทำมือของคนเชียงแสน ที่อยากให้เชียงแสนเป็นที่รู้จัก

(ฉัตรชนก ชัยวงค์, 24 ธันวาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าวพบการซ้ำคำว่า เชียงแสน เพื่อเน้นย้ำสาระสำคัญของชื่อเรื่องว่าเกี่ยวข้องกับเมืองเชียงแสน

1.7 การเล่นคำ

ผู้เขียนจะนำคำที่มีรูปหรือเสียงพ้องกันหรือใกล้เคียงกันมาเล่นในเชิงเสียงและความหมาย (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 213) พบทั้งหมด 1 บทความคิดเป็นร้อยละ 0.90 ดังตัวอย่าง

นอนบ้านทุ่ง กินอาหารบ้าน ๆ และสูดอากาศบริสุทธิ์ที่โฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย

(ชมภูนุช ฉัตรนภารัตน์, 25 มิถุนายน 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว ผู้เขียนนำคำที่มีรูปหรือเสียงพ้องกันหรือใกล้เคียงกันมาเล่นในเชิงเสียงและความหมายคือคำว่า บ้าน ซึ่ง กินอาหารบ้าน ๆ (ว.) ใช้ขยายคำว่าอาหารว่า เป็นอาหารที่เรียบง่าย อาหารพื้นบ้าน อาหารทั่วไปที่ชาวบ้านทำเป็นประจำ และซ้ำคำว่า บ้าน ๆ เพื่อเน้นย้ำความหมายว่า เป็นอาหารธรรมดา ปกติของชาวบ้าน ส่วนบ้านนาต้นจั่น (น.) เป็นชื่อหมู่บ้าน และบ้านทุ่ง (น.) เป็นการเรียกบ้านที่อยู่บริเวณสวนหรือทุ่งนา

1.8 การใช้กลุ่มคำหรือวลีมาเรียงต่อกัน

เป็นการนำถ้อยคำ กลุ่มคำหรือวลีที่บอกเนื้อหามาเรียงต่อกัน และทำให้เกิดความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 214) พบทั้งหมด 9 บทความคิดเป็นร้อยละ 8.18 ดังตัวอย่าง

คว้ากล้องฟิล์ม เที่ยวถิ่น Hiroshima แวะสวนสันติภาพ ปราสาทปลาคาร์ป และกินพิซซ่าญี่ปุ่น

(รหัท กิจจริยภูมิ, 14 สิงหาคม 2564)

การตั้งชื่อบทความดังกล่าว พบการใช้กลุ่มคำหรือวลีที่ก่อให้เกิดความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน เช่น เที่ยวถิ่น Hiroshima แวะสวนสันติภาพ ปราสาทปลาคาร์ป ซึ่งกลุ่มคำหรือวลีเหล่านี้สื่อถึงความเป็นเมือง Hiroshima ประเทศญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจน

2. กลวิธีการเขียนความนำ

2.1 ความนำแบบพรรณนา

เป็นการเล่าถึงภาพบรรยากาศของเรื่องเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับสิ่งที่ผู้เขียนได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่นและได้สัมผัส หรือมุ่งให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพผ่านการเลือกใช้ถ้อยคำเป็นอย่างดีมากกว่าการเล่าเรื่องให้เห็นรายละเอียดเพียงอย่างเดียว (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 214) พบทั้งหมด 19 บทความคิดเป็นร้อยละ 17.27 ดังตัวอย่าง

กลิ่นหอมของกลูไวน์และเกาลัดที่โชยมาแตะจมูก เสียงเครื่องดนตรีบรรเลงอย่างครึกครื้นที่กระทบใบหู แสงไฟระยิบระยับตามถนนหนทางที่เดินทอดน่องผ่าน เป็นสัญลักษณ์ของฤดูหนาว และเทศกาลคริสต์มาสที่กำลังมาเยือน

(ชนิตา สุวรรณะ, 25 ธันวาคม 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง คุณแม่พาลูกเที่ยวตลาดคริสต์มาสในเมืองเล็ก ๆ เยอรมนี ออสเตรีย และสวนสนุกในฝรั่งเศส โดยผู้เขียนได้พรรณนาถึงภาพบรรยากาศเทศกาลคริสต์มาส เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับสิ่งที่ผู้เขียนได้เห็น เช่น แสงไฟระยิบระยับตามถนนหนทางในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ได้กลิ่นหอมของกลูไวน์และเกาลัด ได้ยินเสียงครึกครื้นจากเครื่องดนตรี

2.2 ความนำแบบบรรยาย

เป็นความนำที่นำเสนอด้วยการบรรยายให้ภาพบรรยากาศ เหตุการณ์ สถานการณ์ สถานที่หรือบุคคล มีลักษณะคล้ายกับพรรณนาแต่จะเน้นรายละเอียดเป็นลำดับขั้นตอนตามที่เห็นจริง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 216) พบทั้งหมด 34 บทความคิดเป็นร้อยละ 30.90 ดังตัวอย่าง

ผมก้าวลงจากเรือโดยสารสู่หาดสีดำที่ทอดตัวยาวไปไกล ในที่สุดผมก็มาถึงหมู่บ้านรานอน (Ranon) บนเกาะแอมบริม (Ambrym) ประเทศวานูอาตู (Vanuatu) ได้สำเร็จเสียที หลังจากรอนแรมแบบลืมวันลืมคืน นับหมื่นกิโลเมตรจากกรุงเทพฯ สู่สิงคโปร์ เพื่อเปลี่ยนเครื่องมายังบริสเบน (Brisbane) ประเทศออสเตรเลีย แล้วต่อเครื่องอีกครั้งมายังเมือง พอร์ตวิลา (Port Vila) เมืองหลวงของประเทศ เปลี่ยนเป็นเครื่องบินเล็กอีกครั้ง

เพื่อบินมายังเมืองเครกโคฟ (Craig Cove) เกาะแอมบริม ก่อนจะลงเรือโดยสารเป็นเฮือกสุดท้ายมายังหมู่บ้านรานอนอันไกลโพ้น โอย เหนื่อย

(โลจน์ นันทิวัชรินทร์, 24 มิถุนายน 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง เที่ยววานูอาตูแต่ดันกลายเป็นคุณครูจำเป็น ทำเอาชาวบ้านกรี๊ดทั้งเกาะเพราะมาจากไทย โดยผู้เขียนได้เขียนบรรยายถึงเหตุการณ์การเดินทางอย่างเป็นลำดับขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ประเทศไทยจนถึงหมู่บ้านรานอน (Ranon) ประเทศวานูอาตู (Vanuatu)

2.3 ความนำแบบอ้างคำพูดหรือวาทะของบุคคล

เป็นการนำคำพูดหรือแนวคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพื่อให้ผู้อ่านคิดตามคำพูดหรือแนวคิดเหล่านั้น (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 216) พบทั้งหมด 9 บทความคิดเป็นร้อยละ 8.18 ดังตัวอย่าง

“การสืบสานภูมิปัญญานั้นไม่ใช่ทำแค่ปีละครั้ง แต่ต้องทำตลอดเวลา ต้องทำทุกลมหายใจเสมือนสายน้ำไหล หากน้ำเก่าไหลไป น้ำใหม่ไม่ไหลมา ก็จะเป็นน้ำห่างสายน้ำแห้ง หากน้ำเก่าไม่ไหลไป น้ำใหม่ไม่ไหลมา ก็จะเป็นน้ำเน่า แม่น้ำจะยังคงเป็นแม่น้ำ เมื่อน้ำเก่าไหลไป น้ำใหม่ไหลมาทดแทนสืบเนื่องกันไป”

(อนิรุทร์ เอื้อวิทยา, 28 เมษายน 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง Kalm Village หมู่บ้านที่รวมงานศิลปะ หัตถกรรม วัฒนธรรมทั่วประเทศไว้ใจกลางเชียงใหม่ เป็นคำพูดของหลวงปู่จันทร์ กุสโล อดีตเจ้าอาวาสวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เจ้าของ Kalm Village ได้ตัดสินใจสร้างสถานที่นี้ขึ้นมา การนำคำพูดหรือแนวคิดของหลวงปู่จันทร์ กุสโลยังทำให้ผู้อ่านคิดตามคำพูดเหล่านั้น และเกิดความสนใจในบทความมากยิ่งขึ้น

2.4 ความนำแบบตั้งคำถาม

จะเริ่มต้นเรื่องด้วยประโยคคำถามเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและต้องการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับเรื่องที่อ่าน (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 217) พบทั้งหมด 9 บทความคิดเป็นร้อยละ 8.18 ดังตัวอย่าง

พูดถึงร้อยเอ็ด คุณผู้อ่านนึกถึงอะไร

(กรภัทร พรมรักษา, 17 กรกฎาคม 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง 10 จุดควรแวะเมืองร้อยเอ็ด ตั้งแต่คาเฟ่กลางสวนถึงฟาร์มควายที่เด็ดจนต้องเอ็ดตะโร การเขียนความนำลักษณะนี้ เป็นการเริ่มต้นเรื่องด้วยการตั้งคำถามกับผู้อ่าน เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจว่าเมืองร้อยเอ็ดนั้นมีอะไรที่แตกต่างไปจากมุมมองของผู้อ่าน

2.5 ความนำแบบสรุปประเด็น

เป็นการเขียนความนำแบบสรุปประเด็นหรือสาระสำคัญของเรื่องทั้งหมด เริ่มด้วยการเกริ่นนำแล้วค่อยขยายรายละเอียดในตัวเรื่องอีกที (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 217) พบทั้งหมด 17 บทความคิดเป็นร้อยละ 15.45 ดังตัวอย่าง

EGAT Learning Center หรือ ศูนย์การเรียนรู้ กฟผ. สำนักงานกลาง แหล่งเรียนรู้ด้านการผลิตไฟฟ้าและพลังงานซึ่งซ่อนตัวอยู่ในอาคารทรงโมเดิร์นริมแม่น้ำเจ้าพระยา รั้วเดียวกับโรงไฟฟ้าพระนครเหนือเชิงสะพานพระราม 7 กลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งอย่างเต็มรูปแบบ หลังจากต้องปิดตัวยาวตั้งแต่เดือนเมษายนเพราะโรคระบาดตัวร้าย

(นิรภัฎ ช้างแดง, 17 ธันวาคม 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง EGAT Learning Center แหล่งเรียนรู้เรื่องไฟฟ้าแสนสนุกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน เนื้อหาของความนำจะมีความคลอบคลุมในประเด็นคำถามหลัก ๆ เช่น เรื่องของใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไรนั่นคือ ศูนย์การเรียนรู้ กฟผ. สำนักงานกลาง แหล่งเรียนรู้ด้านการผลิตไฟฟ้าและพลังงานที่ตั้งอยู่ในอาคารทรงโมเดิร์นริมแม่น้ำเจ้าพระยาได้กลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง

2.6 ความนำแบบผสมผสาน

เป็นการนำกลวิธีการเขียนความนำตั้งแต่ 2 วิธีขึ้นไปมาผสมกัน พบทั้งหมด 22 บทความคิดเป็นร้อยละ 20 ดังตัวอย่าง

ทันทีที่มือเราจับแผ่นหินทรงแปลกตาเพื่อเลื่อนประตูกระจกใสของร้านสีดำด้าน กลิ่นควันไม้ผสมกับกลิ่นอะไรบางอย่างก็ลอยเข้าเตะจมูกทันที เดาไม่ออกว่าคือกลิ่นอะไร แต่ประสาทสัมผัสของเราบอกว่า... ช่างแปลกดีแฮะ

“กลิ่น Burning Cabinet ครับ” ชายเพียงคนเดียวในร้าน ตอบคำถามที่เราคิดในหัว

‘Copenn.’ เป็น Design Concept Store เล็กๆ บริเวณปากซอยเจริญกรุง 82 เกิดขึ้นจากกลุ่มเพื่อน 4 คน 4 แขนงจากสายงานดีไซน์ที่ใช้ชีวิตด้วยกันบ่อย ๆ พบปะกันบ่อย ๆ มีตั้งแต่ Graphic Designer, Fashion Designer, Product Designer และ Interior มารวมตัวกัน และเห็นพ้องกันว่าอยากทำอะไรก็ได้ที่เกี่ยวกับงานดีไซน์ด้วยกัน

(พลอยไพลิน กลิ่นบัวงาม, 13 กรกฎาคม 2564)

ความนำดังกล่าวนำมาจากเรื่อง Copenn. ร้าน Design Concept Store ที่เริ่มจากขายเครื่องหอมและอยากฟื้นเจริญกรุงด้วย ‘ดีไซน์’ พบกลวิธีการเขียนความนำ 2 กลวิธีคือ ความนำแบบพรรณนาและความนำแบบบรรยาย มีการพรรณนาถึงสิ่งที่อยู่ตรงหน้าของผู้เขียน เช่น แผ่นหินทรงแปลกตา ประตูกระจกใสของร้านสีดำด้าน กลิ่นควันไม้ผสมกับกลิ่นอะไรบางอย่างก็ลอยเข้าเตะจมูกทันที ซึ่งทำให้ผู้อ่านคิดภาพตามไปด้วย และในย่อหน้าถัดมาได้บรรยายถึงร้าน ‘Copenn.’ แบบสั้น ๆ ว่าตั้งอยู่ที่ไหน เกิดขึ้นได้อย่างไร

3. กลวิธีการเขียนเนื้อเรื่อง

เนื้อเรื่องส่วนที่เป็นสาระสำคัญที่ผู้เขียนสารคดีต้องการนำเสนอเรื่องราวให้แก่ผู้อ่านทราบ แบ่งได้ 2 ลักษณะดังนี้

3.1 กลวิธีในการดำเนินเรื่อง

คือการทำให้เรื่องที่เขียนเคลื่อนไหวหรือเดินไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่องโดยมีการกำหนดมุมมอง หรือผู้ดำเนินเรื่อง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 218) พบ 2 กลวิธีได้แก่

3.1.1 การใช้ตัวบุคคลในพื้นที่เป็นตัวดำเนินเรื่อง ผู้เขียนจะใช้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องเป็นตัวดำเนินเรื่อง หรือผู้เขียนเลือกการเล่าเรื่องโดยผ่านมุมมองของบุคคลเจ้าของเรื่องราว (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 218) พบทั้งหมด 49 บทความคิดเป็นร้อยละ 45.54 ดังตัวอย่าง

“ระหว่างที่รอคุณแม่ไปซื้อของในเวียง เราก็นั่งพักตรงหน้าวัดเจดีย์หลวง สิ่งที่เราสัมผัสได้คือเชียงแสนเป็นเมืองที่สงบมาก เป็นเมืองที่ยังมีวิถีชุมชนที่คุณลุงเอาจอบเสียบจักรยานแล้วปั่นผ่านหน้าเราไป ขณะเดียวกันก็มีความทันสมัยผสมผสานด้วย และที่สำคัญ เป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์” แอนเริ่มย้อนเล่าความทรงจำก่อนคิดฝันอยากสร้างโรงแรมเล็ก ๆ ขึ้น

(ฉัตรชนก ชัยวงค์, 24 ธันวาคม 2564)

เนื้อเรื่องดังกล่าวนำมาจากเรื่อง Athita : โรงแรมจากไม้สักเก่าและอิฐมอญทำมือของคนเชียงแสน ที่อยากให้เชียงแสนเป็นที่รู้จัก การดำเนินเรื่องในลักษณะนี้คือการที่ผู้เขียนใช้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องเป็นตัวดำเนินเรื่อง ซึ่งแอน-นันทกาญจ์ ลิ้มเจริญ (เจ้าของเรื่องราว) ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของ ‘อาทิตา’ บูติกโฮเทลสไตล์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันผ่านเรื่องราวของตัวเธอเอง โดยมีคำสำคัญบ่งชี้ว่าผู้เขียนใช้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องเป็นตัวดำเนินเรื่องคือ “แอนเริ่มย้อนเล่าความทรงจำ”

3.1.2 การใช้ตัวผู้เขียนเองเป็นตัวดำเนินเรื่อง การดำเนินเรื่องในลักษณะนี้คือจะใช้ตัวผู้เขียนเป็นตัวกลางในการเล่าเรื่องหรือนำเสนอเรื่องราวผ่านอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนเอง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 219) พบทั้งหมด 61 บทความคิดเป็นร้อยละ 55.45 ดังตัวอย่าง

ผมในฐานะวิทยากรก็คงคิดไม่ต่างจากผู้ที่เป็นมัคคุเทศก์ อันที่จริงก็อยากให้สมาชิกทุกท่านได้สัมผัสกับทุกสิ่งทุกอย่างที่เราพาท่านไปชมอย่างเต็มที่ แต่กระนั้นความปลอดภัยต้องมาเป็นอันดับแรก และความสนุกสนานเพลิดเพลินก็เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงด้วย เพราะความเพลิดเพลินของคนหนึ่งอาจไม่ใช่ความเพลิดเพลินของอีกคนหนึ่งก็ได้ อทิติมากระซิบกับผมว่าในวันรุ่งขึ้นทางทีมงานจะจัด Waliking Tour เดินตลาดและนั่งสามล้ออินเดียในช่วงเช้าเป็นโปรแกรมพิเศษ ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงเต็ม ผมฟังแล้วก็คุยกับอทิติว่าตลาดในประเทศอินเดียนั้นออกจะมหัศจรรย์สำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยมากอยู่พอสมควร

(ณัฐพงศ์ ลาภบุญทรัพย์, 9 ตุลาคม 2564)

เนื้อเรื่องดังกล่าวนำมาจากเรื่อง ตะลุยเที่ยวรัฐราชสถานแห่งอินเดีย โหด มัน ฮา ในทริปรถไฟสุดหรู 7 คืน 8 วัน ผู้เขียนให้ตัวเองเป็นผู้ดำเนินเรื่องโดยใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 คือ “ผม” ที่เล่าถึงการเดินทางมาที่อินเดียในฐานะวิทยากร

3.2 กลวิธีในการลำดับเรื่อง

เป็นการเรียบเรียงเนื้อหาของเรื่องให้ต่อเนื่องสัมพันธ์กันตามลำดับของเนื้อหาในบทความพบ 2 กลวิธี ได้แก่

3.2.1 การลำดับตามเวลา เป็นการลำดับเรื่องตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหรือหลัง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 220) พบทั้งหมด 61 บทความคิดเป็นร้อยละ 22.72 ดังตัวอย่าง

31 AUG 2019 เราปักหมุดบน Google Maps มีสถานที่แนะนำหลากหลาย แต่กองทัพต้องเดินด้วยท้อง แม้เราจะวางแผนอย่างไร แต่เสน่ห์ของการท่องเที่ยวคือการได้พบเจอสิ่งที่อยู่นอกเหนือจากนั้น 1 SEP 2019 วันนี้เราตั้งใจเปลี่ยนร้านอาหารเช้ามาที่ Cafe Stare Miasto บรรยากาศแปลกตา อบอุ่น อาหารอร่อย วันที่ 2 SEP 2019 เราอยู่ในงานประชุมวิชาการทั้งวัน และวันที่ 3 SEP 2019 ก็เป็นวันที่เราเดินทางกลับประเทศไทย

(ลลิดา ธีระโกเมน, 25 กันยายน 2564)

เนื้อเรื่องดังกล่าวนำมาจากเรื่อง เที่ยววันสบาย ๆ แวะปราสาท ดูงานศิลปะ จนหลงรัก Krakow เมืองเก่าแก่ที่สุดของโปแลนด์ เป็นการลำดับเรื่องตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามปฏิทินโดยระบุเป็นวันที่เริ่มตั้งแต่วันที่ 31 สิงหาคม 2562, 1 กันยายน 2562, 2 กันยายน 2562 และ 3 กันยายน 2562 พร้อมใส่รายละเอียดกิจกรรมของแต่ละวันอย่างชัดเจน

3.2.2 การลำดับตามประเด็นสำคัญ วิธีนี้จะนำเสนอเนื้อหาหรือประเด็นที่สำคัญ น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์เป็นลำดับแรกและเรียงความสำคัญรองลงมาตามลำดับ (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 221) พบทั้งหมด 25 บทความคิดเป็นร้อยละ 77.27 ดังตัวอย่าง

จากคนรอบนอกที่ต้องนั่งรถไฟชานเมืองเข้ามาทำงาน ก็เปลี่ยนเป็นรถตู้บ้าง รถไฟฟ้าบ้าง ทำให้รถไฟชานเมืองที่เคยรุ่งเรืองและครองการเดินทางเข้าเมืองมานานมีคนใช้น้อยลง จนคนแทบนึกไม่ถึงว่ามีวิธีเดินทางแบบนี้อยู่ด้วย ซึ่งถ้าว่ากันตรง ๆ มันก็มีจุดแข็งที่ไม่แพ้ใคร อันดับแรก มีตารางเวลาเป็นของตัวเอง ซึ่งเราคำนวณและวางแผนได้เลยว่าจะไปถึงที่หมายปลายทางของเราตอนกี่โมง สองคือการเข้าถึงหลาย ๆ สถานที่ที่เป็นถนนหนทางสายหลักไม่ได้ตัดเข้าไปหา สาม ราคาค่ารถที่ถูกถูกเสียจนเอามือทาบอก เริ่มต้นแค่เพียง 2 บาท ก็นั่งไปได้ตั้ง 10 กิโลเมตร แถมไปไกลขึ้นค่ารถก็ไม่ได้แพงเลย

(วันวิสข์ เนียมปาน, 24 พฤษภาคม 2564)

เนื้อเรื่องดังกล่าวนำมาจากเรื่อง รถไฟชานเมือง ตัวเลือกเข้ากรุงเทพฯ ของคนบ้านไกล กำลังจะมีสายสีแดงใหม่ที่บางซื่อ ซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับข้อดีของรถไฟชานเมือง

4. กลวิธีการเขียนความจบ

4.1 ความจบแบบย่อเรื่องราวทั้งหมด

เป็นการย่อเรื่องหรือสรุปเรื่องราวทั้งหมดหรือเป็นการรวบรวมสาระสำคัญนำมากล่าวไว้ตอนท้าย (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 222) พบทั้งหมด 9 บทความคิดเป็นร้อยละ 8.18 ดังตัวอย่าง

ทำไมเราถึงพาทุกคนมาในวันนี้ก่อน เพราะว่าตอนนี้มีการอัปเกรดทางรถไฟสายโคราชใหม่ ให้กลายเป็นรถไฟทางคู่ วิ่งสวนกันได้ไม่ต้องรอหลีก ซึ่งการมาถึงของรถไฟทางคู่นี้ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมากกับทางรถไฟ ตั้งแต่ช่วงสถานีมาบกะเบาจนถึงสถานีนครราชสีมา จากที่เคยต้องลัดเลาะไปตามเขาก็เปลี่ยนใหม่เป็นลอดอุโมงค์ ตรงไหนที่เป็นหุบเขาหรือเป็นแอ่งก็ทำสะพานข้ามไป ซึ่งจะทำให้เวลาในการเดินทางลดเหลือเพียง 3 ชั่วโมงเศษ ๆ เท่านั้น

(วันวิสข์ เนียมปาน, 7 กันยายน 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง นั่งรถไฟไปโคราช ฝ่าดงพญาเย็นแสนงาม ชมเส้นทางรถไฟสายแรกของไทยที่กำลังจะเปลี่ยนแปลง เป็นการรวบรวมสาระสำคัญนำมากล่าวไว้ตอนท้ายเกี่ยวกับข้อมูลใหม่ ๆ ของรถไฟสายโคราชที่กลายเป็นรถไฟทางคู่เพื่อเป็นการสรุปเนื้อหาในตอนต้นอีกที

4.2 ความจบด้วยทัศนะหรือมุมมองของผู้เขียน

เป็นการแสดงทัศนะคติหรือมุมมองของผู้เขียนที่มีต่อเรื่องราวที่นำเสนอ (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 223) พบทั้งหมด 27 บทความคิดเป็นร้อยละ 24.54 ดังตัวอย่าง

นี่คงเป็นอีกเส้นทาง Hiking ที่สวยงามและน่ามาเยือนกันสักครั้งถ้ามีโอกาส เป็นเส้นทางที่ไม่ได้ขึ้นเขาชันและเดินง่ายพอสมควร ผมคิดว่า Hooker Valley Track นี้เป็นอีกหนึ่งในลิสต์ที่ห้ามพลาดเลยทีเดียวสำหรับคนที่เดินทางมายังเกาะใต้ ประเทศนิวซีแลนด์ ขอแนะนำว่าให้มานอนพักที่ Mount Cook สักหนึ่งคืนที่นี่เงียบสงบและดาวบนท้องฟ้ายามค่ำคืนสวยมาก และเช้าอีกวันก็ค่อยตื่นแต่เช้าออกมาเดิน Hiking บนเส้นทางสาย Hooker Valley Track กัน ที่สำคัญ อย่าลืมพกของว่างไปแวะทานที่ทะเลสาบ Hooker กันด้วยนะครับ

(สมโภชน์ ศิริโชติ, 14 ตุลาคม 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง คุณพ่อจัดทริปยกครอบครัวไป Hiking บนเส้นทางธรรมชาติ Hooker Valley Track นิวซีแลนด์ ความจบลักษณะนี้เป็นการแสดงทัศนะคติหรือมุมมองของผู้เขียนที่มีต่อการไป Hiking บนเส้นทางธรรมชาติ Hooker Valley Track ที่นิวซีแลนด์ เป็นเส้นทางที่ไม่ได้ขึ้นเขาชันและเดินง่ายและเป็นสิ่งที่ไม่ควรพลาดเมื่อมาถึงเกาะใต้ ประเทศนิวซีแลนด์

4.3 ความจบด้วยเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งของผู้เขียน

เป็นการกล่าวถึงเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งของเจ้าของเรื่องราว ซึ่งมีการพรรณนาหรือบรรยายให้เห็นภาพเหตุการณ์ เพื่อแสดงให้เห็นกิริยาอาการหรือความเคลื่อนไหวของบุคคลอย่างน่าสนใจ (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 224) พบทั้งหมด 3 บทความคิดเป็นร้อยละ 2.72 ดังตัวอย่าง

หลังจากแวะเที่ยวเมืองใหญ่ ๆ สวย ๆ แถบโคโลเนียลตะวันตกเม็กซิโกที่ผมไม่เคยมาถึง ก็กลับมาขึ้นเครื่องที่เมืองหลวง เพื่อนรุ่นพ่อ Javier อุตส่าห์ให้ที่พักในบ้านพี่สาว ทั้งขับรถมารับส่งและเลี้ยงส่งกับครอบครัว Rocio มากับลูกชายที่ผมไม่เคยเจอ ผมเอาของฝากเป็นหนังสือทำอาหารไทยไปให้ เพราะไม่ได้เจอกันเลยตลอด

วันที่มา ป้า Refugio ที่เคยยกแล็ปท็อปให้ผมใช้เรียนจนจบ กุลีกุจอแอบไปหาซื้อหนังสือสารคดีเกี่ยวกับพีระมิดมาฝากเพราะผมพูดถึงขึ้นมา เรากอดลากันด้วยน้ำตา สัญญาว่าจะกลับมาเยี่ยมใหม่อีกแน่นอน ผมยื่นตั๋วและหนังสือเดินทางก่อนขึ้นเครื่อง ตั๋วใบนั้นเขียนไว้ว่า Mexico City-Mictlán

(กิตติพงศ์ นาไสย, 30 ตุลาคม 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง พาเที่ยวเทศกาลแห่งความตาย Day of the Dead งานเช็งเม้งแสนสนุกในกรุงเม็กซิโก ได้การกล่าวถึงเหตุการณ์ขณะที่ผู้เขียนกำลังเดินทางกลับ และแสดงให้เห็นกิริยาอาการหรือความเคลื่อนไหวของผู้เขียนที่กำลังบอกลาพี่สาวและป้า เช่น การกอดลา

4.4 ความจบด้วยการย้อนหลัง

ความจบลักษณะนี้จะสัมพันธ์กับความนำคือ การนำเอาความของสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เป็นตอนเริ่มเรื่องมาใช้ในตอนปิดเรื่อง (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 225) พบทั้งหมด 2 บทความคิดเป็นร้อยละ 1.81 ดังตัวอย่าง

(ความนำ) กลิ่นหอมของกลูไวน์และเกาลัดที่โชยมาแตะจมูก เสียงเครื่องดนตรีบรรเลงอย่างครึกครื้นที่กระทบใบหู แสงไฟระยิบระยับตามถนนหนทางที่เดินทอดน่องผ่าน เป็นสัญลักษณ์ของฤดูหนาวและเทศกาลคริสต์มาสที่กำลังมาเยือน

(ความจบ) “หวังว่าฤดูหนาวที่จะมาถึง เราจะได้เดินเล่นตลาดคริสต์มาส พร้อมยืนจิบ กลูไวน์ร้อน ๆ คลายหนาวกันอย่างพร้อมหน้าพร้อมตา”

(ชนิตา สุวรรณะ, 25 ธันวาคม 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง คุณแม่พาลูกเที่ยวตลาดคริสต์มาสในเมืองเล็ก ๆ เยอรมนี ออสเตรีย และสวนสนุกในฝรั่งเศส เป็นการนำเอาสถานการณ์หรือเหตุการณ์ตอนเริ่มเรื่องมาใช้ในตอนปิดเรื่อง ซึ่งความนำเริ่มด้วยภาพบรรยากาศของเทศกาลคริสต์มาส และจบด้วยด้วยภาพบรรยากาศของเทศกาลคริสต์มาสและหวังว่าจะได้เดินเล่นตลาดคริสต์มาสเช่นเดียวกัน

4.5 ความจบด้วยการอ้างคำพูดของบุคคล

ผู้เขียนจะนำคำพูดของเจ้าของเรื่องราวมาใช้ในการสรุปหรือปิดท้ายบทความ (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 224) พบทั้งหมด 17 บทความคิดเป็นร้อยละ 15.45 ดังตัวอย่าง

“วันแรกคนอาจมองเรื่องของความสวย ความน่ารัก อยากถ่ายรูปกับมุมนั้นมุมนี้ วันถัดมาหากได้ลองเล่นบ้าง สัมผัสความรื่นรมย์จากความเรียบง่ายธรรมดาดูบ้าง เขาก็อาจเริ่มซึมซับไอเดีย DIY Happiness จนท้ายสุดเราหวังว่าบ้านหลังนี้จะช่วยให้เขาเกิด Wisdom พลิกมุมมองบางอย่างในชีวิต และกลับไปอย่างมีพลังเหมือนที่มาร์แซล พรุสต์ (Marcel Proust) เคยกล่าวไว้ ‘การท่องเที่ยวที่แท้จริงไม่ใช่การเสาะแสวงหาวิวทิวทัศน์แปลกใหม่ แต่คือการมีดวงตาคู่ใหม่’ ต่างหาก”

(คุณากร, 1 พฤษภาคม 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง สุดสะลี ที่พัก Solitude Stay จ.ลำปาง นอนบ้านไม้ ใช้ชีวิตง่าย ๆ และออกแบบความสุขได้เอง ได้นำคำพูดของเจ้าของเรื่องเรื่องราว (คุณจุฑามาศ) มาทิ้งท้ายเกี่ยวกับ สุดสะลี ที่พักของเขาเองที่นอกจากจะสวยงาม ร่มรื่นแล้ว เมื่อมาเยือนที่นี้ก็หวังว่าจะได้ภูมิปัญญาต่าง ๆ กลับไปด้วย และมีการนำคำพูดของ มาร์แซล พรุสต์ (Marcel Proust) มาประกอบไว้ในคำพูดของเขาด้วย

4.6 ความจบแบบผสมผสาน

เป็นการนำกลวิธีการเขียนความจบตั้งแต่ 2 วิธีขึ้นไปมาผสมผสานกัน (นพวรรณ งามรุ่งโรจน์, 2563: 224) พบทั้งหมด 24 บทความคิดเป็นร้อยละ 21.81 ดังตัวอย่าง

“หลายคนมักจะบอกว่าสิ่งที่ยากที่สุดของการทำโรงแรมคือการก่อสร้าง แต่สำหรับเรามองว่า การทำโรงแรมให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน นั่นคือสิ่งที่ยากที่สุด เป็นความท้าทายและเป็นการเดินทางที่ค่อนข้างยาวนาน” การเดินทางกำลังเริ่มต้น ผู้คนส่งเสียงกู่ร้องด้วยความยินดี ทั้งชาวจันทบุรีและเพื่อนบ้านใกล้เคียง เรามั่นใจว่า The Motifs Eco Hotel จะเดินด้วยก้าวเล็ก ๆ ที่มั่นคงจนถึงปลายทาง

(วันวิสข์ เนียมปาน, 17 กรกฎาคม 2564)

ความจบดังกล่าวนำมาจากเรื่อง สิ่งปลูกสร้างรอบสถานีรถไฟกรุงเทพ มรดกสถาปัตย์รอบ ‘หัวลำโพง’ ยุคกำเนิดรถไฟไทย พบกลวิธีการเขียนความจบ 2 กลวิธีได้แก่ ความจบด้วยการอ้างคำพูดของบุคคลคือ การกล่าวถึงสิ่งที่ยากที่สุดของการทำโรงแรมจากเจ้าของเรื่องราว และพบความจบด้วยทัศนะหรือมุมมองของผู้เขียนคือ เรามั่นใจว่า The Motifs Eco Hotel จะเดินด้วยก้าวเล็ก ๆ ที่มั่นคงจนถึงปลายทาง

4.7 ความจบแบบไม่มีบทสรุป

แบบไม่มีบทสรุปคือ ผู้เขียนให้รายละเอียดเพียงความนำกับเนื้อเรื่อง ไม่ได้สรุปเนื้อหาในท้ายเรื่องเพิ่มเติม และไม่ได้เน้นย้ำประเด็นหรือความคิดของผู้เขียน บทความจึงมีส่วนประกอบที่ไม่สมบูรณ์ แต่ทั้งนี้แล้วบทความจะน่าสนใจมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้อ่านในการเลือกติดตามผลงานของนักเขียน พบทั้งหมด 28 บทความคิดเป็นร้อยละ 25.45 ตัวอย่างเช่น ความจบจากเรื่อง เลียบล่องท่องโขง 10 สถานที่เก่า-ใหม่ทั่วบึงกาฬ ที่ชวนตกหลุมรักจังหวัดน้องใหม่ (กฤษฎา ผลไชย, 2564) ผู้เขียนได้เขียนความนำเกี่ยวกับที่มาของจังหวัดบึงกาฬ และแหล่งท่องเที่ยว อาหารการกิน วัฒนธรรมต่าง ๆ และส่วนของเนื้อหานั้นเป็นการนำเอา 10 สถานที่มากล่าวถึงรายละเอียดต่าง ๆ เช่น สถานที่นี้เกี่ยวกับอะไร จุดเด่น ความน่าสนใจของสถานที่คืออะไร เมื่อถึงสถานที่ที่ 10 ผู้เขียนจะไม่มีการเขียนความจบสรุปเนื้อหาครอบคลุมทั้งหมด 10 สถานที่ จึงเป็นการเขียนบทความที่ไม่มีความจบ หรือเป็นความจบแบบไม่มีบทสรุป

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษากลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud พบการใช้กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาบทความโดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง กลวิธีการเขียนความนำ กลวิธีการเขียนเนื้อเรื่อง และกลวิธีการเขียนความจบ

ด้านกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องพบว่ามี 8 ประเภท กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องแบบบอกเนื้อหาตรงไปตรงมาได้รับความนิยมมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านทราบถึงเนื้อหาของบทความได้ทันที โดยจะบอกถึงประเด็นหลักของเนื้อเรื่อง ส่วนการตั้งชื่อเรื่องโดยการเล่นเสียงสัมผัสคล้องจองที่ได้รับความนิยมรองลงมานั้นเพื่อให้ชื่อเรื่องดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และเพื่อให้เกิดความไพเราะทางเสียง กลวิธีที่พบน้อยที่สุดคือการเล่นคำ เนื่องจากผู้เขียนไม่ต้องการให้ชื่อเรื่องมีความซับซ้อน ต้องการสื่อความหมายได้ทันที

ด้านกลวิธีการเขียนความนำพบว่ามี 6 ประเภท ความนำที่ผู้เขียนนำมาใช้มากที่สุดคือความนำแบบบรรยาย เพราะต้องการให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาได้โดยง่ายและเป็นลำดับขั้นตอน เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้

จินตนาการตามผู้เขียนเพื่อให้เกิดความสนใจในเรื่องราวที่ผู้เขียนนำเสนอ และติดตามอ่านเรื่องราวต่อไป

ด้านกลวิธีการเขียนเนื้อเรื่อง พบว่ากลวิธีการเขียนเนื้อเรื่องแบ่งได้ 2 กลวิธี โดยกลวิธีการดำเนินเรื่องพบว่า ผู้เขียนนิยมใช้การใช้ตัวผู้เขียนเองเป็นตัวดำเนินเรื่องเนื่องจากบทความส่วนใหญ่ในคอลัมน์ Travel เป็นบทความถ่ายทอดประสบการณ์ส่วนตัวของผู้เขียนเป็นส่วนมาก และกลวิธีในการลำดับเรื่องพบว่า ผู้เขียนนิยมลำดับเรื่องโดยการลำดับตามประเด็นสำคัญมากกว่าการลำดับตามเวลา เพราะส่วนใหญ่เป็นบทความที่ถ่ายทอดประสบการณ์ส่วนตัวของผู้เขียน ผู้เขียนส่วนใหญ่จึงเล่าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยเล่าตามลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกเหมือนได้ร่วมเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ กับผู้เขียนด้วย

ด้านกลวิธีการเขียนความจบพบว่ามี 6 ประเภท ผู้เขียนนิยมใช้กลวิธีการเขียนความจบไม่มีบทสรุปมากที่สุด ผู้ศึกษาสังเกตได้ว่าผู้เขียนได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเขียนให้แปลกใหม่โดยเขียนบทความไม่ครบตามองค์ประกอบของบทความ การเขียนแบบไม่มีบทสรุปอาจจะกระตุ้นความสนใจผู้อ่านมากขึ้นก็เป็นไปได้เช่นกัน

ผลการวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานี รัตนรอด (2550) ศึกษาเรื่อง การใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท. พบองค์ประกอบของการนำเสนอเนื้อหาสารคดีท่องเที่ยวทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อเรื่อง และการเขียนความจบ เนื่องจากเป็นการนำเสนอในลักษณะเดียวกันคือ นำเสนอผ่านบทความและเป็นบทความประเภทท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน แต่การเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท. ส่วนมากเป็นการเล่าเหตุการณ์ บรรยายภาพเหตุการณ์ขณะเดินทางไปท่องเที่ยวของผู้เขียน แต่การเขียนบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud นั้นหลากหลายมากกว่า มีทั้งการเล่าเหตุการณ์ขณะเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร กิจการ การนำเสนอเรื่องราวของกิจการร้านค้าต่าง ๆ ผ่านการอธิบายของเจ้าของกิจการเอง จึงทำให้กลวิธีในแต่ละองค์ประกอบมีทั้งเหมือนและแตกต่างกัน เช่น ด้านการเขียนความนำบทความในคอลัมน์ Travel จากเว็บไซต์นิตยสาร Read the cloud พบทั้งหมด 6 ลักษณะ แต่ในการเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท. พบทั้งหมด 7 ลักษณะ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา มีสุวรรณ (2564) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์ พบองค์ประกอบของกลวิธีการเขียน 4 องค์ประกอบได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเปิดเรื่อง การเสนอเรื่อง และการปิดเรื่อง เนื่องจากเป็นการเขียนนำเสนอเกี่ยวกับท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันที่งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์เป็นการเขียนที่สั้น กระชับมากกว่า เน้นจุดเด่นและเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ จึงทำให้กลวิธีของแต่ละองค์ประกอบต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษากลวิธีการนำเสนอเนื้อหาบทความจากนิตยสารอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

ชญานี รัตนรอด. (2550). ***การใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.*** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นพวรรณ งามรุ่งโรจน์. (2563). ***กลวิธีการเขียนสารคดีชีวประวัติ: กรณีศึกษาจากผลงานของนักศึกษาในวิชาการเขียนสารคดี***. วรรณวิทัศน์, 20(2), 202–232. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2564 (https://doi.org/10.14456/vannavidas.2020.15)

นิตยา มีสุวรรณ. (2564). ***การวิเคราะห์งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์***. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 7(1), 30-47. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2564 (https://so05.tcithaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/241767)

Read The Cloud. (2564).***Travel Column คอลัมน์ท่องเที่ยว***. สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2564 (https://readthecloud.co/travel/)

กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง[1]

Persuasive tactics for live broadcasting on Pimry Pie's sell everything page

นุชรินทร์ น้ำเต้าทอง*[2] และอรทัย สุทธิ[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีในการวิเคราะห์ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2565 จำนวน 15 คลิป

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง พบ 13 กลวิธี เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ พบการให้ข้อมูลความรู้มากที่สุด การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 การให้คำแนะนำ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านธรรมชาติ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้วยสิ่งแปลกใหม่ การระบุกลุ่มเป้าหมาย กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านราคาหรือมูลค่า การกล่าวถึงกระบวนการการทำงานของสินค้าหรือบริการ การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ และน้อยที่สุดคือ การกล่าวอ้าง

คำสำคัญ กลวิธีการโน้มน้าวใจ, การแพร่ภาพสด, การเสนอขายสินค้า, เพจ

[1] บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง

[2] นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Corresponding auther E-mail: 62010110045@msu.ac.th

Abstract

This article aims to Persuasive tactics for live broadcasting sell everything on Pimry Pie's page. In this research study collected 15 clips from November 1, 2021 to January 31, 2022.

From the study of persuasive tactics in live broadcasting to sell products on the Pimry Pie Sell Everything page, 13 strategies were found. The most found knowledge sharing. Secondary found mentioning the properties or properties of a product or service, mentioning something unpleasant, Emotional, Sexual, Love and Social Persuasion Strategies, Tactics for persuasion in the 5 senses, advisement, Tactics to convince nature, New persuasion tactics, target audience identification, price or value persuasion tactics, Mentioning the working process of a product or service, use of scientific terms or jargon, And the least is Quotation.

Keywords: persuasion tactics, live broadcasting, merchandising, pages

บทนำ

การสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งในการทำการตลาด การติดต่อสื่อสารทางการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารของผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าและชักจูงให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งรูปแบบของการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่กำลังได้รับความสนใจมากก็คือ สื่ออินเทอร์เน็ต อันเนื่องมาจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีของการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งและมีอิทธิพลกับชีวิตของคนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการสื่อสารไปด้วย ซึ่งพฤติกรรมที่น่าสนใจอย่างยิ่ง คือ การเข้าสู่ Social Network (วนัสนันท์ สังสหชาติ, 2556)

แนวคิดการโน้มน้าวใจโดยรวม หมายถึง แนวคิดพื้นฐานด้านการโน้มน้าวใจในหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ ความหมายหรือนิยาม องค์ประกอบในการโน้มน้าวใจ ข้อพิจารณา ปัจจัยต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ขั้นตอนในการโน้มน้าวใจ สิ่งที่มีผล ความสำเร็จและผลของการโน้มน้าวใจซึ่ง คัดนางค์ มณีศรี (2556) ระบุว่าประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจให้บุคคลมีพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของสารสื่อมานั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ปัจจัยแรกได้แก่ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร ที่ต้องมีความน่าเชื่อถือ (credibility) และมีความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และปัจจัยที่สองได้แก่ตัวสารที่สื่อสารออกไปว่ามีความสำคัญหรือความน่าสนใจของเนื้อหาสาระตลอดจนความน่าสนใจของสื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารมากน้อยเพียงใด (คัดนางค์ มณีศรี 2556 อ้างอิงจาก แวอาซีซะห์ ดาหะยี, 2556)

ในด้านการขายสินค้าออนไลน์พิมรี่พายถือว่าเป็นบุคคลที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทยในปี 2564 เนื่องจากเพจพิมรี่พายขายทุกอย่างมีจำนวนคนติดตามมากถึง 7 ล้านกว่าคน และในการขายแต่ละครั้งมียอดขายทะลุ 8 หลักในทุกรอบของการไลฟ์ขายของ นอกจากนี้ยังมีไลฟ์สไตล์การขายที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร และมุกตลกตลอดการขายของ (One2fives, 2564) มีกลวิธีการโน้มน้าวใจที่โดดเด่น เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว กลวิธีการโน้มน้าวใจดึงดูดความสนใจทำให้ผู้บริโภคที่เข้ามาการแพร่ภาพสดนั้นจดจำ ปัจจุบันพิมรี่พายเป็นอีกบุคคลที่มีการใช้ภาษาที่น่าสนใจเนื่องจากกลวิธีการโน้มน้าวใจในการเสนอขายสินค้าของเขาทำให้มีผู้ติดตามรับชมการแพร่ภาพสดเป็นจำนวนมาก มีกลวิธีการโน้มน้าวใจในการสื่อสารกับลูกค้าที่ดีด้วยการเรียกลูกค้าทุกคนที่เข้ามารับชม Live สดว่าเพื่อน เพื่อทำให้ลูกค้าที่เข้ามารับชมนั้นรู้สึกเป็นกันเอง ด้วยเหตุนี้กลวิธีการโน้มน้าวใจจึงสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจเพจพิมรี่พายขายทุกอย่างเนื่องจากมีผู้ติดตามและให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก รูปแบบกลวิธีการโน้มน้าวใจสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดึงดูดความสนใจผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจและคล้อยตามและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับดวงใจ ไทยอุบุญ (2552 : 97-115) ที่กล่าวว่า การใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจให้ได้ผลดีมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นจะต้องรู้จักการเลือกใช้คำให้ถูกต้องเหมาะสม คือ จะต้องรู้จักความหมายที่แท้จริงของคำที่จะนำไปใช้เมื่อใช้แล้วจะมีความเหมาะสมความหมายชัดเจน ดังนั้น การเลือกใช้ถ้อยคำจึงนับว่ามีความจำเป็นและความสำคัญ ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของกลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจเฟซบุ๊ก “พิมรี่พายขายทุกอย่าง”

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. รวบรวมข้อมูล

1.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้า

1.2 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยรวบรวมคลิปวิดีโอในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าเพจเฟซบุ๊ก “พิมรี่พายขายทุกอย่าง” ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2565

2. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าขของเพจ “พิมรี่พายขายทุกอย่าง” ผู้ศึกษาจึงใช้กรอบแนวคิดของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) และ กมลวรรณ สีเม้ย และคณะ (2564) มาปรับใช้เพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์กลวิธีการโน้มน้าวใจของเพจเฟซบุ๊ก “พิมรี่พายขายทุกอย่าง” ดังนี้

1) การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ
2) การให้ข้อมูลความรู้
3) การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์
4) การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ
5) การกล่าวถึงกระบวนการการทำงานของสินค้าหรือบริการ
6) กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านธรรมชาติ
7) การให้คำแนะนำ
8) การกล่าวอ้าง
9) การระบุกลุ่มเป้าหมาย
10) กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านราคาหรือมูลค่า
11) กลวิธีการโน้มน้าวใจ ด้วยสิ่งแปลกใหม่
12) กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5
13) กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม

ตารางแสดงขอบเขตการศึกษาคลิปวิดีโอการแพร่ภาพสดในการขายสินค้าของพิมรี่พาย

ลำดับ	ชื่อคลิป	วันที่เผยแพร่คลิป	จำนวนครั้งที่เข้าชม	ความยาวคลิป
1	Black Friday ขายให้มัน ปังเปิ้ง!	4 ธันวาคม 2564	8.8 ล้าน ครั้ง	5:15:53
2	รู้จักของแท้ปะและรู้จักลดราคาขาดทุนป่ะเพื่อน	20 พฤศจิกายน2564	6.6 ล้าน ครั้ง	6:23:40
3	สุดท้าย ส่งฟรี	9 ธันวาคม 2564	5.8 ล้าน ครั้ง	33:33
4	ส่งฟรีแล้วพังก็ต้องเก็บตังค์นะเพื่อน	11 ธันวาคม 2564	5.8 ล้าน ครั้ง	1:13:58
5	เด็ก ๆ ฟังอาจารย์นะลูก	18 ธันวาคม 2564	5.8 ล้าน ครั้ง	5:00:50
6	โล๊ะ ทั้งโกดัง	9 ธันวาคม 2564	5.6 ล้าน ครั้ง	4:25:33
7	คืองี้ค่ะ โกดังใหม่ค่ะ ลดฉลอง	15 พฤศจิกายน2564	5 ล้าน ครั้ง	6:35:02
8	ไม่สนราคาค่ะเพื่อน เน้นขายให้หมด	26 พฤศจิกายน2564	4.6 ล้าน ครั้ง	4:29:48
9	ปลาร้าดี ปลาร้าเด่นเน้นปลาร้า	6 พฤศจิกายน 2564	4.1 ล้าน ครั้ง	51:12
10	เรียนเชิญเพื่อนรักยอดนักสู้	25 พฤศจิกายน2564	3.8 ล้าน ครั้ง	5:14:29
11	ปากอย่างเธอต้องเจอของถูก	7 พฤศจิกายน2564	3.1 ล้าน ครั้ง	6:22:29
12	เพื่อนจำเพื่อนมาแล้วจ้า	5 ธันวาคม 2564	2.8 ล้าน ครั้ง	2:00:34
13	เน้น เน้น	11พฤศจิกายน2564	2 ล้าน ครั้ง	4:22:55
14	ไหนดูสิ	6 พฤศจิกายน 2564	1.9 ล้าน ครั้ง	5:39:23
15	มาเร็วๆ	21 พฤศจิกายน2564	1.4 ล้าน ครั้ง	2:43:56

หมายเหตุ : สำรวจเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2565 (ข้อมูลจาก เพจเฟซบุ๊ก “พิมรี่พายขายทุกอย่าง”, 2565)

ผลการศึกษา

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง ปรากฏกลวิธีการโน้มน้าวทั้งหมด 13 กลวิธี ดังนี้ การให้ข้อมูลความรู้ การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 การให้คำแนะนำ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านธรรมชาติ กลวิธีการโน้มน้าวใจ ด้วยสิ่งแปลกใหม่ การระบุกลุ่มเป้าหมาย กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านราคาหรือมูลค่า การกล่าวถึงกระบวนการการทำงานของสินค้าหรือบริการ การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ และการกล่าวอ้าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงหน้าที่หลักของสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ให้เลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ปรากฏในบทโฆษณานั้น โดยการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการนี้จะรวมถึงการกล่าวถึงประโยชน์หรือข้อดีของสินค้าหรือบริการ (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ จำนวน

ความถี่ 240 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.70 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"เซรั่มที่ลดเลือนริ้วลอย เป็นดับเบิ้ลเซรั่มมีส่วนผสมของน้ำแล้วก็ออยล์ในส่วนผสมที่ลงตัวแล้วก็ปรับได้ **อันดับหนึ่งที่ลดเลือนริ้วรอยแล้วก็กระชับรูขุมขนผิวหน้าดีขึ้นแบบเห็นได้ชัด** แล้วก็เสียตังค์ครั้งเดียว แล้วคุ้มค่าค่ะ"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การโน้มน้าวใจหรือดึงดูดใจให้บุคคลได้เห็นถึงลักษณะที่ดีเด่นมีคุณภาพของสินค้า คือ การลดเลือนริ้วรอยแล้วก็กระชับรูขุมขนผิวหน้าดีขึ้นแบบเห็นได้ชัด เป็นการบอกถึงคุณภาพของสินค้าที่ซื้อมาเพื่อคุ้มค่าแก่การซื้อของผู้บริโภค เป็นกลยุทธ์การโน้มน้าวที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคที่ต้องการความคุ่มค่าของสินค้า

2. การให้ข้อมูลความรู้

การให้ข้อมูลความรู้ เป็นกลวิธีการใช้วงศัพท์แสดงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เหตุผลมาสนับสนุน หรือโน้มน้าวว่าสินค้าหรือบริการนั้นเหมาะสมกับผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด โดยข้อมูลที่กล่าวถึงในบทโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือข้อมูลความรู้ในบทโฆษณา จนเกิดความต้องการที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้น (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการให้ข้อมูลความรู้ จำนวนความถี่ 261 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.74 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"**รองพื้นในแป้ง**ค่ะ แล้วตบหน้าเลยค่ะ แล้วก็**เป็นส่วนช่วยทำให้โลชั่นเซรั่มน้ำตบครีมทำงานได้ดีมากขึ้น 3 เท่า** เท่าไหร่ดูราคาจะดูราคาจะเท่าไหร่จ๊ะหวีราคาจ้ะ 2,500 ค่ะ"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 25 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการให้ข้อมูลความรู้ รองพื้นในแป้งเป็นส่วนช่วยทำให้โลชั่นเซรั่มน้ำตบครีมทำงานได้ดีมากขึ้น 3 เท่า ซึ่งเป็นการบอกความรู้แก่ผู้บริโภค สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง

3. การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงอาการหรือความผิดปกติ จุดประสงค์เพื่อสร้างความวิตกกังวลใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จนต้องหาทางแก้ไขสิ่งผิดปกติเหล่านั้นโดยการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ปรากฏในบทโฆษณา (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ จำนวนความถี่ 236 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.23 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"ให้มันเกิด**ริ้วรอย**หรือว่า**รอยลึก** ทำให้เกิด**ความหมองคล้ำ**แบบหน้าแก่เกินวัย"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ คือ เกิดริ้วรอยหรือว่ารอยลึก ทำให้เกิดความหมองคล้ำแบบหน้าแก่เกินวัย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ของคนทั่วไป เกิดความวิตกกังวลในเรื่องของหน้าแก่ก่อนวัยอันควร จนต้องหาวิธีแก้ไข คือการซื้อผลิตภัณฑ์ในบทโฆษณานี้

4.การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ

การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้าหรือบริการ เนื่องจากการกล่าวถึงเรื่องที่เป็นวิทยาศาสตร์ มักจะได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไป เพราะข้อมูลทางวิทยาศาสตร์นั้นได้มาจากการค้นคว้า ทดลอง และสามารถพิสูจน์ความเป็นเหตุเป็นผลได้ ผู้บริโภคจึงเชื่อถือในข้อมูลที่เป็นวิทยาศาสตร์จากการศึกษาพบว่าการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 23 ครั้ง คิดเป็น
ร้อยละ 1.39 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

“กันแดดด้วยมี**ไฮยา**ด้วย เป็นกันแดดที่บำรุงผิวหน้า ผิวกาย ได้หมด เป็นกันแดดเนื้อบางเบา ให้ความชุ่มชื้น กันได้ถึง 3เท่า เติมน้ำให้ผิว ไม่อุดตัน กันได้100% ทั้ง **UVA UVB**”

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 25 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ คือ ไฮยา หรือชื่อเต็ม ไฮยาลูรอนิค แอซิด (Hyaluronic Acid) คือ โมเลกุลหนึ่งของเอนไซม์ที่ชื่อว่า Anionic Sulfate Glycosaminoglycan ซึ่งอยู่ในเซลล์ผิวของคนเรา มีคุณสมบัติดูดซับและกักเก็บโมเลกุลของน้ำ ทำให้ผิวยืดหยุ่น ชุ่มชื้น ไม่แห้งเสีย โดยปกติ ร่างกายจะสามารถสร้างไฮยาลูรอนในชั้นผิวหนังขึ้นเองได้ตลอด ทั้งชั้นหนังแท้และชั้นหนังกำพร้า เพื่ออุ้มน้ำ เก็บกักความชุ่มชื้น และพยุงโครงสร้างผิวไว้ ทำให้ผิวดูนุ่มฟู เต่งตึง เหมาะกับวัย (SGE CHEM, 2564) UVA คือ รังสีอัตราไวโอเลตชนิด A (ultraviolet A-rays) ที่มีความยาวรังสีสูงถึง 300-400 MM โดยเป็นคลื่นแสงที่สามารถพบได้ตามทั่วไปในยามกลางวันช่วงเวลาที่แดดจ้า และเป็นรังสีที่มีอัตราเข้าถึงสภาพผิวหนังของมนุษย์สูงเป็นอย่างมาก เนื่องจาก UVA คือรังสีที่มีอัตราความเข้มข้นในการเข้าถึงผิวหนังชั้นในมนุษย์สูง แม้อยู่ในที่ร่ม รังสี UVA นี้สามารถเดินทางทะลุผ่านกระจกในอาคารได้ หากผิวได้รับรังสีมากเกินไปจะทำให้สุขภาพผิวหนังเสื่อมโทรม เหี่ยวหย่น ผิวคล้ำ หน้าหมองคล้ำ เป็นจุดด่างดำ ฝ้า และอาจทำให้ผิวหนังแปรสภาพแก่ก่อนวัยอันควร (Bioderma, 2562) UVB คือ รังสีอัตราไวโอเลตชนิด B (ultraviolet B-rays) ที่มีความยาวรังสีสูงถึง 290-320 MM โดยเป็นคลื่นแสงที่เป็นรังสีที่มีอัตราเข้าถึงสภาพผิวหนังของมนุษย์ต่ำกว่ารังสี UVA แต่มีคลื่นพลังงานที่สามารถปรับสภาพผิวชั้นนอกให้แปรสภาพเป็นภาวะ ผิวไหม้แดด และบางบริเวณของผิวอาจเกรียมแดดในระยะสั้น หากปล่อยให้รับรังสี UVB ระยะยาวอาจก่อให้เกิดการกระตุ้น DNA ใต้ผิวหนังเปลี่ยนสภาพเซลล์เป็นมะเร็งผิวหนังได้ (Bioderma, 2562) เนื่องจากการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ จะช่วยให้บทโฆษณามีความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะซื้อสินค้า

5. การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ทราบข้อมูลและเกิดจิตภาพของกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ ทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีกระบวนการทำงานที่ไม่เป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อตัวผู้บริโภคและได้รับผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ

จำนวนความถี่ 60 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.62 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"เอาเครื่องใหญ่เลย ไซส์แอล เครื่องเล็กไม่ขาย ขายเครื่องใหญ่ไซส์แอล ใหญ่ไซส์แอลมา เอาคู่มือมา คู่มือมีไปให้ ดูวิธีการใช้งาน ถ้าจะใช้งาน ใช้เนี้ย **กดตัวเบอร์หนึ่งเนี้ยขีดเดียวเนี้ยคือให้เครื่องทำงานจนกว่าน้ำยาจะหมด กดเบอร์สองเนี้ยคือทำความสะอาดเครื่อง**"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ เพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่า กดตัวเบอร์หนึ่งเนี้ยขีดเดียวเนี้ยคือให้เครื่องทำงานจนกว่าน้ำยาจะหมด กดเบอร์สองเนี้ยคือทำความสะอาดเครื่อง บ่งบอกถึงวิธีการใช้สินค้าที่ถูกต้อง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าในราคาถูก

6. กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านธรรมชาติ

การโน้มน้าวใจผู้บริโภคด้วยการนำสารสกัดที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ปราศจากสารเคมี (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 99 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.97 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"โฟมล้างหน้า innisfree ชาขาวโฟมไซส์ใหญ่ที่สุด 150 กรัม innisfree เป็นแบรนด์อันดับต้นของประเทศเกาหลีที่เป็นสกินแคร์ที่ **Organic** ที่สุดขอดูราคาจ้า 610 บาทไม่ขายค่ะ 180 ค่ะ"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 18 ธันวาคม 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ คือ Organic เป็นสินค้าที่ใช้วัตถุดิบที่ได้มาจากธรรมชาติ ไม่มีสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายและสิ่งแวดล้อม สารสกัดที่นำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ต้องสกัดมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ ต้องไม่มีส่วนผสมของสารทำฟอง SLS/SLES, Paraben เป็นต้น ในปัจจุบัน สินค้าออร์แกนิคนั้นมีให้เลือกซื้อเลือกหากันมากขึ้นและง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวออร์แกนิค แชมพูออร์แกนิค สบู่ออร์แกนิค และอื่น ๆ อีกมากมาย ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะทราบความหมายหรือประโยชน์ที่จะได้รับจากสารอาหารที่มีชื่อวิทยาศาสตร์บางตัวอยู่แล้ว แต่การใช้ศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ในบทโฆษณานี้ ยังโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และเกิดความต้องการในสินค้าชนิดนี้ เนื่องจากการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ จะช่วยให้บทโฆษณามีความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะซื้อสินค้า

7. การให้คำแนะนำ

การให้คำแนะนำ เป็นการใช้วงศัพท์เสนอข้อควรปฏิบัติให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การให้คำแนะนำแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า และทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจต่อตัวสนค้าหรือบริการ จนตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการให้คำแนะนำ จำนวนความถี่ 107 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.45 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"SOS ตัวนี้มีสารสกัดของฟิลเลอร์ซิลิโคนทุกอย่าง **ผสมกับครีมทาหน้ารองพื้น**ติดทนดี **ผสมกับครีมนวด ผสมกับเซรั่มบำรุงผม**ก็ติดเส้นผมดี **ผสมกับครีมที่บำรุงมือ**ก็ดี **ผสมกับครีมทาหน้าหรือรองพื้น**ก็ดี แล้วถ้า**ผสมกับครีมทาผิวก็ดีผสมกับครีมบำรุงเล็บ**ก็ดี ตัวนี้ใช้ยังไงก็ดี ให้ค่าสารสกัดเท่ากับการบำรุงผิวมากกว่า 10 เท่า"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 15 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการให้คำแนะนำ คือ ผสมกับครีมทาหน้ารองพื้นติดทนดี ผสมกับครีมนวด ผสมกับเซรั่มบำรุงผมก็ติดเส้นผมดี ผสมกับครีมที่บำรุงมือก็ดี ผสมกับครีมทาหน้าหรือรองพื้นก็ดี แล้วถ้าผสมกับครีมทาผิวก็ดี ผสมกับครีมบำรุงเล็บก็ดี ซึ่งการแนะนำของพิมรี่พาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและเห็นถึงรายละเอียดในการแนะนำผลิตภัณฑ์ จนสามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเองได้ง่ายขึ้น

8. การกล่าวอ้าง

การกล่าวอ้าง เป็นการนำเรื่องราวหรือบุคคลต่าง ๆ มากล่าวในบทสนทนา การกล่าวอ้างนี้ประกอบด้วยกล่าวอ้างเรื่องราวหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าหรือบริการ การกล่าวอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือน่าเชื่อถือในสังคม การกล่าวอ้างถึงงานวิจัย การกล่าวอ้างหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์และความนิยมในผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือเมื่อได้ใช้สินค้านั้นที่ปรากฏในบทโฆษณา และตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้านั้น (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการกล่าวอ้าง จำนวนความถี่ 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.60 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"แมสห้าชิ้น แมสห้าชิ้น เดอะแมส ซิงเกอร์ค่ะ ห้าชิ้น **เดอะแมสซิงเกอร์**ห้าชิ้น จริงเหรอ เดอะแมสซิงเกอร์ค่ะ แมสห้าชิ้นค่ะ จริงเหรอ"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการกล่าวอ้าง คือ เดอะแมสซิงเกอร์ หรือหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้เกมโชว์และมิวสิกโชว์ และเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้ที่ชื่นชอบ สนใจ และอยากจะซื้อสินค้า

9. การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมาย เป็นการใช้วงศัพท์กล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การระบุกลุ่มเป้าหมายจะช่วยดึงความสนใจจากผู้บริโภคที่ผู้โฆษณาต้องการโน้มน้าวให้ซื้อสินค้า (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จากการศึกษาพบการระบุกลุ่มเป้าหมาย จำนวนความถี่ 82 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.95 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

"ดาวิดอฟคลูวอเตอร์ เป็นน้ำหอมที่สดชื่น **ผู้ชายทำงาน ผู้ชายวัยเกษียณ ผู้ชายวัยกลางคน ผู้ชายวัยรุ่น ผู้ชายวัยแบบหนุ่มน้อยหนุ่มน้อย หนุ่มใหญ่** ใช้ได้หมดค่ะ ทั้งร้อนทั้งหนาวทั้งฝนใช้ได้หมดเลย เพราะว่ามีกลิ่นของความสดชื่น ความเอ็นนตาเทน ความเฟรช ความเฟรนลี่ ความไม่ถือตัว ความไม่เก๊กความไม่มาด ไม่แอ๊บ ความไม่ลดความอีโก้ลงมา แล้วก็รู้สึกว่าเข้าถึงได้ง่ายค่ะ"

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการระบุกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ชายทำงาน ผู้ชายวัยเกษียณ ผู้ชายวัยกลางคน ผู้ชายวัยรุ่น ผู้ชายวัยแบบหนุ่มน้อยหนุ่มน้อย หนุ่มใหญ่ ซึ่งการระบุกลุ่มเป้าหมายในบทโฆษณานี้ จะดึงดูดความสนใจสำหรับผู้ชายที่ต้องการใช้น้ำหอมได้ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนบทโฆษณาต้องการเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเน้นย้ำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญสำหรับสินค้า และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในที่สุด

10. กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านราคาหรือมูลค่า

เป็นการชี้ให้เห็นถึงการที่ผู้บริโภคสามารถประหยัดเงินได้ เช่น การลดราคาให้ต่ำลงและทำให้ผู้รับสารรับรู้ถึงราคาใหม่ การรักษาราคาเดิมแต่นำเสนอเงื่อนไขที่มีประโยชน์มากขึ้น การรักษาราคาและผลิตภัณฑ์เดิมแต่พยายามให้ผู้บริโภคเห็นถึงมูลค่าเพิ่ม เมื่อเทียบกับราคา (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 80 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.83 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

“ฟ๊อกกี้อันใหญ่ ๆ ลิตรหนึ่ง **ซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง** ซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง ซื้อหนึ่งแถมหนึ่งแปดสิบบาทค่ะ”

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การโน้มน้าวใจการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่มีความแปลกใหม่ริเริ่มให้เกิดความสะดุดใจ คือ ฟ๊อกกี้อันใหญ่ ๆ ลิตรหนึ่ง ซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง เป็นการใช้คำพูดในการโน้มน้าวใจการสร้างสรรค์งานโฆษณาโดยยกโปรโมชั่นขึ้นมาพูดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจในสินค้า

11. กลวิธีการโน้มน้าวใจ ด้วยสิ่งแปลกใหม่

เป็นการดึงดูดความสนใจในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่มีความแปลกใหม่ริเริ่มให้เกิดความสะดุดใจ ความตั้งใจและความสนใจ (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 96 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.79 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

“ถ้วยร้อน หม่าล่า อุด้ง จั๊บญวน 59 บาท **ส่งฟรีไปเลย**”

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 4 ธันวาคม 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจด้วยสิ่งแปลกใหม่คือ การบริการส่งสินค้าให้ฟรีสิ่งแปลกใหม่นี้ทำให้เกิดความสนใจความสะดุดใจ เพราะทำให้กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าออนไลน์ส่งฟรีก็คือทำให้สนใจในสิ่งที่เสนอ เพราะส่วนใหญ่การส่งสินค้าจะมีค่าส่งสินค้า จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในสิ่งแปลกใหม่นี้ และทำให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านการส่งสินค้าอีกด้วย

12. กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5

การได้ยิน ได้เห็น ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส ได้สัมผัส (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 167 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.07 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

“บ๊วยบลูเบอร์รี่จะ ข้างในเนื้ยบรรจุสองถึงสามเม็ด แล้ว**รสชาติเหมือนบลูเบอร์รี่หอม ๆ แต่ว่ามันเป็นเปรี้ยว ๆ หวาน ๆ เค็ม ๆ** เพราะว่ามันเป็นบ๊วย คือหอมบลูเบอร์รี่แต่เป็นรสบ๊วย”

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 26 พฤศจิกายน 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รสชาติเหมือนบลูเบอร์รี่หอม ๆ แต่ว่ามันเป็นเปรี้ยว ๆ หวาน ๆ เค็ม ๆ เป็นการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัส การให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้า และบอกถึงรสชาติของสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเหมือนได้ลิ้มลองจริง ๆ

13. กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม

การสื่อถึงเพศใดเพศหนึ่งหรือเฉพาะบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยการชักนำให้บุคคลเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ การจูงใจด้านความรักเป็นการดึงความรักความผูกพันระหว่างคนรักเพื่อนหรือพ่อแม่เข้ามาใช้ ส่วนการจูงใจด้านการยอมรับในสังคมเป็นการจูงใจโดยเน้นว่า เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะเป็นที่ยอมรับ (กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ, 2564) จำนวนความถี่ 180 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.56 (ข้อมูลจากนุชรินทร์ น้ำเต้าทอง, 2565) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

“โลชั่นน้ำหอมนะโลชั่นที่**ทาแล้วไม่ได้นอนน่ะสีแดงเซ็กซี่มากค่ะ กลิ่นแป้งหอม ๆ หอมเนี่ยจะขนาดไหน**บอกตรง ๆ นะคะ **ชวนหลงใหลค่ะ** ส่วนสีม่วงนะคะใครที่ชอบเอาสีม่วงใครที่ชอบนิติให้เอาสีชมพูและใครที่ชอบสีแดงคือคนที่ชอบสิแพ้สิค่ะ ”

(เพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง, วันที่ 18 ธันวาคม 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม คือ กลิ่นแป้งหอม ๆ หอมเนี่ยจะขนาดไหน บอกตรง ๆ นะคะ ชวนหลงใหลค่ะ เป็นการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรัก เพื่อจูงใจด้านความรักโดยเน้นว่าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะเป็นที่ยอมรับ

อภิปรายผล

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่าง ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาด้านกลวิธีการโน้มน้าวใจ พบทั้งหมด 13 กลวิธี โดยเรียงลำดับจากจำนวนที่พบมากที่สุดไปหาจำนวนที่พบน้อยที่สุดดังนี้ กลวิธีการให้ข้อมูลความรู้เป็นกลวิธีที่พบมากที่สุด รองลงมาคือการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 การให้คำแนะนำ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านธรรมชาติ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้วยสิ่งแปลกใหม่ การระบุกลุ่มเป้าหมาย กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านราคาหรือมูลค่า การกล่าวถึงกระบวนการการทำงานของสินค้าหรือบริการ การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ และน้อยที่สุดคือการกล่าวอ้าง

กลวิธีการให้ข้อมูลความรู้เป็นกลวิธีที่พบมากที่สุด จำนวน 260 ครั้ง ร้อยละ 15.74 เนื่องจากการอธิบายความรู้รวมถึงวิธีการใช้สินค้าถือเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการขายของสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะนอกจากสินค้าที่ผู้ขายนำเสนอแล้วการอธิบายเกี่ยวกับสินค้าจะทำให้ลูกค้าเข้าใจในตัวสินค้าที่ต้องนำเสนอมากขึ้นและทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น รองลงมาคือ การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ จำนวน 257 ครั้ง ร้อยละ 15.50 เนื่องจากคุณสมบัติเด่นของสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่แม้สินค้าชนิดนั้นจะมีคุณสมบัติเด่นเพียงข้อเดียวแต่ถ้าคุณสมบัติที่มีเพียงข้อเดียวนั้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็สามารถทำให้ขายสินค้าชิ้นนั้นได้เช่นกัน เพราะการอธิบายถึงคุณสมบัติและสรรพคุณจะสามารถทำให้ลูกค้า

เข้าใจคุณสมบัติของสินค้าได้ดีและตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายขายทุกอย่างพบ 13 กลวิธี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง(2553)ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ เนื่องจากพบกลวิธีที่ใช้ในการโน้มน้าวใจเหมือนกันทั้ง8 กลวิธี ทั้งนี้ยังพบว่าอันดับหนึ่งที่พบแตกต่างกัน การศึกษาวิจัยของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง ปรากฏการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการพบมากเป็นอันดับหนึ่งส่วนงานวิจัยของผู้ศึกษาพบว่าการให้ข้อมูลความรู้พบมากเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบผลงานของผู้วิจัยท่านอื่นพบว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยของ กมลวรรณ สีเม้ย (2564) ที่ศึกษาเรื่องกลวิธีการโน้มน้าวใจในพาหัวข่าวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน เนื่องจาก กมลวรรณ สีเม้ย พบกลวิธีการโน้มน้าวใจ 10 กลวิธีแต่งานวิจัยของผู้ศึกษาพบ 8 กลวิธี กลวิธีที่ผู้ศึกษาไม่พบเหมือนกับกมลวรรณ สีเม้ย มี 2 กลวิธี คือ กลวิธีการโน้มน้าวใจด้านจิตใต้สำนึกและกลวิธีการโน้มน้าวใจด้านการยกย่องที่ไม่พบกลวิธีการโน้มน้าวใจด้านจิตใต้สำนึกเพราะสินค้าของพิมรี่พายไม่ต้องใช้จิตสำนึกในการตัดสินใจซื้อค้าเนื่องจากเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค และกลวิธีการโน้มน้าวใจด้านการยกย่องที่ไม่พบเนื่องจากพิมรี่พายไม่ได้กล่าวถึงบุคลอื่นหรือยกย่องใครเพราะตัวพิมรี่พายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมียอดขายอันดับหนึ่งดังนั้นพิมรี่พายจึงใช้ตัวเองเป็นจุดขายเพื่อเป็นกลวิธีการโน้มน้าวใจให้ลูกค้าสนใจ

ทั้งนี้ผู้วิจัยค้นพบกลวิธีที่แตกต่างจากกรอบแนวคิดของ นพวัฒน์ สุวรรณช่างและกมลวรรณ สีเม้ย คือ กลวิธีการใช้ภาษาที่ไม่สุภาพโดยพิมรี่พายใช้ภาษาที่เป็นกันเองจนกระทั่งใช้คำหยาบกับกลุ่มเป้าหมายการใช้ภาษาดังกล่าวแสดงถึงความสนิทสนมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยพิมรี่พายจะใช้สรรพนามแทนตัวเองว่า“กู”และใช้สรรพนามแทนกลุ่มเป้าหมายว่า “มึง”หรือ“เพื่อน”เพื่อสร้างความไว้ใจทั้งนี้หากไม่สนิทสนมกันคนในสังคมก็จะไม่ใช้คำพูดที่หยาบคายต่อกันดังนั้นการใช้คำพูดที่หยาบคายของพิมรี่พายจึงแสดงความจริงใจเหมือนการพูดคุยกับเพื่อน การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคไว้วางใจพิมรี่พายเพราะเชื่อว่าเป็นการซื้อขายระหว่างเพื่อนจึงเชื่อว่าเมื่อเพื่อนขายสินค้าให้เพื่อนสินค้าจะต้องเป็นสินค้าที่ถูกและดี ทำให้การแพร่ภาพสดเสนอขายสินค้าในเพจพิมรี่พายมีผู้เข้าชมจำนวนมาก ส่งผลให้พิมรี่พายขายสินค้าได้เป็นจำนวนมากและเป็นแม่ค้าออนไลน์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการโน้มน้าวใจในการ live สด กับเพจอื่น ๆ และการใช้ภาษาของเพจอื่น ๆ ในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เช่น เพจ LUCKY GIRL BY NANAFASHION, เพจความแฟน BY HERBINSIDE และเพจ FITWHEY อาหารเสริมสร้างกล้ามเนื้อ เป็นต้น

2. ควรศึกษารูปแบบการนำเสนอจากช่องทางสื่ออื่นๆ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของรูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏ เช่น Shopee, Lazada, Line My Shop และ WELOVESHOPPING เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ สีเม้ยและคณะ. (2564). *การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คัคนางค์ มณีศรี. (2556). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,คณะจิตวิทยา.

ดวงใจ ไทยอุบุญ. (2552). *ทักษะการเขียนภาษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวัฒน์ สุวรรณช่าง. (2553). *การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยา มีสุวรรณ. (2563). *การวิเคราะห์งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ปิรัญญา วงศ์ขัติย์. (2555). *การวิเคราะห์โครงสร้างบทสนทนาระหว่างนักจัดรายการวิทยุคลื่น 94.0 EFM*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ.

พระมหาสันติราษฎร์ ฌานสนติ. (2562). *กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

วนัสนันท์ สังสหชาติ. (2556). *สื่อโฆษณาใน Facebook ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค.* (การค้นคว้าอิสระปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

One2fives. (2564). *“5 อันดับ แม่ค้าออนไลน์ที่มีคนติดตามมากที่สุด พิมรี่พายติดท็อป”*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2565 (https://one2fives.com/2021/12/20/5-อันดับ-แม่ค้าออนไลน์/).

กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press[1]

Persuasive tactics to advertise beauty products on the cute press facebook page

สิริกานดา กุณโฮง[*2] และอรทัย สุทธิ[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) ผู้ศึกษาได้คัดเลือกโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) จำนวน 300 โฆษณา โดยเก็บรวบรวมตั้งแต่วันที่ 1 กันยาย พ.ศ. 2564 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2565 ผลการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) ทั้งหมด 10 กลวิธี โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ 1) การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ 2) การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย 3) การกล่าวถึงสิ่งไม่พึงประสงค์ 4) การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ 5) การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ 6) การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง 7) การกล่าวถึงสิ่งพึงประสงค์ 8) การระบุความปลอดภัย 9) การระบุกลุ่มเป้าหมาย และพบน้อยที่สุดคือการ 10) ให้ข้อมูลความรู้

คำสำคัญ: กลวิธีการโน้มน้าวใจ, ผลิตภัณฑ์ความงาม, เพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)

[1]บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส).

[2]นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3]อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

*corresponding guthor E-mail: sirikarnda2544@gmail.com

Abstract

This article aims to study persuasive strategies in advertising beauty products on the cute press Facebook page (Cute Press). The researcher selected 300 advertisements on the cute press Facebook page (Cute Press). Advertisements were collected from September 1, 2021 to March 31, 2022.

The results of a study of persuasive strategies in ads on cute press Facebook pages (Cute Press) total 10 strategies, arranged in descending order. In descending order, they are as follows: 1) mentioning the merits of the product or service; 2) discounting and giving of gifts or promotional periods; 3) mentioning undesirable things; 4) using. Scientific terminology or terminology 5) Natural extract motivation 6) Star and personal incentive use of the product 7) Desirability 8) Safety identification 9) Identification target audience and the least common is 10) providing knowledge

Keywords: persuasion tactics, beauty products, cute press facebook page (cute press)

บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ความงามมีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น เครื่องสำอาง รวมทั้งการดูแลผิว ดูแลเส้นผม เป็นต้น ผู้หญิงจึงนิยมที่จะหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องทำให้ตัวเองดูดีและมั่นใจ ซึ่งแบรนด์ Cute Press (คิวท์เพรส) เป็นอีกหนึ่งแบรนด์ที่มีผลิตภัณฑ์ความงามสัญชาติไทย เปิดตัวครั้งแรกกับแป้งคิวท์เพรสพาวเดอร์ เมื่อปี 2519 ด้วยแรงบันดาลใจและแนวคิดที่ต้องการประทับความสวยน่ารักให้ผู้หญิงทุกคนจึงเป็นการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ และความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าคุณภาพดีราคาสบายกระเป๋าให้ผู้หญิงทุกคนสามารถสวยได้ทุกวัน ด้วยประสบการณ์กว่า 40 ปีทำให้เราเชื่อมั่นว่า เราเข้าใจความต้องการของผู้หญิงอย่างแท้จริง คิวท์เพรสจึงนำความต้องการของผู้หญิงเป็นตัวตั้งในการพัฒนาสินค้ากว่า 500 ชนิดให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และรูปลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของสาว ๆ

โฆษณาเป็นสื่อที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าทำให้ ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและการบริการได้ง่าย และยังช่วยให้เกิดค่านิยม ทัศนคติที่ดีต่อสินค้า ดังนั้นการโฆษณาจึงเป็นสื่อที่มีบทบาท ในการโน้มน้าวใจและเชิญชวนให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้า อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้อีกด้วย เพอร์ลอฟฟ์ (Perloff 2553: 3-4 อ้างถึงจาก สุภาพ กริ่งรัมย์, 2555: 25) กล่าวว่าการโน้มน้าวใจเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ ซึ่งผู้ ส่งสารพยายามชักจูงใจเพื่อให้เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร ผ่านการถ่ายทอดของแหล่งสารไปยังผู้รับสาร

Facebook Fanpage ถือเป็นอีกทางเลือกในการทำให้กลุ่มลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับเว็บไซต์หลักของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และอื่น ๆ ลงบนโปรไฟล์ Facebook เพื่อแชร์ให้บรรดาแฟน ๆ ของสินค้าหรือบริการได้ชมอีกด้วย ที่สำคัญยังใช้เป็นพื้นที่สามารถพูดคุยกับลูกค้า ถามคำถามความคิดเห็น ความพึงพอใจ และอื่น ๆ อีกมากมาย ช่วยให้สามารถพัฒนาหรือต่อสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากความคิดเห็นของผู้บริโภคได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมี Facebook Fanpage ในประเทศ

ไทยมากกว่า 4 หมื่นเพจ นับได้ว่าเป็นตัวเลขที่สูงมาก เมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเพียง 8 พันรายเท่านั้น (ณัฐเศรษฐ์ ศิรินันทนานนท์, 2559)

ในปัจจุบันสินค้าที่เกี่ยวกับความงามนิยมโฆษณาผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊กมีอยู่อย่างหลากหลายซึ่งหนึ่งในนั้นมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ Cute Press (คิวท์เพรส) ที่โฆษณาผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กโดยมีผู้กดถูกใจจำนวน 2.2 ล้านคนที่ถูกใจ และยังมีดารามารับรองการันตรีคุณภาพของสินค้ารวมไปถึงบุคคลที่เป็นบิวตี้บล็อกเกอร์ที่มีการรีวิวสินค้า อีกทั้งราคายังไม่แพงสามารถจับต้องได้และสินค้าที่เป็นอันดับหนึ่งของทางแบรนด์คือเซรั่มเป็นสินค้าที่ยอดนิยมและยังมียอดขายเป็นอันดับ 1 ของทางแบรนด์ Cute Press (คิวท์เพรส) อีกทั้งเพจ Cute Press (คิวท์เพรส) ยังมีความน่าสนใจโดยการใช้กลวิธีการโน้มน้าวใจเพื่อที่จะชักชวนให้ผู้ติดตามเข้ามาดูสินค้านั้นคล้อยตามสิ่งที่สื่อถึงสินค้าที่เหมาะกับตัวของผู้ซื้อ และการใช้ภาษามีความทันสมัย โดดเด่น และยังมีคำที่ทุกคนเรียกติดปากมาอยู่ในเพจเพื่อให้เห็นถึงความทันสมัยของทางเพจและการดึงดูดให้น่าสนใจ

การโน้มน้าวใจเป็นกลวิธีทางภาษาประการหนึ่งที่มนุษย์นำมาใช้โดยหวังผลที่สามารถจะทำให้บุคคลอื่นกระทำกิจกรรมอันใดตามเจตนาที่ผู้ส่งภาษาโน้มน้าวใจนั้นต้องการ Lakoff (1982, อ้างถึงจาก วัชราภรณ์ อนันต์, 2560) ให้ความหมายของการโน้มน้าวใจ (Persuasive Discourse) ว่าเป็นการใช้ภาษาของมนุษย์เพื่อให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีผลสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงความคิด พฤติกรรม ทัศนคติรวมถึงความรู้สึก ให้เกิดผลเป็นไปตามเจตนาของผู้ใช้ภาษา

การใช้ภาษาในการโฆษณา หมายถึงการใช้ถ้อยคำหรือเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสิ่งโฆษณาถ่ายทอดในโฆษณาชิ้นหนึ่ง ๆ ไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจสินค้านั้น อวยพร พานิช (2527, อ้างถึงจาก เบญจวรรณ ศริกุล, 2553) การใช้ภาษาในการโฆษณาจึงเป็นเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการโน้มน้าวใจ และสร้างความน่าเชื่อถือในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) เนื่องจากทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) มีการใช้กลวิธีการโน้มน้าวใจที่น่าสนใจและทำให้ผู้คนอยากที่จะซื้อและการใช้ภาษาอย่างน่าสนใจเนื่องจากมีคำแปลกใหม่เกิดขึ้นอยู่เรื่อย ๆ โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะเพจเฟซบุ๊กของ cute press (คิวท์เพรส) เท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)

แนวคิดและทฤษฎี

นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ” จำนวน 4 ชื่อ ได้แก่ ชีวจิต Health Today ใกล้หมอ และหมอชาวบ้าน ซึ่งตีพิมพ์ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ผลการศึกษาพบว่า บทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพการใช้

ภาษา โน้มน้าวใจ 13 กลวิธี ได้แก่ 1) การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ 2) การให้ข้อมูลความรู้ 3) การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ 4) การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ 5) การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ 6) การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ 7) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ 8) การให้คำแนะนำ 9) การกล่าวอ้าง 10) กระระบุกลุ่มเป้าหมาย 11) การใช้จุดจับใจเชิงข่าว 12) การระบุความปลอดภัย 13) การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย การเลือกใช้กลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจทั้ง 13 กลวิธีจะมีลักษณะสัมพันธ์กับองค์ประกอบของโฆษณาเป็นสำคัญ

กมลวรรณ สีเม้ย เพชรรัตน์ ปฐมพฤกษ์วงษ์ และกนกวรรณ วารีเขตต์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “กลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน”โดยใช้กรอบแนวคิด ของ อารีรัตน์ จิตสกุลชัยเดช (2556) ซึ่งมีทั้งหมด 10 กลวิธี ดังนี้ 1. การจูงใจด้านราคาหรือมูลค่า 2. การจูงใจด้านคุณภาพ 3. การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง 4. การจูงใจด้วยสิ่งแปลกใหม่ 5. การจูงใจด้านความกลัวหรือความวิตกกังวล 6. การจูงใจด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 7. การจูงใจด้านอารมณ์ทางเพศความรักและสังคม 8. การจูงใจด้านจิตใต้สำนึก 9. การจูงใจด้วยการยกย่อง 10. การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ

วิธีดำเนินการศึกษา

1.ขั้นรวบรวมข้อมูล

1.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)

1.2 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยรวบรวมข้อความโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก Cute Press (คิวท์เพรส) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2565 โดยคัดเลือกจากโฆษณาบนเพจเฟซบุ๊ก cute press จำนวน 300 ข้อความ

2. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลตามขอบเขตและกรอบแนวคิด ได้แก่

2.1 ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของนพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) และอารีรัตน์ จิตสกุลชัยเดช (2556) อ้างถึงใน กมลวรรณ สีเม้ย และคณะ (2564: 54) นำมาปรับใช้ในการศึกษาศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)

3. ขั้นตอนสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4. ขั้นนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) ผู้ศึกษาได้ปรับใช้กรอบแนวคิดของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) และ อารีรัตน์ จิตสกุลชัยเดช (2556) อ้างถึงใน กมลวรรณ สีเม้ย และคณะ (2564 : 54) นำมาปรับใช้ในการวิเคราะห์ศึกษาผลศึกษาพบว่า

โฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)มีกลวิธีการโน้มน้าวใจ ทั้งหมด 10 กลวิธี ดังนี้ 1. การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ 2. การให้ข้อมูลความรู้ 3. การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ 4. การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ 5. การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ 6. การระบุความปลอดภัย 7. การระบุกลุ่มเป้าหมาย 8. การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย 9. การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง 10. การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ ดังรายละเอียดดังนี้

1. การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ มีทั้งการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ของสินค้าหรือบริการโดยตรงซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักคือการรักษาและการกล่าวถึงสรรพคุณหรือคุณสมบัติที่เป็นข้อดีของสินค้าหรือบริการซึ่งถือเป็นหน้าที่เสริม จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 140 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ กันแดด พร้อมอัพหน้าไบรท์ 2 in 1 ปกป้องผิวจากแสงแดดพร้อมเป็นเบสเมคอัพในตัว **เนื้อกันแดดเกลี่ยง่าย ซึมไว ไม่เหนอะหนะ เข้าได้กับทุกสีผิว กันน้ำ กันเหงื่อ คุมมัน 12 ชม. หน้าไม่ดรอปตลอดวัน เหมาะกับอากาศร้อนชื้นแบบเมืองไทยสุด ๆ พร้อมบำรุงผิวด้วยแร่ธาตุจากน้ำทะเลลึก**”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพลส, 28 ก.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่ากลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณากล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ คือ กันแดดโทนอัพ ช่วยทำให้ใบหน้าขาวขึ้นเมื่อทาลงไปที่ใบหน้า เข้าได้ทุกกับสีผิว กันน้ำ กันเหงื่อ คุมความมัน 12 ชั่วโมง เหมาะกับอาการเมืองไทย อีกทั้งยังบำรุงด้วยแร่ธาตุจากน้ำทะเลลึกอีกด้วย ซึ่งเป็นการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกซื้อกันแดดที่เหมาะกับอากาศของเมืองไทย

2. การให้ข้อมูลความรู้

การให้ข้อมูลความรู้ เป็นกลวิธีการใช้วงสับแสดงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับร่างกายรวมถึงการให้เหตุผลมาสนับสนุนหรือโน้มน้าวว่าสินค้าหรือบริการสามารถทำให้สุขภาพของผู้บริโภคดีขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคไปสู่การมีสุขภาพที่ดีพึงปรารถนานั้นได้ จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 3 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ โทนเนอร์คืออะไร แล้วต้องใช้ขั้นตอนไหนคะ” **โทนเนอร์คือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าขั้นตอนสุดท้าย หลังจากล้างหน้าด้วย Cleansing และ โฟมล้างหน้า มีหน้าที่ช่วยเคลียร์สิ่งสกปรกที่อุดตันรูขุนขนให้สะอาดมากยิ่งขึ้น พร้อมคืนความสมดุลให้ผิวหน้า และช่วยกระชับรูขุมขน**อีกด้วย”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 16 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่ากลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลความรู้ ซึ่งในข้อมูลโฆษณาเป็นเรื่องเกี่ยวกับโทนเนอร์ ซึ่งอธิบายถึงความหมายของโทนเนอร์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าขั้นตอนสุดท้ายในการทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อผิวหน้า

3. การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์คือ กลวิธีการใช้วงศัพท์กล่าวถึงอาการหรือความผิดปกติที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับร่างกายรวมไปถึงสาเหตุของอาการหรือสิ่งผิดปกติเหล่านั้นว่าเกิดจากปัจจัยอะไรบ้างเป็นการจับจุดอ่อนทางจิตวิทยามาเป็นหลักจูงใจเพราะความกลัวเป็นสัญชาตญาณที่มนุษย์ให้ความสำคัญ จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 90 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ขุ่นพระ ใช้แค่ 14 วันต่อเนื่อง หน้าดูชุ่มชื่น อิมน้ำ แถมผิวแข็งแรงขึ้นจริง ขึ้นแท่นเซรั่มลูกรักตัวใหม่ไปเลยค่า เพื่อน ๆ ที่**ผิวมัน เป็นสิว ระคายเคืองง่าย** ต้องลองแล้ว”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 11 มี.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่ากลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ คือ ผิวมัน สิว ซึ่งผิวมันเกิดจากร่างกายผลิตน้ำมันมากจนเกินไปทำให้เกิดหน้ามันกว่าปกติ และสิวเกิดจากสิ่งที่อุดตันหรือสิ่งสกปรกที่อยู่บนใบหน้าทำให้เกิดสิว ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ของคนทั่วไป ทำให้ผู้ที่มีหน้ามัน สิว ต้องหาวิธีการแก้ไข คือการซื้อผลิตภัณฑ์เซรั่ม

4. การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ เป็นกลวิธีการใช้วงศ์ศักดิ์กล่าวถึงสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะได้รับเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้นนั้นซึ่งสินค้าหรือบริการบางประเภทอาจจะไม่จำเป็นต่อผู้บริโภคแต่บทโฆษณาก็กล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์เพื่อสร้างมโนทัศน์ที่ดีแก่ผู้บริโภคจนผู้บริโภคสนใจและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 50 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ First Step Ceramide Serum เซรั่มขั้นตอนแรก เตรียมผิวให้พร้อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบำรุงในขั้นตอนต่อไป เติมน้ำ พร้อมกักเก็บความ**ชุ่มชื่น** ให้**ผิวฟื้นฟูและแข็งแรง** และยังช่วยลดการเกิดของริ้วรอยอีกด้วย ผิวแพ้ง่ายก็ใช้ได้นะ เพราะปราศจากพาราเบน, สารกันเสีย, สี, ซิลิโคน, มิเนรัล ออยล์, และแอลกอฮอล์”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 9 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่ากลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการกล่าวถึงสิ่งพึงประสงค์ คือ ชุ่มชื่น ผิว

ฟื้นฟู แข็งแรง เป็นการกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ในประสิทธิภาพของเซรั่มที่ทำให้เกิดการคล้อยตามทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี ทั้งยังช่วยโน้มน้าวใจในการเลือกสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

5. การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ

การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ เป็นกลวิธีการใช้ภาษาโดยใช้วงศัพท์ที่มีความหมายบ่งชี้ถึงความน่าเชื่อถือของสินค้าหรือบริการเพราะข้อมูลทางวิทยาศาสตร์นั้นได้มาจากการทดลองการค้นคว้าและสามารถพิสูจน์ความเป็นเหตุเป็นผลได้ จำนวนความถี่ทั้งหมด 88 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ผิวอ่อนแอเป็นสิว ผิวแพ้ง่ายต้องเจอ 6 Free Calming Cica Booster Serum #เซรั่มซ่อมผิวเป็นสิว 97% ของผู้ใช้ที่มีปัญหาสิวยืนยัน ผิวแข็งแรงขึ้น! ใส่แมสก์ทั้งวันก็ไม่หวั่น ช่วยลดความมันส่วน เกินสาเหตุของการเกิดสิว ช่วยปลอบประโลมผิวระคายเคือง ลดรอยแดง ผื่น สิว พร้อมเสริมพลังบำรุงผิวล้ำลึก ให้ชุ่มชื่นยาวนานด้วย **ไฮยาลูรอน 3 โมเลกุล** ปราศจากสารก่อความระคายเคือง ใช้ได้แม้ผิวแพ้ง่าย”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 6 มี.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ คือ ไฮยาลูรอน 3 โมเลกุล ซึ่งมีคุณภาพในด้านการกักเก็บความชุ่มชื่นและยังเป็นส่วนผสมที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือทำให้เกิดความน่าสนใจต่อลูกค้า จึงทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่เลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก

6. การระบุความปลอดภัย

การระบุความปลอดภัย คือ การกล่าวถึงสรรพคุณหรือส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือผลกระทบต่อผู้บริโภคเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้นนั้น จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 42

ตัวอย่าง

“CI LAB SENSITIV Ultra Mild Tone Up Sunscreen SPF 50+ PA++++ #กันแดดเซฟผิวแพ้ง่าย อ่อนโยนขั้นสุด ไม่อุดตัน **ผ่านการทดสอบการระคายเคืองโดยแพทย์ผิวหนัง** การันตีผลลัพธ์สุดปัง 100% ของผู้ใช้ที่ผิวเป็นสิวง่ายพึงพอใจ ไม่เกิดการอุดตัน และระคายเคือง ผิวแพ้ง่ายก็ใช้ได้ 12 Free **ปราศจากสารก่อความระคายเคือง 12** ชนิด มาพร้อมกับนวัตกรรม AquaProtect เทคโนโลยีพิเศษไม่ทำให้ค่า SPF ลดลงแม้โดนน้ำหรือเหงื่อออก ให้ผิวได้รับการปกป้อง จากรังสี UV อย่างเต็มประสิทธิภาพ 100% ท้าแดดเมืองไทยได้อย่างมั่นใจ จะฤดูไหนก็รอด”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 27 มี.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการระบุความปลอดภัย คือ ผ่านการทดสอบการระคายเคืองโดยแพทย์ผิวหนัง ปราศจากสารก่อความระคายเคือง 12 ซึ่งมีแพทย์เฉพาะด้านทางผิวหนังมีการทดสอบอย่างละเอียด และมีการการันตีของผู้ที่เป็นสิวหรือผู้ที่ผิวแพ้ง่าย และไม่มีสารที่ต่อให้เกิดการระคายเคือง ซึ่งเป็นการระบุความปลอดภัยของผู้บริโภคที่ต้องการความมั่นใจของผลิตภัณฑ์

7 การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมาย เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการนั้นนั้น ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอาการผิดปกติเกิดขึ้นกับร่างกายการระบุกลุ่มเป้าหมายจะช่วยดึงความสนใจจากผู้บริโภคเป้าหมายที่ผู้โฆษณาต้องการให้นมหนาวใจซื้อสินค้าหรือบริการ ความถี่จำนวน 42 ครั้ง

ตัวอย่าง

“แป้งผสมรองพื้นสำหรับอากาศบ้านเรา ก็ต้องยกให้ #cutepress เค้าเลย ที่เราใช้จะเป็น #แป้งรีทัชมาในดีไซน์แบบใหม่น่ารัก พกพาง่าย เรื่องความปกปิดคือต้องให้ ปาดเดียวรู้เรื่อง ผิวเนียนสวยทั้งวันน ยิ่งระหว่างวันผิวยิ่งสวย **สี B2 เหมาะกับสาวผิวน้ำผึ้ง**น้า ราคา 359 บาทค่า”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 15 ก.พ. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการระบุกลุ่มเป้าหมาย คือ เหมาะกับสาวผิวน้ำผึ้ง เนื่องจากเป็นแป้งที่มีรองพื้นในตัวจึงทำรู้สึกผิวมีความบางเบา ปกปิดดี ทำให้ผิวเรียบเนียน ซึ่งแป้ง สี B2 เป็นสีที่มีความออกสีเหลืองจึงทำให้เหมาะสำหรับคนผิวสีน้ำผึ้ง จึงทำให้โน้มน้าวใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสำหรับผู้บริโภค

8. การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย

การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย เป็นการนำจุดเด่นในเรื่องของการลดราคาและการให้ของสมนาคุณเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการหรือการจำกัดระยะเวลาส่งเสริมการขายมาเป็นจุดขาย จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ทั้งหมด 95 ครั้ง

ตัวอย่าง

“จิ๋วแต่แจ๋วEye & Cheek Mini Palette มี 1 ได้ถึง 2 และบลัชออนในตลับเดียว มีให้เลือกถึง 5 โทนสีเลยนะคะ รวมอายแชโดว์ 4 สี (ปกติ 199 บ.) ซื้อตอนนี้บอกเลยว่าคุ้มสุด ๆ เพราะลดแรงม๊าก **เมคอัพชิ้นที่ 2 ลด 50% สุทธิ รับฟรี! ของแถม 12 ชิ้น (เมื่อซื้อครบ 1,200 บ. สุทธิ)** ”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพลส, 23 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย คือ เมคอัพชิ้นที่ 2 ลด 50% สุทธิ รับฟรี! ของแถม 12 ชิ้น (เมื่อซื้อครบ

1,200 บ. สุทธิ) เนื่องจาก เป็นสินค้าที่โปรโมชั่นในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค จึงเป็นจุดสนใจอยากที่ให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าในราคาที่ถูกและของแถมอีกมากมาย จึงทำให้ผู้บริโภคโน้มน้าวใจอยากที่จะเลือกซื้อสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด

9. การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง

การใช้ผู้ที่ใช้สินค้านั้นจริงซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง หรือไม่ก็ได้มาแสดงถึงการทำงานของสินค้า อธิบายถึงประโยชน์จากการใช้สินค้าหรือเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งโดยอาศัย ประสบการณ์ซึ่งต่างจากการใช้บุคคลรับรองหมายถึง การรับรองผลิตภัณฑ์โดยบุคคลที่ไม่ได้เป็นผู้ใช้สินค้านั้น จากการศึกษาพบ จำนวนความถี่ทั้งหมด 51 ครั้ง

ตัวอย่าง

“Cute Press Eye & Cheek Mini Palette ถือว่าเป็นพาเลทที่ซื้อมาแล้วใช้คุ้มเลยนะ เพราะในตลับมีทั้งอายแชโดว์ตั้ง 4 สีกับบลัชออนอีก 1 สีเป็นสีที่**ออย**ชอบและรอดชีวิตมาได้ 05 Hot Berry สวยไม่แพ้สีอื่นเลย พิกเม้นท์ดีกว่าที่คิดด้วยอ่ะ ตลับก็เล็กปุ๊กปิ๊กมากกกก Repost from Twitter @oiloillllkk”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 4 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง คือ ออย เนื่องจาก เป็นบุคคลได้นำเสนอสินค้าและได้ทดลองสินค้าอย่างแท้จริง อีกทั้งยังนำมาบอกต่อให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการอายแชโดว์กับบลัชออนที่สามารถพกพาไปไหนได้ง่าย จึงนำมาบอกต่อ จึงเป็นจุดสนใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการโน้มน้าวใจอยากที่จะเลือกซื้อสินค้าอย่างมั่นใจที่ใช้แล้วเห็นผลจริงตามคำแนะนำของผู้ที่ได้ใช้จริง

10 การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ

การโน้มน้าวใจผู้บริโภคด้วยการนำสารสกัดที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ปราศจากสารเคมี จากการศึกษาพบจำนวนความถี่ 52 ครั้ง

ตัวอย่าง

“ Ready to Kiss Lip Sleeping Mask ลิปมาสก์ช่วยบำรุงริมฝีปาก เติมเต็มร่องลึก ให้ปากดูอวบอิ่มด้วยไมโครฟิลเลอร์ พร้อมบำรุงจากวิตามิน ซี และ อี, เชีย บัตเตอร์ และ**น้ำมันสกัดจากโฮโฮบา** ให้ริมฝีปากดูสุขภาพดี (ปกติ 299 บ.)”

(เฟซบุ๊กคิวท์เพรส, 8 ม.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวในบทโฆษณามีการจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ คือ น้ำมันสกัดจากโฮโฮบา เนื่องจากเป็นสารสกัดจากธรรมชาติที่นำมาใช้ซึ่งน้ำมันโฮโฮบาได้มาจากต้นโฮโฮบา

มีสรรพคุณช่วยบำรุงให้ปากดุสุขภาพดี ซึ่งเป็นสารสกัดจากธรรมชาติที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพลส)

ลำดับ	กลวิธีการโน้มน้าวใจ	จำนวนความมถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
1	การกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ	140	21.43
2	การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย	95	14.54
3	การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์	90	13.78
4	การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ	88	13.47
5	การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ	52	7.96
6	การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง	51	7.81
7	การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์	50	7.65
8	การระบุความปลอดภัย	42	6.43
9	การระบุกลุ่มเป้าหมาย	42	6.43
10	การให้ข้อมูลความรู้	3	0.45
	รวม	653	100

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส) ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพลส) พบกลวิธีการโน้มน้าวใจทั้งหมด 10 วิธี โดยกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าพบมากที่สุด จำนวน 140

ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.43 การลดราคาและการใช้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย จำนวน 95 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ14.54 การกล่างถึงสิ่งไม่พึงประสงค์ จำนวน 90 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.78 การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ จำนวน 88 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.47 การจูงใจด้านสารสกัดที่เกิดจากธรรมชาติ จำนวน 52 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.96 การจูงใจด้านดาราและการใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง จำนวน 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.81 การกล่าวถึงสิ่งพึงประสงค์ จำนวน 50 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.65 การระบุความปลอดภัย จำนวน 42 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.43 การระบุกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 42 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.43 และการให้ความรู้พบน้อยที่สุด จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.45

จากการศึกษาผู้ศึกษาพบการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าพบมากที่สุด จำนวน 140 ครั้งเนื่องจากการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงรายละเอียดที่มีข้อดีและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จึงเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคต้องการทราบถึงข้อมูลสรรพคุณของสินค้าอย่างละเอียดที่ต้องทราบถึงวิธีการใช้ ข้อมูลหรือประโยชน์ของสินค้าได้อย่าละเอียด รองลงมาพบการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขายจำนวน 95 ครั้ง เนื่องจากการลดราคาและการให้ของสมมนาคุณเป็นที่นิยมของผู้บริโภคที่มองเห็นถึงสินค้าที่ลดราคาทำให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของสินค้าซึ่ง ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยินยอมที่จะเลือกซื้ออีกทั้งยังมีของสมมนาคุณที่ผู้บริโภคชื่นชอบในสินค้าเมื่อเลือกซื้อรายการที่มีของสมมนาคุณให้เป็นของแถมจึงทำให้เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค และพบน้อยที่สุดคือให้ความรู้พบน้อยที่สุด จำนวน 3 ครั้ง เนื่องจากการให้ข้อมูลความรู้ส่วนใหญ่เป็นในด้านการให้ความหมายของสารสกัดด้านวิทยาศาสตร์ บางทีทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ยากที่ดึงดูดของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีรัตน์ จิตสกุลชัยเดช (2556) อ้างถึงจาก กมลวรรณ สีเม้ย และคณะ (2564 : 54) ที่ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวข่าวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน พบ 10 กลวิธี เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างการโน้มน้าวใจในพาดหัวข่าวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีนพบ การจูงใจด้านคุณภาพ เนื่องจากบริษัทกิฟฟารีนเป็นบริษัทที่ทำธุระกิจขายตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และได้รับมาตรฐานการผลิตสากล และมีลักษณะเด่นของคุณภาพของสินค้า เพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)พบการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าพบมากที่สุด เนื่องจากเป็นเพจเฟซบุ๊ก cute press (คิวท์เพรส)ที่ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับความงาม เช่น เซรั่ม ครีม บูสเตอร์ และเครื่องสำอางต่าง ๆ โดยสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นการให้สรรพคุณของผลิตภัณฑ์จึงทำให้เกิดการบ่งบอกถึงข้อดีและประโยชน์จึงเป็นจุดขายของสินค้าที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งประโยชน์ในการเลือกตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านกลวิธีการโน้มน้าวใจที่มีความแตกต่างกันในสินค้าแต่ละชิ้น

นอกจากนี้ยังแตกต่างจากงานวิจัยของนพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ที่ศึกษาการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณานิตยาสารสุขภาพพบ 13 กลวิธี นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกัน เนื่องจากการกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าหรือบริการมากที่สุดเหมือนกันเพราะเป็นการโฆษณาที่มีความคล้ายคลึงกันเช่น การนำเสนอของผลิตภัณฑ์จึงทำให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดของสินค้าที่มีข้อดีและประโยชน์จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความน่า

ดึงดูดและทำให้การตัดใจให้กับผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ควรกลวิธีการนำเสนอและการใช้คำในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางช่องยูทูป เช่น Gamgy channel, Eyeta เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ สีเม้ย และคณะ. (2564). กลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน. *วารสารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์รำไพพรรณี (ออนไลน์),* 2(1), 54-63

นพวัฒน์ สุวรรณช่าง. (2553). *การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ.* กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐเศรษฐ์ ศิรินันทนานนท์. (2559). Why your business should be on Facebook?. [ออนไลน์] ได้จาก : http://www.semantictouch.com/blog/category/online-marketing g/why-your-business-should-be-on-facebook. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ.2565]

วัชราภรณ์ อนันต์. (2560). *ความเป็นภาษาพูดและวัจนกรรมที่ใช้ในการโน้มน้าวใจในหนังสือประเภทพัฒนาตนเอง: การวิเคราะห์ในมิติด้านเพศ.* วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุภาพ กริ่งรัมย์. (2555). *กลวิธีการโน้มน้าวใจในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2554 ของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อวยพร พานิช. (2527). *การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. Cute Press . (2565). [ออนไลน์] ได้จาก :https://www.cosmenet.in.th/brand/1501/ [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ.2565].

กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน

Persuasive strategies for advertising beauty products on the Watsons Facebook page

จิราวรรณ บุตรพูล*[1] และอรทัย สุทธิ[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน ผู้ศึกษาได้คัดเลือกโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน จำนวน 300 โฆษณา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ผลการศึกษาพบกลวิธีการโน้มน้าวใจทั้งหมด 13 กลวิธี โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1) การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย 2) การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ 3) การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ 4) การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ 5) การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ 6) การให้ข้อมูลความรู้ 7) การใช้จุดจับใจเชิงข่าว 8) การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ 9) การให้คำแนะนำ 10) การระบุความปลอดภัย 11) การระบุกลุ่มเป้าหมาย 12) การกล่าวอ้าง และ 13) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

คำสำคัญ: กลวิธีการโน้มน้าวใจ, ผลิตภัณฑ์ความงาม, เพจเฟซบุ๊กวัตสัน

[1] นิสิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
* Corresponding author E-mail: Piknakapik112233@gmail.com or 62010110077@msu.ac.th

Abstract

This article aims to study persuasive strategies for advertising beauty products on the Watsons Facebook page. The researcher selected 300 ads on the Watsons Facebook page. Data were collected from November 1, 2021 to February 28, 2022.

Results of a study of persuasive strategies for advertising beauty products on Watsons Facebook page. A total of 13 persuasion strategies were found, in descending order as follows: 1) discounting and giving of gifts or promotional periods 2) mentioning the properties or benefits of the product or service 3) mentioning Desires 4) Use of scientific terminology or jargon 5) Addressing undesirable things 6) Knowledge of information 7) Use of news compelling 8) Mention of product or service processes Services 9) Guidance, 10) Safety Identification, 11) Target Audience Identification, 12) Claims, and 13) Rhetorical Questions.

Keywords: persuasion strategies, beauty products, Watsons Facebook page

บทนำ

การโน้มน้าวใจ หรือการชักจูง เป็นการพูด หรือนำเสนอสิ่งต่าง ๆ โดยใช้กลวิธีดึงดูดที่น่าสนใจให้ผู้ที่ต้องการนำเสนอขายสินค้านั้นสนใจในตัวสินค้าหรือบริการ ว่าสินค้านั้นมีความน่าสนใจอย่างไร ภาษาที่ใช้ในการโน้มน้าวใจต้องเป็นภาษาที่เร้าใจ วิงวอน ชวนเชื่อ ทำให้คล้อยตามในความพูดเพื่อเปลี่ยนทัศนคติทางความคิด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษา บุคลิกภาพ การแต่งกาย หรือคุณภาพของสินค้าที่ดูน่าสนใจและโดดเด่น ภาษาโน้มน้าวใจเป็นภาษาที่จะต้องเขียนเพื่อมุ่งบรรยายให้ผู้อ่านเห็นภาพตามสิ่งที่ผู้เขียนได้เขียนถึง มุ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้นกับผู้บริโภคเป็นอย่างดี การใช้ถ้อยคำหรือวิธีการโน้มน้าวใจที่มีการโน้มน้าวใจแฝงอยู่โดยใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการการใช้สำนวนการพูดจะสื่อความหมายได้ชัดเจนตรงไปตรงมาครบถ้วนสมบูรณ์จะทำให้ผู้อ่านไม่เคร่งเครียด ผ่อนคลายทั้งยังทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมคุ้นเคยเป็นกันเองระหว่างผู้โน้มน้าวกับผู้อ่าน (บุญยงค์ เกศเทศ, 2543: 8)

เพจเฟซบุ๊ก “วัตสัน” (Watsons) เป็นเพจที่โฆษณาครอบคลุมตั้งแต่สินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม เช่น ของใช้ส่วนตัว อาหารเสริม เครื่องสำอาง น้ำหอม ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม เป็นต้น การที่ผู้บริโภคจะทราบถึงสรรพคุณและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จนเกิดความต้องการซื้อสินค้า จำเป็นต้องการอาศัยการโน้มน้าวใจเข้ามาช่วยในการโฆษณา เพื่อเป็นการแสดงถึงน่าเชื่อถือและทำให้ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในที่สุด โดยปัจจุบันเพจเฟซบุ๊กวัตสันมียอดผู้ติดตามมากถึง 13,119,559 คน และมีจำนวนผู้กดถูกใจอยู่ที่ 13,059,484 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 9 มกราคม 2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่า การโน้มน้าวใจในโฆษณานั้นเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจที่จะทราบข้อมูล รายละเอียดของสินค้า และตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ

รวมถึงเพจเฟซบุ๊กวัตสันนั้นมียอดผู้ติดตามและยอดผู้กดถูกใจจำนวนมาก เป็นผู้นำร้านเพื่อสุขภาพและความงามที่มียอดขายอันดับหนึ่งในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสันว่ามีกลวิธีการโน้มน้าวใจอย่างไรเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อสินค้านั้น ๆ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน

วิธีการดำเนินการศึกษา

กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน ผู้ศึกษามีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณา และรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดหัวข้อในการศึกษา และประมวลผลเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. รวบรวมข้อมูลโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน จำนวน 300 โฆษณา โดยคัดเลือกจากโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามที่ใช้ภายนอกร่างกาย เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงระหว่างท้ายปี พ.ศ. 2564 และต้นปี พ.ศ. 2565 เนื่องจากช่วงปลายปีเป็นช่วงไตรมาสที่ 4 ในการทำธุรกิจ ก่อนที่จะปิดยอดการขายสินค้า จึงทำให้ทางบริษัทมีการโฆษณาและลดราคาสินค้าจำนวนมาก เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และช่วงต้นปีเป็นการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาขายในร้าน จึงทำให้มีการโฆษณาในช่วงนี้เป็นจำนวนมาก
3. ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ มาเป็นเกณฑ์ในการศึกษา และนับความถี่ตามจำนวนคำหรือถ้อยคำที่ปรากฏในตัวบทโฆษณาในแต่ละครั้ง เช่น การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ ปรากฏคำว่า “จุดด่างดำ” จำนวน 4 ครั้ง และคำว่า “สิว” จำนวน 3 ครั้ง ให้นับรวมกันเป็นจำนวนความถี่ 7 ครั้ง จากนั้นหาค่าร้อยละโดยการนำจำนวนความถี่ของคำหรือถ้อยคำที่ปรากฏในแต่ละครั้ง คูณด้วย 100 และหารด้วยจำนวนความถี่ทั้งหมดที่ปรากฏในแต่ละหัวข้อ
4. ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน พบกลวิธีการโน้มน้าวใจ 13 กลวิธี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย

การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย เป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์

เกี่ยวกับความงามที่นำจุดเด่นในเรื่องการลดราคาและการให้ของสมนาคุณเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการหรือการจำกัดระยะเวลาส่งเสริมการขายมาเป็นจุดขาย (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 97) จากการศึกษาพบการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย จำนวนความถี่ 554 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.41 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"Nobluk มาชวนเม้าไอเท็มเด็ด พร้อมโปรโมชัน **ซื้อสินค้า Maybelline ที่ร่วมรายการครบ 390.- รับฟรีขวดปั๊มพกพา มูลค่า 99.-** ที่วัตสันทุกสาขา และวัตสันออนไลน์"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 8 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย คือ ซื้อสินค้า Maybelline ที่ร่วมรายการครบ 390.- รับฟรีขวดปั๊มพกพา มูลค่า 99.- ซึ่งเป็นการให้ของสมนาคุณแก่ผู้บริโภค เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ Maybelline ครบตามราคาที่กำหนด การให้ของสมนาคุณผู้บริโภคดังกล่าวถือเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

2. การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่กล่าวถึงหน้าที่หลักของสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ให้เลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ปรากฏในโฆษณา โดยการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการนี้จะรวมถึงการกล่าวถึงประโยชน์หรือข้อดีของสินค้าหรือบริการ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 88) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ จำนวนความถี่ 370 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.31 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

" Derma Lab Double Power Vitamin Concentrate **ให้ความชุ่มชื้นและบรรเทาผิวแห้งเป็นขุย ช่วยฟื้นฟูผิวที่ขาดน้ำถึง 56%** โปรโมชัน 1,250.- จาก 1,390.-"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 1 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า มีการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ คือ ให้ความชุ่มชื้นและบรรเทาผิวแห้งเป็นขุย ช่วยฟื้นฟูผิวที่ขาดน้ำถึง 56% ซึ่งการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ จะทำให้ผู้บริโภคได้รู้ถึงประโยชน์และข้อดีของสินค้า และทำให้ผู้บริโภคที่มีปัญหาเรื่องผิวที่ขาดความชุ่มชื้น ผิวแห้งเป็นขุย และผิวที่ขาดน้ำ เกิดความสนใจและต้องการใช้สินค้าชนิดนี้ เนื่องจากสินค้าข้างต้นมีคุณสมบัติหรือสรรพคุณตามที่ผู้บริโภคต้องการ

3. การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่กล่าวถึงสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะได้รับเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์เพื่อสร้างมโนทัศน์ที่ดีแก่ผู้บริโภค จนผู้บริโภคสนใจและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 90) จากการศึกษาพบการ

กล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ จำนวนความถี่ 271 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.41 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“สาวสายเกาต้องลอง The Potions Q10 Ampoule แอมพูลบำรุงผิวที่เปี่ยมคุณค่าพลังการบำรุงด้วย Q10, Coenzyme เพื่อเติมพลังให้ผิวที่เหนื่อยล้า ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นของผิว ให้ผิวดู**กระจ่างใส** และ**แข็งแรง** ลด 50% พิเศษ 245.- จากปกติ 490.-”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 30 ม.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ คือ กระจ่างใส และแข็งแรง ซึ่งการกล่าวถึงคำเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหรือคนทั่วไปต้องการ ซึ่งก็คือผิวที่ดูกระจ่างใส และมีความแข็งแรง การใช้คำดังกล่าวจึงสามารถโน้มน้าวใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้า

4. การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ

การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้าหรือบริการ เนื่องจากการกล่าวถึงเรื่องที่เป็นวิทยาศาสตร์ มักจะได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไป เพราะข้อมูลทางวิทยาศาสตร์นั้นได้มาจากการค้นคว้า ทดลอง และสามารถพิสูจน์ความเป็นเหตุเป็นผลได้ ผู้บริโภคจึงเชื่อถือในข้อมูลที่เป็นวิทยาศาสตร์ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 91) จากการศึกษาพบการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ จำนวนความถี่ 265 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.11 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ผิวอ่อนล้า ดูโทรมไม่สดใส ต้องรีบบำรุงด้วย Supercharge เซรั่มเพราะมี **Probiotic Fraction** เข้มข้น ทำให้ผิวดูอ่อนเยาว์ สุขภาพดี ทั้งฉ่ำ ทั้งโกลว์ ใน 7 วัน กับราคาพิเศษสุด ๆ เพียง 1,200.- (ราคาปกติ 1,500.-) ผิวหมองเพราะเจอมลภาวะหนักมาก ผิวหมองเพราะพักผ่อนไม่พอ ต้องรีบจัดด่วน”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 30 ม.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ คือ Probiotic Fraction เป็นจุลินทรีย์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ซึ่งการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ เป็นการทำให้โฆษณามีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผ่านการค้นคว้าและทดลองมาแล้ว จึงสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้

5. การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่กล่าวถึงอาการหรือความผิดปกติ จุดประสงค์เพื่อสร้างความวิตกกังวลใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคกลุ่มหมาย จนต้องหาทางแก้ไขสิ่งผิดปกติเหล่านั้น โดยการซื้อสินค้าหรือบริการที่ปรากฏในบทโฆษณา (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 90) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ จำนวนความถี่ 163 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.06 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“โฟมล้างหน้าสูตรอ่อนโยน เพื่อผิวหน้าเนียนใส ไร้ปัญหา**ฝ้ากระ** และ**จุดด่างดำ**จากยูเซอรินขจัดเซลล์**ผิวคล้ำเสียสะสม** ลด**ความมันส่วนเกิน** เติมเต็มความชุ่มชื้น ให้ผิวหน้ากระจ่างใส”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 1 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ คือ ฝ้ากระ จุดด่างดำ ผิวคล้ำเสีย และความมันส่วนเกิน ซึ่งปัญหาผิวเหล่านี้อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความวิตกกังวล หรือขาดความมั่นใจ เพราะต้องออกไปพบปะกับผู้คนในสังคม ปัญหาเหล่านี้อาจเนื่องมาจากผิวหน้าที่ขาดการบำรุงการเจอกับแสงแดดเป็นเวลานาน การพักผ่อนไม่เพียงพอ หรืออายุที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องหาวิธีแก้ไขปัญหาผิวเหล่านี้ ด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์ในบทโฆษณาไปทดลองใช้

6. การให้ข้อมูลความรู้

การให้ข้อมูลความรู้ เป็นกลวิธีการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำแสดงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เหตุผลมาสนับสนุน หรือโน้มน้าวใจว่าสินค้าหรือบริการนั้นเหมาะกับผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด โดยข้อมูลที่กล่าวถึงในบทโฆษณา เป็นข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์ ที่ผ่านการค้นคว้า ทดลอง จนได้ข้อมูลที่สามารถพิสูจน์ได้และมีความเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือข้อมูลความรู้ในบทโฆษณา จนเกิดความต้องการที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้น (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 89) จากการศึกษาพบการให้ข้อมูลความรู้ จำนวนความถี่ 80 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 3.96 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“Micellar Gel Refreshing คลีนซิ่งที่ช่วยละลายเมคอัพและสิ่งสกปรกตกค้างให้หลุดออกอย่างง่ายดายโดยไม่ต้องใช้สำลี ทั้ง**อ่อนโยนต่อผิวด้วยส่วนผสมธรรมชาติ อย่าง Hibicus flower และ Cornflower ปราศจากสารที่ก่อให้เกิดการแพ้** พร้อมเติมความชุ่มชื้นให้ผิวหลังล้างหน้า”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 16 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า มีการกล่าวถึงกลวิธีการโน้มน้าวใจ คือ การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนโยนต่อผิว ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือด้วยข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์ เพราะมีส่วนผสมจากธรรมชาติและอ่อนโยนต่อผิวอย่าง Hibicus flower (ดอกชบา) มีส่วนช่วยบำรุงผิวพรรณ และ Cornflower (คอร์นฟลาวเวอร์) ช่วยปลอบประโลมผิว และผลิตภัณฑ์ปราศจากสารที่ก่อให้เกิดการแพ้ ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริโภคมีความน่าเชื่อในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในที่สุด

7. การใช้จุดจับใจเชิงข่าว

การใช้จุดจับใจเชิงข่าว เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่เป็นจุดจับใจโดยเน้นความใหม่ในตัวสินค้า อาจเป็นสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่ในตลาด หรือเป็นนวัตกรรม หรือสินค้าที่วางตลาดมานานแล้วแต่มีการปรับปรุงหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่บางประการ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 79) จากการศึกษาพบการใช้จุดจับใจเชิงข่าว จำนวนความถี่ 79 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.91 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“**นวัตรรมล่าสุด**จาก Skinsista RESET Anti-Aging Booster ผิวกระชับ ชุ่มชื้นขึ้นดูอิ่มน้ำ ริ้วรอยแลดูจางลง ผิวแพ้ง่ายใช้ได้ ซึมเร็ว ตรงจุด ถึงระดับโมเลกุลผิว”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 2 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้จุดจับใจเชิงข่าว คือ นวัตรรมล่าสุด โดยในโฆษณาจะกล่าวถึงการพัฒนาขึ้นใหม่หรือสิ่งที่ทำขึ้นใหม่ของผลิตภัณฑ์ Skinsista

RESET Anti-Aging Booster เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น การใช้จุดจับใจเชิงข่าวจึงเป็นโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา

8. การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ทราบข้อมูลและเกิดจินตภาพของกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ ทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีกระบวนการทำงานที่ไม่เป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อตัวผู้บริโภคและได้รับผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 92) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ จำนวนความถี่ 62 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.07 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“อัลฟ่าอาร์บูติน สารสกัดสุดล้ำค่าที่**ช่วยยับยั้งแอนติออกซิแดนท์และการสร้างเมลานิน ให้ผิวดูระจ่างใสแบบธรรมชาติ พร้อมช่วยให้ผิวแข็งแรง** สามารถใช้ได้ทุกสภาพผิว”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 2 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ ซึ่งการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสารสกัดอัลฟ่าอาร์บูติน มีกระบวนการทำงานโดยการช่วยยับยั้งแอนติออกซิแดนท์และการสร้างเมลานิน ทำให้ผิวดูระจ่างใสแบบธรรมชาติ พร้อมช่วยให้ผิวแข็งแรง โดยการกล่าวถึงกระบวนการนี้สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดจินตภาพถึงการทำงานของสารสกัดที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ จนเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อในที่สุด

9. การให้คำแนะนำ

การให้คำแนะนำ เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำเสนอข้อควรปฏิบัติให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายการให้คำแนะนำแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า และทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจต่อตัวสินค้าหรือบริการ จนตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 93) จากการศึกษาพบการให้คำแนะนำ จำนวนความถี่ 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.52 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“Eucerin Eucerin pH5 Hydro Serum 400 มล. ราคา 446.- ปกติ 495.- โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีความอ่อนโยน **เหมาะสำหรับผิวบอบบางแพ้ง่าย** ให้ความชุ่มชื้นยาวนาน ผิวเนียนนุ่มมากขึ้น”

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 30 ม.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการให้คำแนะนำ คือ เหมาะสำหรับผิวบอบบางแพ้ง่าย โดยการแนะนำดังกล่าว เป็นการแนะนำว่าผลิตภัณฑ์ Eucerin Eucerin pH5 Hydro Serum ที่เหมาะกับผู้บริโภคที่มีผิวบอบบางแพ้ง่าย ซึ่งเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจใน

ผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ในที่สุด

10. การระบุความปลอดภัย

การระบุความปลอดภัย เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำที่กล่าวถึงคุณสมบัติหรือส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการ ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือผลกระทบต่อผู้บริโภคเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 96) จากการศึกษาพบการระบุความปลอดภัย จำนวนความถี่ 46 คิดเป็นร้อยละ 2.28 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"Micellar Gel Refreshing คลีนซิ่งที่ช่วยละลายเมคอัพและสิ่งสกปรกตกค้างให้หลุดออกอย่างง่ายดายโดยไม่ต้องใช้สำลี ทั้ง**อ่อนโยนต่อผิว**ด้วยส่วนผสมธรรมชาติ อย่าง Hibicus flower และ Cornflower **ปราศจากสารที่ก่อให้เกิดการแพ้** พร้อมเติมความชุ่มชื้นให้ผิวหลังล้างหน้า"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 16 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการระบุความปลอดภัย โดยบทโฆษณาข้างต้นได้ระบุว่าผลิตภัณฑ์ Micellar Gel Refreshing อ่อนโยนต่อผิวเพราะมีส่วนผสมจากธรรมชาติ และปราศจากสารที่ก่อให้เกิดการแพ้ ซึ่งผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความปลอดภัย ดังนั้นการระบุถึงความปลอดภัยจึงเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในโฆษณา

11. การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมาย เป็นการใช้วงศัพท์หรือถ้อยคำกล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ หรือกลุ่มบุคคลที่มีโอกาสจะเป็นลูกค้า (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 95) จากการศึกษาพบการระบุกลุ่มเป้าหมาย จำนวนความถี่ 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.73 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"**สาวสายเกา**ต้องลอง The Potions Q10 Ampoule แอมพูลบำรุงผิวที่เปี่ยมคุณค่าพลังการบำรุงด้วย Q10, Coenzyme เพื่อเติมพลังให้ผิวที่เหนื่อยล้า ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นของผิว ให้ผิวดูกระจ่างใส และแข็งแรง ลด 50% พิเศษ 245.- จากปกติ 490.-"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 6 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่ากลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการระบุกลุ่มเป้าหมาย คือ สาวสายเกา ซึ่งเป็นผู้หญิงที่ต้องการความชุ่มชื่นของผิวหน้ามีผิวหน้าแบบสาวเกาหลีจึงเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนี้

12. การกล่าวอ้าง

การกล่าวอ้าง เป็นการนำเรื่องราวหรือบุคคลต่าง ๆ มากล่าวในบทสนทนา การกล่าวอ้างนี้ประกอบด้วยการกล่าวอ้างเรื่องราวหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าหรือบริการ การกล่าวอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือน่าเชื่อถือในสังคม การกล่าวอ้างถึงงานวิจัย การกล่าวอ้างหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ และความนิยมในผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือเมื่อได้ใช้สินค้าที่ปรากฏในบทโฆษณา และ

ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นในที่สุด (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 94) จากการศึกษาพบการกล่าวอ้าง จำนวนความถี่ 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.39 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"**หน้าใสไร้สิว ผิวแข็งแรง ดูมีออร่าแบบคุณแก้ว จริญญา ได้ง่าย ๆ ด้วยเซรั่มเปลี่ยนผิว** ราคา 599.- จากปกติ 690.-"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 22 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการกล่าวอ้าง คือ หน้าใสไร้สิว ผิวแข็งแรง ดูมีออร่าแบบคุณแก้ว จริญญา ได้ง่าย ๆ ด้วยเซรั่มเปลี่ยนผิว ซึ่งเป็นอ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยคุณแก้ว จริญญา ศิริมงคลสกุล เป็นนักร้องและนักแสดงชาวไทยที่มีชื่อเสียง และคุณแก้วยังมีผิวหน้าที่กระจ่างใส เรียบเนียน ดูมีออร่า ทำให้ผู้บริโภคที่ชื่อชอบคุณแก้วต้องการมีผิวที่กระจ่างใสแบบบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ จึงเกิดความสนผลิตภัณฑ์เซรัม และตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ในที่สุด

13. การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นคำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบ แต่เป็นการถามที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อชี้นำหรือมีความคาดหวังคำตอบอยู่ในใจของผู้ถามแล้ว (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 57) จากการศึกษาพบการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ จำนวนความถี่ 17 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 0.84 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"**สิว & รอยสิว!! จะเอายังไง!?** จะขึ้นก็รีบขึ้น จะได้รีบหาย"

(เพจเฟซบุ๊กวัตสัน 19 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในบทโฆษณามีการกล่าวถึงการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ คือ สิว & รอยสิว!! จะเอายังไง!? ซึ่งคำถามในบทโฆษณานี้ เป็นคำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบ แต่ผู้เขียนบทโฆษณาต้องการให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของการเกิดสิวและรอยสิว ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ต่อใบหน้า การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ข้างต้นจึงเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาสิว จนเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้

สรุปและอภิปรายผล

ตารางแสดงผลการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน

ลำดับ	กลวิธีการโน้มน้าวใจ	จำนวนความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
1	การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย	554	27.41
2	การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ	370	18.31
3	การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์	271	13.41
4	การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ	265	13.11

ลำดับ	กลวิธีการโน้มน้าวใจ	จำนวนความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
5	การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์	163	8.06
6	การให้ข้อมูลความรู้	80	3.96
7	การใช้จุดจับใจเชิงข่าว	79	3.91
8	การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ	62	3.07
9	การให้คำแนะนำ	51	2.52
10	การระบุความปลอดภัย	46	2.28
11	การระบุกลุ่มเป้าหมาย	35	1.73
12	การกล่าวอ้าง	28	1.39
13	การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์	17	0.84
	รวม	2021	100

ตารางข้างต้นแสดงกลวิธีการโน้มน้าวใจทั้งหมด 13 กลวิธี โดยโดยเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ การลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขาย พบจำนวน 554 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.41 รองลงมา คือ การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ พบจำนวน 370 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.31 การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ พบจำนวน 271 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.41 การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ พบจำนวน 265 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.11 การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ พบจำนวน 163 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.06 การให้ข้อมูลความรู้ พบจำนวน 80 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.96 การใช้จุดจับใจเชิงข่าว พบจำนวน 79 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.91 การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ พบจำนวน 62 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.07 การให้คำแนะนำ พบจำนวน 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.52 การระบุความปลอดภัย พบจำนวน 46 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.28 การระบุกลุ่มเป้าหมาย พบจำนวน 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.73 การกล่าวอ้าง พบจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.39 และที่พบน้อยที่สุด คือ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ พบจำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.84

จากการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ คือ พบกลวิธีการโน้มน้าวใจ 13 กลวิธีเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันในส่วนของจำนวนความถี่ที่พบ โดยการใช้กลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน พบการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขายมากที่สุด เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กวัตสันเป็นเพจที่โฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริโภคที่รักสวยรักงามและชื่นชอบในการดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นหรือวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่ต้องพบเจอกับผู้คนมากมาย ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้สนใจในเรื่องความงามเป็นอย่างมาก การที่เพจเฟซบุ๊กวัตสันมีการโฆษณาลดราคาหรือจัดโพรโมชันผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตฐาน ผ่านการตรวจสอบความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มาแล้ว ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ในโฆษณาจนตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในที่สุด ในทางกลับกันการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพพบ การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการมากที่สุด เนื่องจากสินค้าหรือบริการใน

นิตยสารเกี่ยวข้องกับเรื่องของสุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้คนให้ความสนใจ จึงต้องมีการบอกถึงบอกให้ทราบถึงรายละเอียด ประโยชน์ และข้อดีของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าในโฆษณาตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การใช้ภาษาโน้มน้าวใจดังกล่าวจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและคล้อยตามสิ่งที่บทโฆษณากำลังนำเสนอและเกิดความต้องการที่จะมีสุขภาพที่ดีจนเลือกใช้สินค้าหรือบริการในโฆษณา

นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ วรรษมน หิรัญคำ (2564) ที่ศึกษาเรื่องกลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก อีฟแอนด์บอย คือ พบจำนวนกลวิธีการโน้มน้าวใจแตกต่างกัน ในงานวิจัยของ วรรษมน หิรัญคำ พบกลวิธีการโน้มน้าวใจ 12 กลวิธี โดยไม่พบการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ ซึ่งในงานของผู้ศึกษาพบกลวิธีการโน้มน้าวใจ 13 กลวิธี และยังมีความแตกต่างกันในส่วนของจำนวนความถี่ที่พบ โดยกลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน พบการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริมการขายมากที่สุด ในทางกลับกันกลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก อีฟแอนด์บอย พบการใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะมากที่สุด เนื่องจากเพจเฟซบุ๊ก อีฟแอนด์บอย เป็นเพจที่ต้องนำเสนอสินค้าที่เกี่ยวกับความงาม เช่น ครีม หรือเครื่องสำอางต่าง ๆ สินค้าส่วนใหญ่จะมีส่วนประกอบที่เป็นคำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะเป็นจำนวนมาก เพราะมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า ซึ่งการกล่าวถึงคำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์นั้นมักจะได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไป ทำให้สินค้าในเพจเฟซบุ๊ก อีฟแอนด์บอย มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และทำให้ผู้บริโภคไว้ใจที่จะเลือกซื้อสินค้าในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กวัตสัน ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจและควรศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการโน้มน้าวใจในโฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามทางเพจเฟซบุ๊กอื่น ๆ เช่น BEAUTRIUM (บิวเทรี่ยม), The Cosmetics, 4U2 Cosmetics เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในการใช้กลวิธีการโน้มน้าวผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊กอื่น ๆ

2. ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในการใช้กลวิธีการโน้มน้าวผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

กฤตยา อุ่นอ่อน. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของคนในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทิพย์วรรณ เปรมปัญญา. (2554). *วิเคราะห์โฆษณาผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กปี พ.ศ. 2548-2551*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นพวัฒน์ สุวรรณช่าง. (2553). *การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญยงค์ เกศเทศ. (2543). *สภาพการใช้ภาษาโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์*. งานวิจัยภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาสารคาม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรษมน หิรัญคำ. (2564). *กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทางเพจเฟซบุ๊ก อีฟแอนด์บอย.* สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

Persuasive tactics and use of product recommendation language on TikTok ploykan.

ณัฐนันท์ จองตามา[1] และอรทัย สุทธิ[2]

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2563 ถึง 9 เมษายน 2565 จำนวน 100 คลิป

ผลการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ พบ 12 กลวิธีโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1)การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการของสินค้า 2)การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ 3)การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ 4)การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ 5)การระบุกลุ่มเป้าหมาย 6)การให้คำแนะนำ 7)การให้ข้อมูลความรู้ 8)การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ 9)การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ 10)การใช้จุดจับใจเชิงข่าว 11)การกล่าวอ้าง และ12)การระบุความปลอดภัย

ด้านการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ พบการใช้ภาษาทั้งหมด 8 กลวิธีโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1)การใช้คำภาษาอังกฤษ 2)การใช้คำซ้ำ 3)การใช้คำซ้อน 4)การใช้คำแสดงอารมณ์ 5)การใช้คำสแลง 6)การใช้ภาพพจน์ 7)การใช้มูลบท และ8)การใช้คำอุทาน

คำสำคัญ: การโน้มน้าวใจ การใช้ภาษา การแนะนำสินค้า TikTok

[5] นิสิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] อาจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทย, ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Corresponding author E-mail: 62010110080@msu.ac.th

Abstract

This article aims to study persuasive tactics and the use of introductory language in 100 clips from April 9, 2020, to April 9, 2022.

A study of persuasive tactics for introducing products on TikTok gemstone channels found 12 tactics by sort. Descending order as follows Mention of the properties or properties of a commodity or service of a commodity. Mention of what is desirable Mention of the working process of goods or services, mention of undesirables. Identifying your target audience Providing advice, providing information and knowledge Use of scientific terminology or terminology Use of rhetorical questions the use of journalistic gripes, claims, and security identifications, respectively.

Language for product recommendations on TikTok A total of 8 language tactics were found. In descending order. English usage Reusing words, nesting words, using emotive words. The use of slang, the use of diction, the use of verses, and the use of exclamations, respectively.

Keywords : Persuasion Using Language Introduction products TikTok

บทนำ

หากกล่าวถึงสื่อออนไลน์ในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น แอปพลิเคชัน TikTok เป็นช่องทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมของผู้คนในยุคปัจจุบันอย่างมาก ส่วนใหญ่ชื่นชอบงานสร้างสรรค์และความสมจริงต้องการงานสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างพลังบวกและผู้ใช้ที่มีความสุขที่จะเปลี่ยนไปเป็นลูกค้าที่มีส่วนร่วมกับแบรนด์สินค้าต่าง ๆ (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, 2564) ผู้ใช้งานในแอปพลิเคชัน TikTok ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและเป็นผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า TikToker ไม่ว่า TikToker ซึ่งทำหน้าที่สร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ด้วยการร้อง เต้น รวมถึงการรีวิวสินค้าซึ่งมีอิทธิพลมากต่อผู้บริโภคที่จะสร้างความเห็นต่าง ๆ ขึ้นและกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

พลอยกาญเป็นหนึ่งใน TikToker ซึ่งมีช่อง TikTok ชื่อ พลอยกาญ(Ploykan_ph) เป็นช่องด้านสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับการอัพเดตสินค้า แนะนำสินค้า ถือว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในหลาย ๆ ด้านทั้งอิทธิพลในการซื้อสินค้า เช่น ทำให้ได้รับรู้ข้อมูลใหม่ ๆ ได้รู้จักสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ได้รับรู้ความคิดเห็นหรือประสบการณ์การใช้งานจริงและทำให้มีคนแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร พลอยการเป็นผู้แนะนำสินคีที่มีลักษณะโดดเด่นน่าสนใจและมีการใช้ภาษาที่โน้มน้าวใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีจนทำให้มียอดผู้ติดตามถึง 1,400,000 คนและมีผู้กดถูกใจทั้งหมด 36,500,000 คน (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2565) ซึ่งถือว่าเป็นยอดที่สูง

กลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้า มีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคเพราะก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าต้องมีการพิจารณาสินค้าอย่างรอบคอบเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดหรือเกิดการฉ้อโกง การแนะนำสินค้าจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความมั่นใจและโน้มน้าวใจผู้บริโภคได้อย่างดี ผู้วิจัยเห็นว่ากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยเฉพาะแอป

พลิเคชัน TikTok ที่กำลังเป็นกระแสในประเทศไทยอยู่ ณ ขณะนี้ เป็นเรื่องที่น่าสนใจและอย่างยิ่งโดยเฉพาะกลวิธีการโน้มน้าวใจและกลวิธีการใช้ภาษาในการรีวิวสินค้าใน TikTok ของพลอยกาญ ที่มีลักษณะที่โดดเด่นในงานวิจัยนี้จึงนำข้อมูลศึกษาอย่างละเอียด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ
2. เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok พลอยกาญ ได้ศึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2563 ถึง 9 เมษายน 2565 จำนวน 100 คลิป
2. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok พลอยกาญ ตามกรอบแนวคิดของ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) และวิเคราะห์การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ ตามกรอบแนวคิดของปวีณ์สุดา เหนือคลองและคณะ (2562) ปรีชา ธนะวิบูลย์ (2553) นันทนา วงษ์ไทย (2556) โดยนับความถี่ในการใช้ภาษาโน้มน้าวใจและภาษาในการแนะนำสินค้าจากนั้นนำข้อมูลมาหาเป็นค่าร้อยละ
3. ขั้นสรุปผลกลวิธีโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ แบ่งเป็น 2 หัวข้อ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

1.1 การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงสรรพคุณหรือบริการของตัวสินค้า ซึ่งมีเนื้อหาสาระให้ผู้บริโภคได้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า เพื่อนำไปสู่แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 88) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณหรือบริการ จำนวนความถี่ 274 ครั้ง ร้อยละ 35.08 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ข้อสามหุ่นทรงแอปเปิ้ลเป็นหุ่นที่ช่วงลำตัวกลม ๆ หรือว่าจะเป็นสาวอวบก็จะเหมาะมาก กับกางเกงยีนส์เอวสูงขากระบอกค่ะ เพราะว่าเอวที่สูงก็จะ*ช่วยปิดพุงช่วยอำพรางสายตา*”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 30 พ.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงคุณสมบัติสรรพคุณของสินค้าหรือการบริการ คือ “ช่วยปิดพุงพรางสายตา” ซึ่งการกล่าวถึงคุณสมบัติของสินค้าทำให้ผู้บริโภค

ทราบว่ากางเกงยีนส์เอวสูงขากระบอกสามารถพรางหุ่นให้ดูผอมเพรียวและหุ่นดี การกล่าวถึงคุณสมบัติเช่นนี้จะทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะสาวอวบหันมาสนใจในตัวสินค้า

1.2 การให้ข้อมูลความรู้

การให้ข้อมูลความรู้ เป็นกลวิธีการใช้วงศัพท์แสดงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพื่อให้ผู้บริโภคไปสู่สิ่งที่พึงปรารถนานั้นได้ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 89) จากการศึกษาพบการให้ข้อมูลความรู้ จำนวนความถี่ 28 ครั้ง ร้อยละ 3.58 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"พลอยอ่านเจอมาว่าใน*มะเขือเทศมีสารต้านอนุมูลอิสระ มีวิตามินซี วิตามินเอ แล้วก็มีฤทธิ์เป็นกรดอ่อน ๆ ที่ช่วยรักษาสิวได้ค่ะ ส่วนวิตามินซีใคร ๆ ก็รู้ว่าช่วยเรื่องผิวกระจ่างใสได้ดีมาก ๆ*"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 16 ธ.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการให้ข้อมูลความรู้ในการแนะนำสินค้า เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของมะเขือเทศ โดยอธิบายไว้ว่า ในมะเขือเทศมีสารต้านอนุมูลอิสระ มีวิตามินซี วิตามินเอ แล้วก็มีฤทธิ์เป็นกรดอ่อน ๆ ที่ช่วยรักษาสิวได้ค่ะ ส่วนวิตามินซีใคร ๆ ก็รู้ว่าช่วยเรื่องผิวกระจ่างใสได้ดีมาก ๆ ซึ่งข้อมูลกล่าวมีเป็นข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์ที่ผ่านการทดลองมาแล้วสิ่งที่กล่าวมาเหล่านี้สามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีเนื่องจากเรื่องผิวกระจางใสเป็นสิ่งที่บุคคลทั่วไปพึงประสงค์

1.3 การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงอาการหรือความผิดปกติเพื่อสร้างความวิตกกังวลใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายกล่าวคือเป็นการใช้ภาษาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความกลัว จนนำมาสู่การหาทางแก้ไขปัญหากับสิ่งที่ผิดปกติเหล่านั้นโดยการซื้อสินค้า (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 90) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงสิ่งไม่พึ่งประสงค์ จำนวนความถี่ 72 ครั้ง ร้อยละ 9.21 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"ใครมี*หน้าเท้ากว้าง*แบบพลอยใส่รองเท้าหัวแหลมแบบนี้จะช่วยให้ทำให้เท้าเราดูเรียวสวยขึ้น"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 29 พ.ย. 2563)

จากข้อความข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ คือ หน้าเท้ากว้าง ปัญหาเหล่านี้ทำให้เกิดความวิตกกังวลจนต้องหาวิธีแก้ไขคือการซื้อสินค้าตามคำแนะนำดังกล่าวเพราะจะทำให้เท้าดูเรียวและสวยขึ้น

1.4 การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์

การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะได้รับเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นกลวิธีที่ดึงเอาจุดอ่อนทางอารมณ์ของมนุษย์มาใช้เป็นจุดเด่นของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์คล้อยตามได้ง่ายเป็นกลวิธีการโน้มน้าวใจที่ดี (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 90) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ จำนวนความถี่ 152 ครั้ง ร้อยละ 19.46 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"อันนี้พลอยซื้อเองนะคะจากเซเว่นซองละ 49 บาทใช้หมดไปกี่ซองไม่รู้อะ ช่วงนี้น่าจะเป็น

ช่วงที่พลอย*ผิวหน้าดีที่สุด*แล้วค่ะแทบไม่มีสิวอักเสบขึ้นเลย”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 10 ธ.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ คือ ผิวหน้าดีที่สุด การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์เหล่านี้สามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการที่จะมีผิวหน้าที่ดีได้

1.5 การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ

การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของตัวสินค้า การกล่าวถึงเรื่องที่เป็นวิทยาศาสตร์มักจะได้รับการยอมรับเนื่องจากมีการทดลอง พิสูจน์ความเป็นเหตุเป็นผลได้ จึงสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้าและให้แก่ผู้บริโภค (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 91) จากการศึกษาการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะพบจำนวนความถี่ 28 ครั้ง ร้อยละ 3.58 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“เค้าเป็นหน้ากากแสงบำบัด 7 สี ซึ่งมีผลวิจัยรับรองนะคะกดเปลี่ยนสีได้ตามต้องการ*แสงสีแดง*ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนเลือดเสริมสร้าง*คลอลาเจน*ปรับผิวเต่งตึง *สีเขียว*ปรับสมดุลผิวช่วยให้ผิวสดชื่นมีชีวิตชีวา *แสงสีฟ้า*ลด*แบคทีเรีย*ลดสิวพลอยใช้สีนี้แล้วรู้สึกว่าสิวอุดตันมันลดลงด้วย*สีม่วง*มาช่วยลดรอยจากสิวค่ะ ส่วน*สีฟ้าอมเขียว*เนี่ยช่วยเพิ่มพลังงานให้กับเซลล์ผิวตัว*แสงสีส้ม*เนี่ย จะช่วยเรื่องความกระจ่างใสค่ะแล้วก็*สีม่วงอ่อน*จะช่วยปรับริ้วรอยให้ดูตึงขึ้นมันเป็นอะไรที่ดูล้ำมาก ๆ เลยค่ะทุกคน พลอยชอบมากชื่อเต็ม ๆ ตัวนี้ก็คือ CBG Devices LED beauty booster mask นะคะ ราคาพันกว่า ๆ นะคะตัวนี้เป็นแบบชาร์จแบต แบตหมดก็เอาไปชาร์จมาใช้ใหม่ได้ ส่วนลิงก์ร้านนั้นเดี๋ยวพลอยใส่ไว้ให้ที่เดิมเลยค่ะ”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 25 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ คือ แสงบำบัด แสงสีต่าง ๆ คลอลาเจน แบคทีเรีย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าและสามารถทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามได้ง่าย

1.6 การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ

การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้วงศัพท์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 97) จากการศึกษาพบการกล่าวถึงกระบวนการการทำงานของสินค้าหรือบริการจำนวนความถี่ 97 ครั้ง ร้อยละ 12.41 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“*พอใส่ถ่านเสร็จก็เอาฝามาปิดกับตัวถังที่นี้เราก็กดปุ่มเปิดได้เลยค่ะ พอเราเปิดเสร็จแล้วเราเอามือเข้าไปใกล้ ๆ มันก็จะเปิดฝาแบบนี้เลยค่ะ แต่จริง ๆ เราไม่ต้องใช้มือก็ได้ค่ะแค่มายืนใกล้ ๆ มันก็เปิดฝาให้เราทิ้งขยะได้แล้ว* แล้วก็พลอยว่ามันก็หน้าตาดูดีด้วยนะทุกคน”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 14 ม.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคทราบว่า พอใส่ถ่านเสร็จก็เอาฝามาปิดกับตัวถังที่นี้เราก็กดปุ่มเปิดได้เลยค่ะ พอเราเปิดเสร็จแล้วเราเอามือเข้าไปใกล้ ๆ มันก็จะเปิดฝาแบบนี้เลยค่ะ แต่จริง ๆ เราไม่ต้องใช้มือก็ได้ค่ะ แค่มายืนใกล้ ๆ มันก็เปิดฝาให้เราทิ้งขยะได้แล้ว การกล่าวถึงกระบวนการทำงานได้ชัดเจนและละเอียดสามารถทำให้ผู้บริโภคเห็นภาพขณะใช้งานของสินค้า จนเกิดความต้องการเพื่อที่จะเพิ่มความสะดวกสบาย

1.7 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบหรือมีคำตอบอยู่ในใจอยู่แล้วแต่ถามเพื่อชี้นำ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 92) จากการศึกษาพบการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ จำนวนความถี่ 28 ครั้ง ร้อยละ 3.58 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“*กางเกงยีนส์แบบไหน*เหมาะกับหุ่นเรายิ่งใส่แล้วยิ่งสวย”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 30 พ.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ คือ กางเกงยีนส์แบบไหนเหมาะกับหุ่นเรายิ่งใส่แล้วยิ่งสวย คำถามนี้นักแนะนำไม่ได้ต้องการคำตอบแต่กลับมีคำตอบอยู่ในใจอยู่แล้วเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของร่างกายคือกางเกงยีนส์แบบไหนที่ใส่แล้วหุ่นจะดียิ่งใส่ยิ่งสวย ซึ่งคนทั่วไปพึงประสงค์สิ่งเหล่านี้ จึงทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดความต้องการ

1.8 การให้คำแนะนำ

การให้คำแนะนำ เป็นการใช้วงศัพท์แนะนำแนวทางข้อควรปฏิบัติให้แก่ผู้บริโภคแสดงถึงความใส่ใจทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 93) จากการศึกษาพบให้คำแนะนำจำนวนความถี่ 35 ครั้ง ร้อยละ 4.48 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

> “พลอยสั่ง Fast Charge มาหลายวันแล้วทุกคนคือรู้ว่ามันชาร์จแบตได้เร็ว แต่ไม่คิดว่าเป็นจะเร็วขนาดนี้อะ อันนี้ได้มาทั้งหัวชาร์จแล้วก็สายชาร์จเลยนะคะ เดี๋ยวพลอยลองชาร์จให้ดูค่ะแล้วเดียวเรามาดูกันว่ามันจะขึ้นไปอีกเยอะแค่ไหนตอนนี้แบต 59 เปอร์เซ็น สองทุ่มสี่สิบสี่ นี่ค่ะทุกคนชาร์จไม่ถึงสิบนาทีแบตขึ้นมาเจ็ดสิบสามแล้วอะ คือ*แบตใครจะหมดแล้วต้องรีบใช้โทรศัพท์ตัวนี้ตอบโจทย์มาก ๆ*”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 29 พ.ย. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำแนะนำ คือ แบตใครจะหมดแล้วต้องรีบใช้โทรศัพท์ตัวนี้ตอบโจทย์มาก ๆ เป็นการแนะนำกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วในการชาร์จโทรศัพท์โดยไม่ต้องรอนาน ซึ่งก่อนหน้าได้อธิบายถึงคุณสมบัติการใช้งานของตัวสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าใจอยากชัดเจน จนทำให้ผู้บริโภคประทับใจละอาจตัดสินใจซื้อสินค้าตามคำแนะนำของนักแนะนำสินค้า

1.9 การกล่าวอ้าง

การกล่าวอ้างเรื่องราวหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้สินค้าจริง บุคคลนั้นอาจเป็นบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ดารานักแสดง อินฟลูเอ็นเซอร์ การกล่าวอ้างงานวิจัย หน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ หรือการได้รับ

ความนิยมจากสินค้านั้น ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้า (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 94) จากการศึกษาพบการกล่าวอ้าง จำนวนความถี่ 10 ครั้ง ร้อยละ 1.28 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"พลอยพึ่งรู้ว่า*เหล่าดาราเหล่าไอดอลเกาหลี*เค้าใช้อันนี้กันเยอะมาก ๆ ค่ะทุกคน"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 25 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการกล่าวอ้างคือ เหล่าดาราเหล่าไอดอลเกาหลี เป็นการกล่าวอ้างถึงดาราไอดอลประเทศเกาหลี ซึ่งถือว่าความงามของดาราประเทศเกาหลีเป็นสิ่งที่คนทั่วไปให้ความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้สนใจสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าตามคำแนะนำของนักรีวิว เพื่อความสวยที่พึงประสงค์

1.10 การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมาย เป็นการใช้วงศัพท์กล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวกับสินค้า เพื่อช่วยสร้างดึงความสนใจและดึงดูดผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้า (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 95) จากการศึกษาพบการระบุกลุ่มเป้าหมาย จำนวนความถี่ 34 ครั้ง ร้อยละ 4.35 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"*สำหรับคุณผู้หญิง*ที่มีความจำเป็นต้องใช้ห้องน้ำสาธารณะนะคะพลอยว่ามีอันนี้ติดไว้ดีมาก ๆ เป็นสเปรย์ฆ่าเชื้อสำหรับฝารองนั่งค่ะมันฆ่าโรคได้ใน 5 วิ เลยนะ ฉีดก่อนที่จะเอาก้นลงได้นั่งพลอยว่ามันดีมาก ๆ เลยค่ะ คือบางทีห้องน้ำสาธารณะมันก็ไม่มีให้เลือกเข้าหลายแบบเน้อแต่ที่ทำได้คือต้องดูแลตัวเองต้องเซฟตัวเองกันต่อไปค่ะ"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 9 เม.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการระบุกลุ่มเป้าหมาย คือ สำหรับคุณผู้หญิง จะช่วยดึงดึงความสนใจของผู้หญิงที่รักความสะอาดและดูแลสุขภาพซึ่งนักรีวิวก็ได้กล่าวถึงประโยชน์ของตัวสินค้าให้ผู้บริโภคได้เข้าใจอย่างชัดเจนเป็นการโน้มน้าวใจเป็นอย่างดี

1.11 การใช้จุดจับใจเชิงข่าว

การใช้จุดจับใจเชิงข่าว เป็นการใช้วงศัพท์ที่เน้นความใหม่ของตัวสินค้าชี้ให้เห็นถึงความแปลกใหม่หรือพัฒนาการ หรือสินค้าที่มีมานานแล้วแต่มีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนใหม่บางประการ ซึ่งการกล่าวถึงความล้ำสมัยสามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้มาสนใจในตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 96) จากการศึกษาพบการใช้จุดจับใจเชิงข่าว จำนวนความถี่ 22 ครั้ง ร้อยละ 2.18 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"*มิติใหม่*แห่งการกินหมูกระทะดูดิมันเป็นเครื่องย่างหมูกระทะที่เท่มาก ๆ เลยค่ะทุกคน ปรับระดับความร้อนได้ ถ้ามองผ่าน ๆ ดูเหมือนเครื่องเล่นแผ่นเสียงเลยอะ คือหน้าตามันดูเท่มากส่วนลิงก์ร้านพลอยใส่ไว้ให้แล้วเหมือนเดิมนะคะ"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 7 ต.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้จุดจับใจเชิงข่าว คือ มิติใหม่ เป็นการเน้นย้ำถึงเรื่องความทันสมัยเพื่อที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้หันมาเห็นว่าสินค้ามีคุณสมบัติอย่างไร เมื่อผู้บริโภคได้ยินและเห็นภาพของการรีวิวก็จะเกิดความต้องการ

1.12 การระบุความปลอดภัย

การระบุความปลอดภัย เป็นการใช้วงศัพท์ที่กล่าวถึงส่วนประกอบของสินค้าที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือผลกระทบต่อผู้บริโภค (นพวัฒน์ สุวรรณช่าง, 2553: 96) จากการศึกษาพบการระบุความปลอดภัย จำนวนความถี่ 1 ครั้ง ร้อยละ 0.12 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

"มันคือหน้ากากความงามค่ะ วิธีใช้ง่าย ๆ แค่ทาครีมบำรุงแล้วสวมหน้ากากไว้ 15 นาทีต่อวัน อันนี้เค้าออกแบบมามีช่องว่าง*ไม่ให้เป็นอันตรายต่อดวงตา*นะคะ จะใช้ไปดูซีรี่ส์ไปก็ได้"

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 25 พ.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า กลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการระบุความปลอดภัย ซึ่งในการแนะนำสินค้าข้างต้นระบุความปลอดภัยว่าอันนี้เค้าออกแบบมามีช่องว่างไม่ให้เป็นอันตรายต่อดวงตา ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถที่จะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าหากใช้สินค้าแล้วจะไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค การระบุความปลอดภัยเช่นนี้ส่งผลทำให้ผู้บริโภคสนใจละตัดสินใจซื้อสินค้าตามที่นักรีวิวแนะนำสินค้า

ตารางที่ 1 แสดงกลวิธีการโน้มน้าวใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

ลำดับ	กลวิธีการโน้มน้าวใจ	จำนวนความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
1	การกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ	274	35.08
2	การกล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์	152	19.46
3	การกล่าวถึงกระบวนการทำงานของสินค้าหรือบริการ	97	12.41
4	การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์	72	9.21
5	การให้คำแนะนำ	35	4.48
6	การระบุกลุ่มเป้าหมาย	34	4.35
7	การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์	28	3.58
8	การใช้คำศัพท์วิทยาศาสตร์หรือศัพท์เฉพาะ	28	3.58
9	การให้ข้อมูลความรู้	28	3.58
10	การใช้จุดจับใจเชิงข่าว	22	2.18
11	การกล่าวอ้าง	10	1.28
12	การระบุความปลอดภัย	1	0.12
	รวม	781	100

2. กลวิธีการใช้ภาษาแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

2.1 การใช้คำภาษาอังกฤษ

การใช้คำภาษาอังกฤษ คือ การยืมคำภาษาอังกฤษมาใช้ อาจจะตรงตามรูปศัพท์เดิมหรือนำมาโดยการทับศัพท์ การใช้คำภาษาอังกฤษในการพูดรีวิวสินค้าทำให้เกิดความทันสมัยและน่าเชื่อถือมากขึ้น (ปวีณ์สุดา เหนือคลอง และคณะ, 2562: 2) จากการศึกษาพบการใช้คำภาษาอังกฤษ 181 คำและจำนวนความถี่ 823 ครั้ง

ร้อยละ 53.40 ดังตัวอย่างดังนี้

“พอเราใช้เสร็จแล้วเราก็เปิดฝาตรงนี้เอาฝุ่นไปทิ้งทำความสะอาดนะคะ ตัวเนี่ยแรงดูดเค้าก็จะไม่ได้เยอะเท่าตัวใหญ่ค่ะ มีน้ำหนักเบาอันเล็กหน้าตา*มินิมอล*มาก ๆ เลยค่ะ”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 27 ส.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำภาษาอังกฤษทั้งหมด 1 คำ คือ คำว่า “มินิมอล” เป็นคำภาษาอังกฤษทับศัพท์มาจากคำว่า Minimal หมายถึง น้อยที่สุด (Dictionary, 2011: 319)

2.2 การใช้คำอุทาน

การใช้คำอุทาน คือ คำที่ผู้พูดเปล่งออกมาอย่างไม่มีความหมาย แต่ทำให้ทราบความต้องการหรือนิสัยของผู้พูดว่าเป็นคนอย่างไร (ปวีณ์สุดา เหนือคลอง และคณะ, 2562: 3) จากการศึกษาพบคำอุทาน จำนวนความถี่ 1 ครั้ง ร้อยละ 0.06 ดังนี้

“*เอ๊ะ* ยังไงมีใครรู้ไหมคะ ในห่อนี้ของพลอยมีแต่อันนี้อย่างเดียวเลยค่ะ”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 13 ต.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำอุทานคือ คำว่า เอ๊ะ เป็นการใช้คำอุทานตอนเกิดข้อสงสัยเพื่อเพิ่มความรู้สึกต่าง ๆ

2.3 การใช้คำแสดงอารมณ์

การใช้คำแสดงอารมณ์ คือ การใช้คำให้เกิดจินตภาพจากการเห็น การได้ยิน การรู้สึกและการเคลื่อนไหว (ปวีณ์สุดา เหนือคลองและคณะ, 2562: 3) จากการศึกษาพบคำแสดงอารมณ์ 17 คำ จำนวนความถี่ 68 ครั้ง ร้อยละ 4.41 ดังตัวอย่างดังนี้

“มีใครใช้อันนี้อยู่ไหมคะมันเป็นผ้าห่มนุ่ม ๆ ที่มีช่องให้ใส่แขนด้วยค่ะทุกคน เราสามารถใส่จากด้านหลังมาเป็นเสื้อคลุมแบบนี้ก็ได้ หรือจะห่มจากด้านหน้าก็ได้ พลอยพึ่งเคยใช้*ชอบมากเลย*เอาไว้ห่มตอนนั่งดูซีรี่ส์คือเหมาะมาก ๆ”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 23 เม.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำแสดงอารมณ์ คือคำว่า ชอบ มีการใช้คำให้เกิดจิตภาพจากการรู้สึกชอบ ทำให้เราเกิดความรู้สึกตามคำ ๆ นั้นได้เป็นอย่างดี คือ พลอยพึ่งเคยใช้ “ชอบมากเลย” เป็นการบอกอารมณ์ ความรู้สึกหลังใช้งานจริง ซึ่งสิ่งนี้ทำให้ผู้ฟังการแนะนำสินค้ารู้สึกว่าสินค้าที่แนะนำต้องดี ต้องมีคุณภาพ คุ้มค่าต่อการใช้งานเพราะผู้ที่แนะนำสินค้าก็เหมือนผู้ใช้งานจริงชอบสินค้าชิ้นนี้มาก

2.4 การใช้คำซ้อน

การใช้คำซ้อน คือ การประสมคำประเภทหนึ่ง ซึ่งนำคำที่มีความหมายและเสียงเหมือนหรือใกล้เคียงกันมาซ้อนกันเพื่อให้ความหมายนั้นชัดเจนยิ่งขึ้น (ปวีณ์สุดา เหนือคลอง และคณะ, 2562: 4) จากการศึกษาพบคำซ้อน จำนวนความถี่ 154 ครั้ง ร้อยละ 9.99 ดังตัวอย่างดังนี้

“พลอยไม่ค่อยได้*ดูแล*เล็บเท่าไหร่เลยค่ะเล็บจริงก็เลยไม่ค่อยสวย”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 17 ธ.ค. 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำซ้อน คือ คำว่า ดูแล เป็นคำซ้อนเพื่อความหมาย เกิดจากคำว่า ดู และ แล ซึ่งมีความหมายคล้ายกันมาซ้อนกันกล่าวคือ คำว่า ดู ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายไว้ว่า มอง และคำว่า แล (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ให้ความหมายไว้ว่า ดู มอง เช่น สองตาก็ไม่อยากแล เมื่อนำคำทั้งสองมาซ้อนกันจึงมีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน

2.5 การใช้คำซ้ำ

การใช้คำซ้ำ คือ ใช้คำ ๆ เดียวกล่าวซ้ำเพื่อย้ำความสำคัญ (ปวีณ์สุดา เหนือคลองและคณะ, 2562: 4)

จากการศึกษาพบคำซ้ำ จำนวนความถี่ 333 ครั้ง ร้อยละ 21.06 ดังตัวอย่างดังนี้

“นี่นะคะเก็บเหรียญไว้ใช้แบบ*ง่าย ๆ* นี่ก็ใส่เข้าไปใส่เข้าไปได้เลยเหรียญห้าเหรียญบาทเหรียญสิบดึงแกมาใช้ก็ดึงออกมาแบบนี้เลย*ง่าย ๆ ง่าย*มาก”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 3 ก.พ. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำซ้อน คือ คำว่า ง่าย เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อย้ำความหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและอยากลงมือทำตามสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการที่จะสื่อ

2.6 การใช้ภาพพจน์

การใช้ภาพพจน์ คือ การใช้ถ้อยคำสำนวนโวหาร ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดมโนภาพ จินตนาการถ่ายทอดอารมณ์ ทำให้มีความรู้สึกร่วมตรงตามความปรารถนาของผู้ส่งสาร (นันทนา วงษ์ไทย, 2556: 97) จากการศึกษาพบการใช้ภาพพจน์ 4 ประเภท ได้แก่ 1)อธิพจน์ 2)สัทพจน์ 3)บุคลาธิษฐาน และ4)อุปมาจำนวนความถี่ 51 ครั้ง ร้อยละ 3.30 ดังตัวอย่างดังนี้

“ช่วงนี้ใครที่อยากให้*ติ๊กต็อกดัน*ขึ้นฟีดแนะนำให้ติด #รีวิวบิวตี้ เลยค่ะ ทำคลิปแล้วติด #รีวิวบิวตี้มาเลยค่ะ เดี๋ยว*ติ๊กต็อกช่วยดัน*ให้”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 3 ธ.ค. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาพพจน์บุคลาธิษฐานในการรีวิวสินค้า คือคำว่า ดัน ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ให้ความหมายว่า ผลักดัน แรงผลักดัน พยายามทำให้เป็นอย่างที่ต้องการ ดังนั้นจึงเป็นการใช้ภาพพจน์บุคลาธิษฐานทำสิ่งที่ไม่มีชีวิตให้มีชีวิต

2.7 การใช้คำสแลง

คำสแลง คือ ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง เป็นภาษาไม่เป็นแบบแผน แต่ไม่ใช่คำหยาบหรือ คำต่ำ ราชบัณฑิตยสถาน (2554) จากการศึกษาพบการใช้คำสแลง จำนวนความถี่ 68 ครั้ง ร้อยละ 4.41 ดังตัวอย่างดังนี้

“ขอ*มอบมง*ให้กับคนที่คิดค้นอันนี้ออกมาเลยค่ะ มันทำให้การแกะหอยแครงของเราง่ายขึ้นมาก ๆ เมื่อก่อนพลอยแกะจนเล็บ*เยิน*ตลอดเลยค่ะ”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 3 ม.ค. 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้คำสแลงสองคำ คือ คำว่า มอบมง เป็นการตัดคำมาจาก มงกุฎ ที่หมายถึง ได้รับตำแหน่งชนะเลิศจากการประกวด (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เมื่อเป็นคำสแลงได้ตัดคำว่า มงกุฎ เหลือเพียง มง และเปลี่ยนความหมายเป็น ดีงาม พิเศษ มีคุณค่า แต่ยังเชื่อมโยงรูปประโยคทั้งรูปและความหมายกับคำเดิม ในบริบทนี้ มอบมง หมายถึง มอบคุณงามความดีให้กับคนที่คิดค้น และคำว่า เยิน หมายถึง ยู่ ย่น เสียรูป เช่น คมมีดเยิน ตีตะปูจนหัวเยิน ในบริบทนี้หมายถึงเล็บพัง เสียรูป

2.8 การใช้คำมูลบท

คำมูลบท คือ การใช้ภาษาเพื่อสื่อข้อความที่ทำให้เข้าใจได้โดยนัยว่ามีข้อความอื่น ๆ หรือเหตุการณ์บางอย่างปรากฏขึ้นมาก่อนหน้าแล้ว หรือมีความคิดและเจตนาบางอย่างแฝงอยู่ในการแนะนำสินค้า (นันทนา วงษ์ไทย, 2556: 99) จากการศึกษาพบการใช้มูลบท จำนวนความถี่ 37 ครั้ง ร้อยละ 2.40 ดังตัวอย่างดังนี้

“มันเป็นแป้งควบคุมความมันบนเส้นผมค่ะเอามาตบ ๆ บนผมเนื้อแป้งคือละเอียดมาก ๆ *ใครที่ผมมันบ่อยหรือว่าหน้าม้าชอบมัน*ต้องลองเลยค่ะมันช่วยได้”

(ช่อง TikTok พลอยกาญ, 25 เม.ย. 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า การใช้ภาษาในการแนะนำสินค้ามีการกล่าวถึงการใช้มูลบทโดยใช้คำว่า ผมมันบ่อยหรือว่าหน้าม้าชอบมันต้องลองเลยค่ะมันช่วยได้ ซึ่งอนุมานได้ว่าผู้บริโภคมีปัญหาผมมันหรือหน้าม้ามันแต่เดิมอยู่แล้ว ดังนั้นการเลือกใช้สินค้าตามที่นักรีวิวแนะนำก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้ กล่าวคือหลังจากที่ใช้งานผลิตภัณฑ์จากผมมันกลายเป็นผมสวยทันที

ตารางที่ 2 แสดงกลวิธีการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ

ลำดับ	กลวิธีการใช้ภาษา	จำนวนความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
1	การใช้คำภาษาอังกฤษ	823	53.40
2	การใช้คำซ้ำ	333	21.60
3	การใช้คำซ้อน	154	9.99
4	การใช้คำแสดงอารมณ์	68	4.41
5	การใช้คำสแลง	68	4.41
6	การใช้ภาพพจน์	51	3.30
7	การใช้มูลบท	37	2.40
8	การใช้คำอุทาน	1	0.06
	รวม	1,535	100

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษากลวิธีการโน้มใจในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ พบกลวิธีการโน้มน้าวใจทั้งหมด 12 กลวิธี โดยพบการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้ามากที่สุดเนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงและคาดหวังที่จะได้รับหลังจากรับชมการแนะนำสินค้า เนื่องจากสามารถแสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ ข้อดี ข้อเสียของตัวสินค้า การกล่าวถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของตัวสินค้าสามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้าได้

จากการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของนพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ที่ศึกษาการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ สิ่งที่สอดคล้องคือ พบการกล่าวถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการมากที่สุดเหมือนกันเพราะการที่เราจะตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าผู้บริโภคต้องทราบถึงคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าหรือบริการเพื่อประกอบการตัดสินใจได้ง่ายขึ้นและมีจุดประสงค์เดียวกันคือ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและคล้อยตามในสิ่งที่สื่อสารออกไป สิ่งที่แตกต่างคืองานวิจัยของนพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) พบ 13 กลวิธีแต่ผู้ศึกษาพบในการแนะนำสินค้าของ TikTok ช่องพลอยกาญเพียงแค่ 12 ส่วนกลวิธีที่ไม่พบคือการลดราคาและการให้ของสมนาคุณหรือมีระยะเวลาส่งเสริม เนื่องจากในการแนะนำสินค้าไม่ได้มุ่งหวังในการขายสินค้าเพียงแค่แนะนำสินค้าในผู้รับสารรู้จัก สนใจ จนเกิดความต้องการขึ้นเองโดยธรรมชาติเมื่อได้เห็นการใช้งานจริงของสินค้า หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากใช้สินค้าจึงไม่จำเป็นต้องมีการโปรโมทหรือจัดโปรโมชั่น ลดราคา สมนาคุณ แต่ในบทโฆษณายังจำเป็นต้องใช้กลวิธีการลดราคาอยู่ เนื่องจากผู้รับสารต้องการความคุ้มค่าคุ้มราคาเพราะการโฆษณามุ่งเสนอขายสินค้าแต่การแนะนำสินค้าแค่แนะนำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าหรือคุณประโยชน์ คุณสมบัติที่ดีและไม่ดีของสินค้า ดังนั้นการใช้กลวิธีการลดราคาในบทโฆษณาที่มุ่งหวังหรือต้องการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าจึงเป็นอีกกลวิธีที่สามารถที่จะดึงดูดหรือโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ตัดสินค้าซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

จากการศึกษาการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ พบการใช้ภาษาทั้งหมด 8 กลวิธี โดยพบการใช้ภาษาอังกฤษพบมากที่สุด

การใช้คำภาษาอังกฤษในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา ธนะวิบูลย์ (2553) ที่ศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างภาษาโฆษณาของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในประเทศไทยพบว่ามีการใช้ภาษาอังกฤษที่สุดเหมือนกัน เนื่องจากการใช้คำภาษาอังกฤษสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือทำให้ตัวสินค้าให้ดูมีค่ามีราคารวมถึงต้องการเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารให้ดูสินค้าชิ้นนั้น อีกทั้งปัจจุบันสังคมไทยเปิดกว้างมากขึ้นรวมถึงภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลจึงมีการนำเอาภาษาอังกฤษมาใช้เพื่อทำให้การสื่อสารขยายไปในวงกว้างมากขึ้น แอปพลิเคชัน TikTok ไม่ได้มีเพียงคนไทยใช้งานแต่ยังมีผู้ใช้งานที่เป็นชาวต่างชาติหลากหลายประเทศและต่างเชื้อชาติ อีกทั้งการใช้ภาษาอังกฤษในสังคมไทยทำให้สินค้าดูมีคุณภาพ ดูเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและสินค้าดูมีมาตราฐานระดับสากล รวมถึงเมื่อนำภาษาอังกฤษใช้ในตัวสินค้าเพื่อความทันสมัยตามยุคสมัยปัจจุบัน

จากการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ ผู้ศึกษาเห็นว่า มีกลวิธีการโน้มน้าวใจที่ดี ดึงดูด น่าสนใจ มีการใช้ภาษาที่เป็นกันเอง ทันสมัย ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาง่ายเกิดความประทับใจจนยอดรับชมพุ่งสูงขึ้นถึงหลักล้านในหลาย ๆ คลิปวีดิโอรวมไปถึงจำนวนผู้ติดตามก็เพิ่มขึ้นถึง 1,400,000 คน

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการรีวิวสินค้าใน TikTok ช่องพลอยกาญ ผู้ศึกษาเห็นว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจและควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาของช่องอื่น ๆ บนแอปพลิเคชัน TikTok เช่น Carddd
2. ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจและการใช้ภาษาในการแนะนำสินค้าช่องทาง Instagram

เอกสารอ้างอิง

นันทนา วงษ์ไทย. (2556). *การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในโฆษณาเครื่องดื่มเพื่อความงาม.* มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นพวัฒน์ สุวรรณช่าง. (2553). *การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยาสารสุขภาพ.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา ธนะวิบูลย์. (2553). *การใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างภาษาโฆษณาของผู้ให้บริการมือถือ.* มหาวิทยาลัยเกษตรศาตร์.

ปวีณ์สุดา เหนือคลองและคณะ. (2562). *การใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฌอน บูรณะหิรัญ.* มหาวิทยาลัยทักษิณวิทยาเขตสงขลา.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมคำใหม่ เล่ม 3 ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.* นานมีบุ๊คพับลิเคชั่นส์.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2564). *สร้างคอนเทนต์ มัดใจลูกค้า HOW TO DO CONTENT MARKETING RIGHT.* กรุงเทพฯ: SHORTCUT

DICTIONARY. (2011). *พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย & ไทย-อังกฤษ ฉบับทันสมัย.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น/SE-ED

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol

Techniques used to Create Humor in YouTube Cartoons by Pasulol

เวทิสา กางทา*[1] และอรทัย สุทธิ[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol จากคลิปวีดิโอในช่องยูทูบ Pasulol ทั้งหมดจำนวน 37 วีดิโอ และแต่ละคลิปต้องมีผู้ชมมากกว่า 1 ล้านครั้งต่อคลิป ผลการศึกษาพบว่ามีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol พบจำนวน 10 กลวิธี เรียงจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ การใช้มุกตลกเจ็บตัว พบมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้มุกตลกล้อเลียน การใช้มุกตลกจบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย การใช้มุกตลกเกี่ยวกับการเหน็บแนม การสร้างเรื่องให้เกินจริง การใช้มุกตลกไร้เดียงสา การใช้มุกตลกกับตรรกวิทยาแบบผิด ๆ การใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง การใช้มุกตลกสัญลักษณ์ การใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องเพศ ตามลำดับ จากการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol ช่องยูทูบ Pasulol เป็นการสร้างความบันเทิงผ่านการ์ตูนแอนิเมชั่น ที่มีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ โดยส่วนใหญ่เนื้อเรื่องมักมีเนื้อหาการเสียดสีสังคม ซึ่งช่องการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol สามารถสอดแทรกมุกตลกเข้าไปได้อย่างลงตัว ทำให้ผู้ที่รับชมเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายและรู้สึกเพลิดเพลินไปกับเนื้อหาที่ผู้สื่อสารต้องการจะนำเสนอ

คำสำคัญ: กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน มุกตลก การ์ตูน YouTube Pasulol

[1]นิสิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2]อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

*Corresponding author E-mail: 62010110012@msu.ac.th

Abstract

This article will look at the techniques used to create humor in YouTube cartoons by Pasulol. The Pasulo YouTube channel contains 37 video clips, each of which has been viewed more than one million times. The study's findings revealed ten strategies for creating humor in YouTube cartoons per clip, according to Pasulol. The following strategies are listed in descending order: The use of hurtful jokes was the most common, followed by the use of humor.

Parody, using jokes to end the story in an unexpected way. Using sarcastic jokes exaggerated story Jokes that are pointless Using sarcasm and incorrect dialectics Political use of amusing symbols the use of jokes makes it sexual, respectively. According to the research, the content of the YouTube channel Pasulol is entertaining through diverse and unique cartoon animation. The majority of the stories are satirical. Society, in which the YouTube cartoon channel Pasulol can perfectly insert jokes. make the audience feel like they are enjoying the content the communicator is offering.

Keywords : techniques used to create humor joke cartoons youtube pasulol

บทนำ

การมีอารมณ์ขันในสังคมปัจจุบันถือเป็นสิ่งจำเป็นเป็นเพราะจะช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างมีชีวิตชีวา สร้างสัมพันธภาพที่ดี สร้างประโยชน์แบ่งเบาหรือลดทอนความเคร่งเครียด ความวิตก กังวลและความหวาดระแวงลงได้ อารมณ์ขันจึงจัดเป็น “ตัวช่วย” ตัวสำคัญในชีวิต มนุษย์ที่คอยจะช่วยเหลือให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2536: 13) ได้กล่าวถึงความสำคัญในชีวิตประจำวันไว้ว่า อารมณ์ขันเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อ ความต้องการทางจิตวิทยา

จากการศึกษาของนักปรัชญาและนักจิตวิทยาสรุปได้ว่า อารมณ์ขันเรื่องพื้นฐานของชีวิตมนุษย์ เทียบได้กับศาสนาและภาษา จะเห็นได้ว่าอารมณ์ขันนั้นมีประโยชน์หลายประการต่อชีวิตมนุษย์เพราะอารมณ์ขันถือเป็นสิ่งที่ดีและตราตรึงอยู่ในจิตใจของมนุษย์ หรือแม้ว่าในบางครั้งอาจจะไม่สามารถหาสาระหรือแก่นสารจากเนื้อหาของอารมณ์ขันได้แต่ก็มิได้หมายความว่าอารมณ์ขันนั้นเป็นสิ่งเหลวไหลไร้สาระไปเสียหมด เพราะบางครั้งในความไร้สาระอาจจะมีความจริงแฝงอยู่ด้วย (เถกิง พันธ์เถกิงอมร, 2559: 75-84)

ช่องยูทูบ “Pasulol” เป็นช่องยูทูบที่นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านการ์ตูนแอนนิเมชั่นของ นาย พสุ หล่อเพ็ญศรี โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวกับการเสียดสีสังคม การเมือง ความเชื่อ ศาสนา โดยที่มักแฝง ความตลกขบขันสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับชม ปัจจุบันช่องยูทูบ Pasulol มียอดผู้ติดตามมากถึง 2.68 ล้านคน (สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2565) นอกจากนั้นการใช้ภาษาของช่อง Pasulol ยังมีความน่าสนใจในบทสนทนาของตัวละครมักให้ภาษาที่ชวนให้ผู้รับชมได้ติดตาม

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาเห็นว่า ช่องยูทูบ Pasulol เป็นช่องยูทูบที่น่าสนใจในเรื่องการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษา และเป็นช่องยูทูบที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้เป็นที่พูดถึงกันอย่างกว้างขว้างโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษาในช่องยูทูบ Pasulol

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนของช่องยูทูบ Pasulol

วิธีการศึกษา

(1) ขั้นตอนการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol

(2) ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

รวบรวมคลิปวีดิโอจำนวน 37 วีดิโอ ซึ่งเป็นวีดิโอแอนนิเมชั่นทั้งหมด และต้องมีผู้ชมมากกว่า 1 ล้านครั้งต่อคลิป

(3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบ Pasulol โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดของ กฤษณ์ เพชรรัตน์ (2553) , นวรัตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ (2543) มาปรับใช้ให้เหมาะสม

(4) ขั้นตอนการนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol ใช้กรอบแนวคิดของกฤษณ์ เพชรรัตน์ (2553) และ นวรัตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ (2543) จากการศึกษาพบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 11 ประเภท ได้แก่ การใช้มุกตลกล้อเลียน การใช้มุกตลกเจ็บตัว การใช้มุกตลกไร้เดียงสา การใช้มุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพ การใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง การใช้มุกตลกเกี่ยวกับการเหน็บแนม การสร้างเรื่องให้เกินจริง การใช้มุกตลกเกี่ยวกับเรื่องเพศ การใช้มุกตลกสัญลักษณ์ การใช้มุกตลกจบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย การใช้มุกตลกกับตรรกวิทยาแบบผิด ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การใช้มุกตลกล้อเลียน

การใช้มุกตลกล้อเลียน คือ การนำมุกตลกที่เกิดจากการล้อเลียน เสียดสี พาดพิง พฤติกรรม หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งให้เกิดอารมณ์ขัน พบจำนวน 110 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.11 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

พระราชา	:	แล้วแบบนี้พากเราจะไปสู้พวกมันยังไงล่ะ
แกนดัล์ฟ	:	อย่าพึ่งถอดใจท่านเรายังพอมีหวังอยู่
พระราชา	:	ฮ้า **ดัมเบิ้ลดอร์**
แกนดัล์ฟ	:	**แกนดัล์ฟ ไอ้เหี้ย**

(ที่มา : Pasulol นิทานทำลายสมอง 3)



ภาพที่ 1 แสดงการใช้มุกตลกล้อเลียน

จากตัวอย่างบทสนทนาการ์ตูนในช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้มุกตลกล้อเลียน เป็นการล้อเลียนความคล้ายคลึงกันของตัวละครในภาพยนต์ดังสองตัวนั่นก็คือ “แกนดัล์ฟ”จากภาพยนต์เรื่องเดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ และ “ดัมเบิ้ลดอร์” จากภาพยนตร์เรื่องแฮร์รี่พอตเตอร์ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันทั้งในเรื่องของการแต่งตัว หน้าตา อายุและรวมไปถึงบทบาทในเรื่องก็มีความใกล้เคียงกันในเรื่องของสถานะที่มีตำแหน่งสูงน่าเคารพนับถือ จึงทำให้คนสับสนชื่ออยู่บ่อย ๆ ดังนั้นช่อง Pasulol จึงต้องการจะให้ผู้รับสารนั้นเกิดอารมณ์ขันด้วยการการล้อเลียนความเหมือนจนทำให้คนทักผิดของตัวละคร แกนดัล์ฟ และ ดัมเบิ้ลดอร์

2. การใช้มุกตลกเจ็บตัว

การใช้มุกตลกเจ็บตัว คือ การมุกตลกที่เกิดจากการเจ็บตัวและการใช้ความรุนแรงของตัวละคร พบจำนวน 113 ครั้ง คิดเป็น 20.66 ตัวอย่างเช่น

<u>ตัวอย่าง</u>

จิตแพทย์ : ขอบคุณที่เปิดใจกับพวกเรานะครับคุณนนทก **<u>เอาล่ะทีนี้มีใครอยากจะเปิดต่อไหมครับ</u>** เชิญได้เลย

(ที่มา : PASULOL รามเกียรติ์ ตอนนนทกโดนแกล้ง)



ภาพที่ 2 แสดงการใช้มุกตลกเจ็บตัว

จากบทสนทนาและภาพประกอบการ์ตูนในช่อง Pasulol ข้างต้นเป็นการใช้กลวิธีการใช้มุก ตลกเจ็บตัว จากบทสนทนาและรูปภาพประกอบจะเห็นได้ว่าตัวละครนนทกได้ถูกเหล่าเทวดารุมทำร้ายหลังจากจิตแพทย์กล่าวคำว่า “เอาล่ะทีนี้มีใครอยากจะเปิดต่อไหม” คำว่า “เปิดต่อ” ในที่นี้ ตีความได้ว่าการยกพวกตีกับอีกฝ่าย จึงทำให้มีการโดนรุมทำร้ายกันเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ส่งสารต้องการจะสื่ออารมณ์ขันไปยังผู้รับสาร โดยผ่านเหตุการณ์รุนแรงที่ปรากฏในรูปภาพประกอบข้างต้น

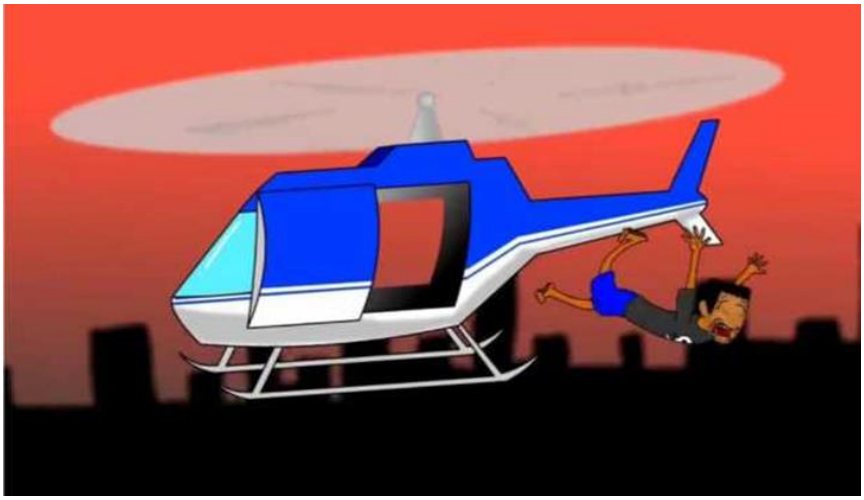
3. การใช้มุกตลกไร้เดียงสา

มุกตลกไร้เดียงสา คือ มุกตลกที่เกิดจากความไม่รู้ประสา ไม่รู้ความควรหรือไม่ควร ของตัว ละคร พบจำนวน 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.32 ตัวอย่างเช่น

<u>ตัวอย่าง</u>

นาย	:	เกิดอะไรขึ้นเนี้ย
ลุง	:	คอปเตอร์รับน้ำหนักคน 4 คน ระเบิดนิวเคลียร์และม้า 2 ตัวไม่ไหว
ฮอน	:	งั้นเราก็แค่โยนของไม่จำเป็นออกไป

(ที่มา : PASULOL ชีวิตในสงครามZ)



ภาพที่ 3 แสดงการใช้มุกตลกไร้เดียงสา

จากบทสนทนาการ์ตูนในช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้มุกตลกไร้เดียงสา จะ เห็นได้ว่าตัวละครนายกำลังหาวิธีแก้ไขปัญหาน้ำหนักเกินบนเครื่องเฮลิคอปเตอร์อยู่ ฮอนจึงได้เสนอ ความคิดว่า “งั้นเราก็แค่โยนของไม่จำเป็นออกไป” เครื่องเฮลิคอปเตอร์อาจจะกลับมาทำงานได้ปกติ แต่ฮอนซึ่งเป็นเจ้าของความคิดก็ถูกเพื่อนโยนออกมาทันทีด้วยความไร้เดียงสาของเหล่าเพื่อน เพราะคิดว่าเครื่องเฮลิคอปเตอร์อาจกลับมาใช้งานได้

4. การใช้มุกที่เกี่ยวกับการเหน็บแนม

การใช้มุกที่เกี่ยวกับการเหน็บแนม คือ มุกตลกที่เกิดขึ้นโดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเหน็บแนม ประชด หรือเสียดสี พบจำนวน 56 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.24 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

นาย : เสียเวลา เฮงซวยไร้ประโยชน์ **ไม่มีคนสติดีที่ไหนที่เขาจะรับแมลงสาบน่าเกลียด** เอาขากูคืนมาไอ้ลำไยมีหนวด

(ที่มา : PASULOL ริกกี้แมลงสาบเพื่อนรัก)



ภาพที่ 4 แสดงการใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเหน็บแนม

จากบทสนทนาการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเหน็บแนม จะเห็นได้ว่าตัวละครนายได้พูดเหน็บแนมริกกี้ว่า “ไม่มีคนสติดีที่ไหนที่เขาจะรับแมลงสาบน่าเกลียด” ซึ่งเป็นการพูดเสียดสีถึงตัวริกกี้ว่าไม่มีใครต้องการรับริกกี้เข้าทำงานเพราะตัวของริกกี้เป็นแมลงสาบ ดังนั้นผู้ส่งสารต้องการจะสื่ออารมณ์ขัน โดยผ่านเหตุการณ์นายได้พูดเสียดสีริกกี้

5. การใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องเพศ

การใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องเพศ หมายถึง มุกตลกที่เกิดจากการใช้คำพูดที่มีความหมายสองแง่สองง่าม ที่ชักนำให้คิดไปถึงเรื่องเพศพบจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.73 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

ทหาร : **เหรียญกล้าหาญที่ 1,724 ของท่านมาแล้วครับท่านพลเอกปุ้มปุย เดี๋ยว มีตรงไหนให้ผมติดเหรียญได้บ้าง**

นายพล : ตรงนี้เลย ติดตรงนี้เลย

(PASULOL สงครามรถถังWorld of Tanks)



ภาพที่ 5 แสดงการใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องเพศ

จากบทสนทนาและภาพประกอบการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องเพศ

โดยการใช้ทหารที่เป็นชั้นผู้น้อยถามกับนายพลว่า “เหรียญกล้าหาญที่ 1,724 ของท่านมาแล้วครับท่านพลเอก ปุ้มปุย เดี๋ยว มีตรงไหนให้ผมติดเหรียญได้บ้าง” นายพลจึงปลดกางเกงและทำท่าทางชี้ไปด้านล่าง เป็นการชวนให้คิดถึงเรื่องเพศ ทำให้ผู้ที่เข้ามาอ่านนั้นตีความได้ว่า นายพลต้องการให้นายทหารติดเหรียญกล้าหาญไว้ที่ก้น

6. การใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง

การใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง คือ มุกตลกที่เกิดขึ้นโดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการล้อเลียน การเมือง พบจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.12 ตัวอย่างเช่น

<u>ตัวอย่าง</u>

นักข่าว	:	ท่านครับ ๆ ผมมีคำถาม
นักการเมือง	:	ครับว่าไงเหรอครับ
นักข่าว	:	**<u>ด้วยงบประมาณที่มหาศาลที่ไปใช้ลงทุนกับกองทัพ การศึกษาพังๆ และก็ทำเนียบภูเขาทองท่านคิดว่าเราจะมีงบประมาณมาก พอที่จะส่งคนไปดวงจันทร์เท่าไหร่เหรอครับ</u>**

(ที่มา : PASULOL คนไทยไปดวงจันทร์)



ภาพที่ 6 แสดงการใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง

จากบทสนทนาการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง มีการกล่าวถึงการทำงานของรัฐบาลที่เผยนโยบายส่งคนไทยไปดวงจันทร์แต่ไม่มีงบให้สำหรับการศึกษา เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ทางการเมือง ดังนั้นผู้ส่งสารต้องการจะสื่ออารมณ์ขันโดยผ่านการกระทำที่นักการเมืองเปิดกระเป๋าสตางค์ที่ว่างเปล่าออกมาดังรูปประกอบข้างต้น

7. การใช้มุกตลกสร้างเรื่องให้เกินจริง

การใช้มุกตลกสร้างเรื่องให้เกินจริง คือ มุกตลกที่เกิดจากการสร้างเหตุการณ์หรือบทสนทนาที่มีความเกิน จากความเป็นจริง พบ 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.69 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

ฮอน : ใช่ อี๋ แมลงสาบ ริกกี้ไม่ใช่แมลงสาบธรรมดาเพราะมันเป็นแมลงสาบตัวแรกของโลก ที่ถูกเลี้ยงในสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพ**ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำวันละ 2 หน ปลงขนหมี อ่านหนังสือหน้าที่พลเมืองดีแล้วโยฮันเซบาลเตียนมาร์คเล่นซ้ำไปซ้ำมา เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ**

(ที่มา : PASULOL ริกกี้แมลงสาบเพื่อนรัก)



ภาพที่ 7 แสดงการใช้มุกตลกสร้างเรื่องให้เกินจริง

จากบทสนทนาการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้มุกตลกสร้างเรื่องให้เกินจริง จะเห็นได้ว่าตัวละครฮอนได้เล่าถึงคุณสมบัติสัตว์เลี้ยงริกกี้ที่เป็นแมลงสาบว่า “ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำ วันละ 2 หน ปลงขนหมี อ่านหนังสือหน้าที่พลเมืองดี แล้วโยฮันน์เซบาสเตียนมาร์คเล่นซ้ำไปซ้ำมาเพื่อเสริมสร้างจินตนาการ” ซึ่งในความเป็นจริงแล้วแมลงสาบไม่สามารถทำกิจกรรมเหล่านี้ได้ ผู้สงสารจึงต้องการจะสื่ออารมณ์ขันไปยังผู้รับสารโดยผ่านบทสนทนาที่ปรากฏข้างต้น

8. การใช้สัญลักษณ์

การใช้สัญลักษณ์ คือ มุกตลกที่ใช้สัญลักษณ์แทนเป็นการใช้สิ่งหนึ่งแทนอีกสิ่งหนึ่ง หรือแทน พฤติกรรมของตัวละครหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างจินตภาพ พบ 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.47ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

นาย : ไอ้กุย เลิกตะโกนเรียกชื่อหมาตายมึงได้แล้ว เห็นหรือเปล่าว่าคน**รวยเขาจะหลับจะนอน** อ้า อรุณสวัสดิ์เงิน 20 บาท 25 ใบ

(ที่มา : PASULOL ริกกี้แมลงสาบเพื่อนรัก)



ภาพแสดงการใช้สัญลักษณ์

จากบทสนทนาและภาพประกอบการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้ สัญลักษณ์ โดยฮอนได้กล่าวว่า “เห็นหรือเปล่าว่าคนรวยเขาจะหลับจะนอน อ้า อรุณสวัสดิ์เงิน 20 บาท 25 ใบ” และได้นำธนบัตรมาปิดตานอน เป็นสัญลักษณ์แสดงว่าตนเองนั้นร่ำรวย แม้แท้จริงแล้วจะเป็นเพียงธนบัตร 20 บาท ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องการจะสื่ออารมณ์ขันไปยัง ผู้รับสารโดยผ่านบทสนทนาและภาพประกอบที่ปรากฏข้างต้น

9. การใช้มุกตลกให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย

การใช้มุกตลกให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย คือ มุกตลกที่เกิดจากการทำให้เหตุการณ์ หักมุมพลิกแพง ผิดความคาดหมายของผู้รับสาร พบ 65 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

กุย : **มึงเลือกยอมแพ้แล้วตายอย่างอนาจ หรือจะสู้แล้วตายอย่างมีเกียรติ**

ฮอน : ไอ้กุยพูดถูกตลอดชีวิต กูเป็นแค่ตัวตลกของสังคมมาตลอดแต่หลังจากที่เอาชีวิตรอดจาก Hamster บ้าเลือด มันก็สอนให้กูรู้ว่ากูเป็นได้มากกว่านั้น เพราะฉะนั้นกูจะสู้จนตัวตาย

กุย : **โทษที พวกกูเลือกตายอย่างอนาถา**

(ที่มา : Pasulol รัททาทุยหนูบ้าเลือด)



ภาพที่ 8 แสดงการใช้มุกตลกให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย

จากบทสนทนาและภาพประกอบการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้กลวิธีการใช้มุก ตลกให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย จะเห็นได้ว่าตัวละครกุยได้พูดปลุกใจเพื่อนว่า “มึงเลือกยอมแพ้แล้วตายอย่างอนาจ หรือจะสู้แล้วตายอย่างมีเกียรติ” จนตัวละครฮอนเกิดความฮึกเหิมตามและเลือกที่จะตายอย่างมีเกียรติ แต่ในตอนจบกุยได้มาพูดเฉลยว่า “โทษที พวกกูเลือกตายอย่างอนาถา” ทำให้ตอนจบเกิดการหักมุม ผิดความคาดหมายซึ่งเหตุการณ์นี้ สามารถสร้างอารมณ์ให้กับผู้รับสารได้

10. การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ

การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ คือ มุกตลกที่เกิดจากที่มีความรู้ ความคิดแบบผิด ๆ ความไม่ สมควรของตัวละคร พบจำนวน 48 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.78 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่าง

คนชรา : **อย่ายุ่งกับเด็กติดยานะไอ้ลูกหลานปีศาจ**

ตำรวจ : นั่นไงแมลงสาบวิตถารอยู่นั่น

(ที่มา : PASULOL ริกกี้แมลงสาบเพื่อนรัก)



ภาพประกอบที่ 9 ภาพแสดงการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ

จากบทสนทนาและภาพประกอบการ์ตูนช่อง Pasulol ข้างต้น เป็นการใช้แบบตรรกวิทยาแบบผิด ๆ จะเห็นได้ว่าแมลงสาบริกกี้นั้นพยายามจะช่วยหญิงชราจากการโดนโจรปล้น แต่ปรากฏว่าหญิงชราและตำรวจกลับปกป้องโจรที่มาปล้นจากแมลงสาบริกกี้แทน เพราะหญิงชราและตำรวจรังเกียจแมลงสาบ ซึ่งเหตุการณ์นี้สามารถสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับสารได้ จากการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ ของตัวละครหญิงชราและตำรวจ

ตารางที่ 1 : ตารางสรุปกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ
การใช้มุกตลกเจ็บตัว	113	20.66
การใช้มุกตลกล้อเลียน	110	20.11
การใช้มุกตลกจบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย	65	11.88
การใช้มุกตลกเกี่ยวกับการเหน็บแนม	56	10.24
การสร้างเรื่องให้เกินจริง	53	9.69
การใช้มุกตลกไร้เดียงสา	51	9.32
การใช้มุกตลกกับตรรกวิทยาแบบผิด ๆ	48	8.78
การใช้มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง	28	5.12
การใช้มุกตลกสัญลักษณ์	19	3.47
การใช้มุกตลกเกี่ยวกับเรื่องเพศ	4	0.73
รวม	**547**	**100**

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol พบทั้งหมด 10 กลวิธี ที่พบมากที่สุด คือ การใช้มุกตลกเจ็บตัว เนื่องจากการ์ตูนในช่อง Pasulol เป็นการ์ตูนที่มีเนื้อหาของตัวละครที่ประชดเหน็บแนมกันไปมา การสร้างความขบขันโดยมุกตลกเจ็บตัว ทั้งจากความโง่เขลาของตัวละคร การโดนกลั่นแกล้ง การต่อสู้ระหว่างตัวละครสองฝ่าย สามารถทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันได้ รองลงมาเป็นการใช้มุกตลกล้อเลียน เนื่องจากผู้ติดตามช่องยูทูบ Pasulol ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ช่อง Pasulol จึงมักหยิบเอาประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นกระแสในขณะนั้นนำมาล้อเลียนให้เกิดอารมณ์ขันเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงเนื้อหาของการ์ตูนได้ง่าย ส่วนกลวิธีที่พบน้อยที่สุดคือ มุกตลกที่เกี่ยวกับสัญลักษณ์ เนื่องจากการสร้างมุกตลกโดยใช้สัญลักษณ์จำเป็นต้องอาศัยการตีความ ผู้รับชมอาจเข้าใจได้ยาก ทั้งนี้การใช้สัญลักษณ์อาจทำให้การตีความระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิดการผิดพลาดได้ ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจบิดเบือนของเนื้อหาที่ผู้ส่งสารต้องการจะนำเสนอ และไม่พบการใช้มุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพ เนื่องจากว่ากลวิธีการใช้มุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพนั้นจะต้องมีการใช้นักแสดงตลกมืออาชีพ แต่ตัวละครในช่องยูทูบ Pasulol มักเป็นตัวละคนที่มีบทบาทเป็นคนธรรมดาทั่วไปจึงไม่เกิดการใช้กลวิธีการใช้มุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพ

โดยที่ผลการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol สอดคล้องกับงานวิจัยในด้านการสร้างอารมณ์ขันของ กฤษณ์ เพชรรัตน์ (2553) ศึกษาเรื่อง มายาคติของมุกตลก กรณีศึกษา : ค่ายพระนครฟิล์ม โดยงานวิจัยของ กฤษณ์ เพชรรัตน์ พบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทั้งหมด 7 กลวิธี ได้แก่ มุกตลกล้อเลียน มุกตลกเจ็บตัว มุกตลกไร้เดียงสา มุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพ มุกตลกหักมุม มุกที่เกี่ยวกับการเหน็บแนม มุกตลกที่เกี่ยวกับการเมือง ซึ่งกลวิธีดังกล่าวปรากฏในงานวิจัยของผู้ศึกษาเช่นกัน ยกเว้นมุกตลกที่เกิดจากนักแสดงตลกมืออาชีพ เนื่องจากข้อมูลในงานวิจัยของ กฤษณ์ เพชรรัตน์ เก็บข้อมูลจากภาพยนตร์ตลกจากค่ายพระนครฟิล์มซึ่งมีการใช้นักแสดงตลกมืออาชีพ แตกต่างจากงานวิจัยของผู้ศึกษาที่ตัวละครในเรื่องเป็นตัวการ์ตูนสมมุติขึ้นมาเพื่อดำเนิน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญาพร ทองประสิทธิ์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันไทยในละครตลกสถานการณ์ โดยงานวิจัยของ ปรัชญาพร ทองประสิทธิ์ พบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทั้งหมด 7 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีทำให้ผิดความคาดหมาย กลวิธีการยั่วล้อ กลวิธีการสร้างเรื่องสัปดน กลวิธีการสร้างความขัดแย้ง กลวิธีการสร้างเรื่องเกินจริง กลวิธีการล้อสังคม กลวิธีการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งกลวิธีดังกล่าวปรากฏในงานวิจัยของผู้ศึกษาเช่นเดียวกัน เนื่องจากข้อมูลในงานวิจัยของ ปรัชญาพร ทองประสิทธิ์ (2555) เก็บข้อมูลจากละครซึ่งมีความคล้ายกับงานวิจัยของผู้ศึกษาที่เก็บข้อมูลจากการ์ตูน ในส่วนของงานวิจัย นวรัตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ (2543) ผลการศึกษาพบว่ามีการปรากฏกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทั้งหมด 10 กลวิธี เช่น การล้อเลียน เสียดสี การหักมุม การสร้างเรื่องให้เกินจริง การหักมุม การใช้สัญลักษณ์ การใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องสัปดน การทำให้เป็นเรื่องเพศ และการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ ซึ่งกลวิธีดังกล่าวปรากฏในงานวิจัยของผู้ศึกษาเช่นกัน ยกเว้นมุกตลกทำให้เป็นเรื่องสัปดน เนื่องจากว่าการ์ตูนช่องยูทูบ Pasulol เน้นเนื้อหาที่ตรงไปตรงมา ไม่นิยมใช้มุกตลกที่มีความกำกวมสองแง่สองง่าม เพื่อป้องกันการตีความผิดของผู้รับสาร จึงไม่พบการใช้มุกตลกทำให้เป็นเรื่องสัปดน

ข้อเสนอแนะ

ศึกษาของกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบอื่น ๆ หรือในสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์ เพชรรัตน์. (2553). ***มายาคติของมุกตลก กรณีศึกษา : ค่ายพระนครฟิล์ม.*** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เถกิง พันธ์เถกิงอมร. (2559). ***อารมณ์ขันในงานเขียนสารคดี*** : การวิเคราะห์วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.

นวรัตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ. (2543). ***วิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในบทบำขันจากนิตยสารขายหัวเราะรายสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2541***. มหาวิทยาลัยนเรศวร .มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ปรัชญาพร ทองประสิทธิ์. (2555). ***การศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันไทยในละครตลกสถานการณ์.*** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2536). ***อารมณ์ขันในสื่อมวลชน.*** กรุงเทพ ฯ: เอส ที พี เพรส

YouTube. (2565). ช่อง Pasulol. [ออนไลน์]. ได้จาก: https://www.youtube.com/c/PASULOL [สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2565].

การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ
The call for gender equality through same-sex online novels

จิดาภา อ่อนน้อม[1] ภักชริดา อุณวงค์[2] และอุมารินทร์ ตุลารักษ์[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศโดยใช้ตัวบทจากนวนิยายออนไลน์จาก ReadAWrite ปี พ.ศ. 2562-2565 ประกอบด้วย 1) เต๋าจี 2) แรกพบ สบม็อบ 3) กีรติรัก และ 4) ความฝันของความรัก รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 เรื่อง โดยใช้ 2 แนวคิดในการศึกษา ดังนี้ 1. แนวคิดความหลากหลายทางเพศ ของ ยุพิน วงษ์จีน โดยได้นำเสนอความรักของแต่ละบุคคลที่แตกต่างออกไปและต้องการให้สังคมเปิดกว้างเกี่ยวกับความรักของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ 2. แนวคิดพฤติกรรมชายรักชายหญิงรักหญิง ของ อรวรรณ วิชญวรรณกุล โดยได้นำเสนอความพึงพอใจเพศเดียวกัน ตลอดจนไปถึงต้องการมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกันในการศึกษา จากนั้นรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่ามีการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ 3 ประเด็น คือ 1) การเรียกร้องความเท่าเทียมในสังคมไทยพบว่า ในนวนิยายออนไลน์มีทั้งที่เห็นว่าความรักในรูปแบบรักร่วมเพศเป็นสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรมและกฎหมายของสังคม ตลอดจนไปถึงเสื่อมเสียชื่อเสียงของวงศ์ตระกูล จึงทำให้กลุ่ม คนเหล่านี้ถูกเลือกปฏิบัติจากสังคม และมีทั้งเรื่องที่ยอมรับความรักร่วมเพศ 2) การนำเสนอความเป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง พบว่ามีทั้งที่สามารถแสดงออกได้ตามปกติเหมือนคู่รักเพศชาย-หญิงทั่วไป และไม่สามารถนำเสนอความรักแบบหญิงรักหญิงได้เพราะบริบทในสังคมอดีต และ 3) การสมรสเท่าเทียม พบว่ามีการเรียกร้องให้มีการสมรสเท่าเทียมผ่านนวนิยายออนไลน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการนำเสนอภาพความรักแบบหญิงรักหญิงมีความรักกันแล้วแต่งงานกัน จดทะเบียนสมรสอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข กล่าวได้ว่านวนิยายออนไลน์ได้นำเสนอความเท่าเทียมทางเพศ เพื่อให้สังคมตระหนักถึงความเท่าเทียมของมนุษย์ผ่านงานวรรณกรรม

คำสำคัญ: ความเท่าเทียมทางเพศ นวนิยายออนไลน์ รักร่วมเพศ

[1-2]นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3 อาจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทย, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
*Corresponding Author E-mail: Pakcharida.un@kkumail.com

Abstract

This article is aimed at understanding demands for gender equality within online same-sex novels. The study examined four online novels released from 2019-2022 on the website *ReadAWrite*. They were: 1) *Tao Chi* (2) *Raek Phop Sop Mop*, 3) *Kiratirak*, and 4) *Khwamfan Khong Khwamrak*. Concepts of gender diversity and same-sex love were applied to collect, analyze, and discuss the data.

Findings showed three issues surrounding gender equality which appeared in the novels. 1) Demands for equality in Thai society: The novels contained themes showing that same-sex love is perceived to be immoral and contradictory to law in Thai society, as well as being damaging to a family' s reputation. These perceptions were shown to cause discrimination against individuals and groups identifying with homosexuality. At the same time, the novels also portrayed stories of acceptance toward same-sex love. 2) Presentations of gay and lesbian love: In some cases, same-sex couples were normalized and were able to present as would any heterosexual couple, while in other cases, the historical social context prevented lesbian couples from revealing their sexuality. 3) Marriage equality: Findings showed that the novels supported calls for marriage equality in both direct and indirect ways, for example, through the representation of lesbian couples that had fallen in love, married, registered their marriage, and were living together happily. In brief, the online novels included representations of gender equality in order to help raise awareness about human rights and equality.

Keywords: Gender equality, online novels, same-sex love, homosexuality

บทนำ

ในยุคที่สังคมรุดหน้าก้าวไกลสิ่งแวดล้อมบนโลกใบนี้ล้วนมีพัฒนาการสังคมมีความเจริญเติบโตสู่ยุคนวัตกรรม

ทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสังคม(social network) แห่งการสื่อสารอย่างหนึ่ง ผู้คนส่วนใหญ่เสพข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงจากแหล่งอินเทอร์เน็ตมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ประหนึ่งว่าอินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของการชีวิตในยุคปัจจุบัน

รื่นฤทัย สัจจพันธุ์ (2552 น. 43) ได้ศึกษาวรรณกรรมออนไลน์ : วัฒนธรรมการสร้าง-เสพวรรณศิลป์ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลง มีทัศนคติมองว่าโลกอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นพหุสื่อสาร (multimedia) จึงมีอิทธิพลใน การสร้างวัฒนธรรมทางภาษาและวรรณกรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมทางภาษาและวรรณกรรมที่สื่อสารกันโดยปกติ ในด้านภาษามีการใช้ภาษาสนทนา เรียกว่า “ห้องสนทนา” (chat) โดยใช้พื้นที่ในการสนทนาจากเว็บไซต์หรือใช้สนทนาผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ภาษาสนทนาทางอิเล็กทรอนิกส์จึงเรียกว่า “ภาษาเน็ต” หรือ“ภาษาแช็ต” ส่วนนักวิชาการจะ เรียกว่า อี –ไทย (E-Thai) หรือ Netspeak2 ในไต้หวัน เรียกว่า ภาษามนุษย์ดาวอังคาร (martian language) เป็นการผสมระหว่างตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ภาษาจีน ตัวเลข หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ นิยมใช้ในอินเทอร์เน็ตและเครื่องมือสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เริ่มในไต้หวันแล้วแพร่เข้าสู่จีนแผ่นดินใหญ่ ในด้านวรรณกรรม พบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ใหม่สำหรับการสร้างสรรค์วรรณกรรมจินตนาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวนิยาย เรื่องสั้นจำนวนหนึ่ง แต่ไม่มากเท่านวนิยาย ทำให้งานเขียนที่เป็นกวีนิพนธ์มีจำนวนลดลง ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงส่งผลให้บรรดานักเขียนหรือคนรุ่นใหม่ใคร่อยากจะแต่งนวนิยายมีความสนใจเขียนวรรณกรรมออนไลน์เป็นจำนวนมาก เพราะด้วยรูปแบบของวรรณกรรมออนไลน์ที่ทันสมัย มีความสะดวกกว่ารูปแบบเดิมของการเขียนงานที่ต้องได้รับการยอมรับจากกองบรรณาธิการจึงจะได้ตีพิมพ์หนังสือ ต้องผ่านกระบวนการหลากหลายขั้นตอนในการตีพิมพ์หนังสือซึ่งต้องใช้ระยะเวลานานในการรอเผยแพร่ผลงาน ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตจึงเป็นพื้นที่เผยแพร่งานวรรณกรรมในหลากหลายรูปแบบ ทำให้ผู้เสพหรือผู้อ่านจำนวนมากสามารถเข้าถึงได้ง่ายและหันมาอ่านวรรณกรรมออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย

วรรณกรรมออนไลน์ในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท วรรณกรรมออนไลน์ที่นิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มเยาวชน คือ นวนิยายออนไลน์แนว “Yaoi” และ “Yuri” แนว Yaoi คือ นวนิยายออนไลน์แนวชายรักชาย และแนว Yuri คือ หญิงรักหญิง โดยคณะผู้ศึกษาได้เลือกศึกษานวนิยายออนไลน์จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่นวนิยายออนไลน์ประเภท Yaoi จำนวน 2 เรื่อง คือเรื่องเต๋าจีและเรื่องแรกพบสบม็อบ และนวนิยายออนไลน์ประเภท Yuri จำนวน 2 เรื่องคือเรื่องกีรติรักและเรื่องความฝันของความรัก เนื่องจากได้รับความนิยมจากผู้อ่านและเผยแพร่ในระยะเวลาใกล้เคียงกัน

เรื่องแรก “เต๋าจี” เป็นเรื่องราวของเต๋ากับจีวัยรุ่นชายสองคนที่รักกันและใฝ่ฝันที่อยากจะมีชีวิตที่ดีจากอดีตที่แตกสลาย จึงหนีอดีตเพื่อมาสร้างอนาคตด้วยกัน จนในวันหนึ่งเต๋าก็ได้ประสบความสำเร็จกลายเป็นนักร้องชื่อดัง แต่ด้วยสังคมไทยก็ยังมองว่าชายรักชายเป็นเรื่องที่ผิดปกติ ทำให้แฟนคลับของเต๋าไม่ยอมรับที่คบกับจี แต่เขาสองคนก็ยังเลือกที่เลือกฟังเสียงหัวใจของตนเพราะทั้งสองยึดมั่นว่ารักของพวกเขาไม่ได้ผิด นอกจากนี้ในเรื่องยังแฝง การเรียกร้องความเท่าทางเพศผ่านนวนิยาย เพื่อให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงความเท่าเทียมทางเพศ

“แรกพบสบม็อบ” เป็นเรื่องราวของนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ปีสี่ ผู้ยึดในความเป็นประชาธิปไตยอย่างสุดโต่ง เกิดในครอบครัวที่พ่อแม่เป็นอดีตแกนนำผู้ชุมนุมต่อต้านรัฐบาลเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียม ทำให้ลูกไม้หล่นไม่ไกลต้น เพราะดลใจรวมกลุ่มกับเพื่อนเพื่อประท้วงแก้ไขการร่างกฎหมาย พ.ร.บ. คู่ชีวิต ที่ส่งผลให้ลิดรอนสิทธิหลายอย่างของคู่ชีวิตเพศเดียวกัน ได้พบกับ “ถิรเจต” นายกรัฐมนตรีอายุสามสิบต้น ๆ ที่ความคิดทั้งคู่แทบจะไม่เหมือนกัน แต่แล้วก็มีความรู้สึกบางอย่างเกิดเมื่อดลใจต้องเข้าไปดูการทำงานการเป็นนายกของถิรเจต

“กีรติรัก” เป็นเรื่องราวความรักต้องห้ามตามครรลองศีลธรรมและค่านิยมในยุค พ.ศ.2500 กีรติตัวละครหญิงไปหลงรักผู้หญิงด้วยกัน หญิงผู้นั้นยังมีศักดิ์เป็นอาอวัศยา หญิงสาวผู้เพียบพร้อมไปทั้งหน้าตาและฐานะ แต่หลังจากที่อวัศยาแต่งงานได้ไม่นานสามีของเธอก็ถูกส่งตัวไปรบในสงครามโลกแล้วเสียชีวิตถูกส่งศพกลับมาที่บ้าน อวัศยาจึงกลายเป็นแม่หม้าย ซึ่งตั้งแต่กีรติเข้ามาอยู่ในบ้านของอาอวัศยา ทั้งคู่ต่างก็เป็นโลกทั้งใบของกันและกัน จนเมื่อเด็กหญิงกีรติเติบโตขึ้นเธอก็ได้รู้จักกับความรัก แต่เธอไม่รู้ว่าความรักตามครรลองของสังคมนั้นเป็นเช่นไร เธอรู้เพียงว่าเธอรักผู้หญิงคนนี้เกินกว่าที่หลานสาวคนหนึ่งจะมอบให้อา ในท้ายที่สุดบทสรุปของเรื่องจึงจบลงแบบที่กีรติเลือกเดินไปในทางที่ท่านอาอยากให้เป็น ตัดใจทิ้งท่านอาไว้ในอดีตแล้วเริ่มต้นใหม่

“ความฝันของความรัก” เป็นเรื่องราวของ “เอวา” และ “ไอริน” เป็นคู่รักเป็นคู่รักหญิงรักหญิงวัยทำงานที่คบหากันมาตั้งแต่สมัยเรียนจนได้แต่งงานกัน พ่อ-แม่ญาติของทั้งฝ่ายเข้าใจในสิ่งที่ลูกปรารถนา ทั้งคู่ของฝั่งพี่ชาย “ภูเขา” และแฟนหนุ่ม “สิน” เองก็เป็นคู่รักชายรักชายที่มีลักษณะเป็นรักร่วมเพศเช่นเดียวกัน หรือจะเป็นคู่ของน้องสาว “น้ำตก” “ไลเกอร์” ที่เป็นตัวแทนของคู่รักชายหญิง โดยตัวละครทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ล้วนแต่มีทัศนคติที่ดีต่อความรักในเพศเดียวกันจึงทำให้กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสุขในการดำเนินชีวิตเพราะอยู่ในกลุ่มสังคมอุดมคติ

นวนิยายออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 4 เรื่อง ที่กล่าวมานั้นมีทั้งนวนิยายออนไลน์ 4 เรื่องนี้มีความเหมือนกันในเรื่องของการกล่าวถึงความเท่าเทียมทั้งสิ้นทั้งที่เป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง มีตัวละครเอกเป็นกลุ่มคน LGBTQ+ มีการนำเสนอเรื่องราวความรักของกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความหลากหลายทางเพศของ ยุพิน วงษ์จีน โดยได้นำเสนอความรักของแต่ละบุคคลที่แตกต่างออกไปและต้องการให้สังคมเปิดกว้างเกี่ยวกับความรักของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งสังคมไทยในปัจจุบันที่เรียกร้องให้มีการสมรสเท่าเทียมกัน รวมไปถึงสิทธิและสวัสดิการที่ควรจะได้จากรัฐบาล แม้ว่านวนิยายหลายเรื่องจะแต่งขึ้นมาด้วยจินตนาการของผู้เขียนเป็นส่วนใหญ่ แต่การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศได้เกิดขึ้นจริงในสังคม ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ จากตัวบทผ่านจากจินตนาการ ประสบการณ์ของผู้แต่งออกมาในรูปแบบการสื่อสารบนพื้นที่อินเทอร์เน็ตเป็นวรรณกรรมไซเบอร์สเปซในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศในแอปพลิเคชัน ReadAWrite ในปี พ.ศ. 2562-2565 จำนวนทั้งสิ้น 4 เรื่อง คือ 1) เต๋าจี 2) แรกพบสบม็อบ 3) กีรติรัก และ 4) ความฝันของความรัก ศึกษาว่าในแต่ละเรื่องมีการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์อย่างไร ซึ่งการศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศในครั้งนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน เพื่อให้ได้เห็นนัยยะสำคัญของความที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงสังคมไทยให้ก้าวเดินพร้อมไปกับนานาประเทศที่ความเท่าเทียมทางเพศเกิดขึ้น แต่ประเทศไทยยังคงไม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ดีนักเขียนนั้นก็พึงกระทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงที่มีความหมายยิ่งใหญ่อีกหนึ่งกระบอกเสียง ผ่านนวนิยายออนไลน์ที่ตนรังสรรค์ เพื่อสร้างความฉุกคิดและตระหนักรู้ถึงความเท่าเทียมทางเพศแก่บุคคลในสังคมไทยสืบไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

Yaoi (ยาโอย) หรือ Y (วาย) หมายถึงความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย ใช้ในทั้งวงการนิยาย มังงะ เกม และภาพยนตร์ อีกคำที่ใช้ในความหมายเดียวกันคือ BL ที่ย่อมาจาก Boys love

นอกจากนี้ มีการถอดเสียงคำว่ายาโอยเป็นตัวเลขได้ว่า 801 อีกด้วย “ยาโอย” หรือ “ยาโออิ” เป็นการย่อคำของญี่ปุ่น มาจากคำว่า Yamanashi Ochinashi Iminashi แปลว่า ไม่มีไคลแม็กซ์ ไม่มีบทสรุป ไม่มีสาระ ดังนั้นในช่วงแรกยาโอยจึงหมายถึงเรื่องราวที่ผู้เขียนเขียนตามใจตัวเอง แต่ด้วยความที่มีเรื่องความรักชาย-ชาย

มากกว่าต่อมายาโอยจึงหมายถึงความรักระหว่างผู้ชายโดยตรง (รื่นฤทัย สัจจพันธุ์, 2552 น. 49)

Yuri (ยูริ) หมายถึงความสัมพันธ์แบบหญิงรักหญิง ยูริมีทั้งวงการนิยาย มังงะ เกม และภาพยนตร์ นอกจากนี้

ยังมีอีกคำคือ GL ที่ย่อมาจาก Girls love ซึ่งยูริ (**百合**) แปลตรงตัว คือ ดอกลิลลี่ ที่มาจากนิตยสารแนวชายรักชายฉบับแรกที่ชื่อว่า Barazoku โดยนิตยสารนี้ได้เปรียบความรักระหว่างผู้ชายเป็นกุหลาบ และความรักระหว่างผู้หญิงเป็นลิลลี่ แม้แต่ในไทยก็มีการใช้คำว่าลิลลี่แทนความหมายของยูริเช่นกัน (รื่นฤทัย สัจจพันธุ์, 2552 น. 50)

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้ศึกษาศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ รวม 4 ตัวบท จากเว็บไซต์ ReadAWrite ปี พ.ศ. 2562-2565 ดังนี้

Yaoi 2 ชื่อเรื่อง ได้แก่

1) เต๋าจี, haemin นามปาก: Katie H. จำนวน : 25 ตอน เผยแพร่ : 20 เมษายน 2564

2) แรกพบสบม็อบ นามปากกา : เฟื่องฟูว จำนวน : 13 ตอน เผยแพร่ : 22 กันยายน 2563

Yuri 2 เรื่อง ได้แก่

1) กีรติรัก นามปากกา : Whentheskyloved จำนวน : 41 ตอน เผยแพร่ : 16 ธันวาคม 2562

2) ความฝันของความรัก นามปากกา : เขาเรียกเราว่า ยักษ์ จำนวน : 1 ตอน เผยแพร่ : 8 พฤษภาคม 2565

วิธีการศึกษา

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ โดย ยุพิน วงษ์จีน (2561 น. 117) ได้ศึกษาการวิเคราะห์นิยายวาย (Y) ออนไลน์ที่ดัดแปลงเป็นละครชุด (Series) ทางโทรทัศน์ เป็นแนวคิดแสดงให้เห็นว่า เพศในสังคมไทยนั้นมี ความหลากหลายเป็นการนำเสนอแนวคิดนี้ผ่านตัวละครหลายตัวที่มีรสนิยมทางเพศที่แตกต่างกันไป โดยความหลากหลายทางเพศผู้เขียนต้องการให้ทั้งในซีรีส์และในนวนิยายเปิดกว้างในเรื่องของเพศที่นอกเหนือจากเพศชายและเพศหญิง เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่านิยายออนไลน์ต้องการแสดงให้เห็นถึงสังคมในปัจจุบันนี้ที่ยอมรับความหลากหลายทางเพศ

แนวคิดพฤติกรรมชายรักชายหญิงรักหญิง โดย อรวรรณ วิชญวรรรกุล (2559 น. 22) ได้ศึกษาผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย เป็นแนวคิดเกี่ยวกับบพฤติกรรมทางเพศระหว่างบุคคลที่เป็นเพศเดียวกัน พบได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง โดยจะมีความรู้สึกพึงพอใจและมีความสุขทางเพศ ตลอดจนไปถึงความต้องการมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกันเรียกว่า (Homosexual) ผู้ชายที่ต้องการมีความสัมพันธ์ทางเพศกับผู้ชายด้วยกันเรียกว่า เกย์ ส่วนผู้หญิงที่ต้องการมีความสัมพันธ์ทางเพศกับผู้หญิงด้วยกันเรียกว่า เลสเบี้ยน

2 .ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ในการศึกษาเรื่อง การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์ Yaoi และ Yuri ผู้ศึกษาได้ศึกษางานเขียนที่เป็นเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องพบงานเขียนทั้งหมด 3 ฉบับ ซึ่งงานเขียนแต่ละฉบับศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

บทความวิชาการของ สิริวิมล พยัฆษี (2560) เรื่อง “ความไม่เท่าเทียมในสิทธิกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ” บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาของกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศเมื่อเกิดความไม่ เท่าเทียมกันในสิทธิและการถูกเลือกปฏิบัติและถูกตีตราจากสังคม โดยทำการศึกษาจากเอกสาร ผลการศึกษาพบว่า ในสังคมไทยถึงแม้จะเปิดกว้างให้กับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศแต่ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้พวกเขาเหล่านี้มีความสุข สังคมควรให้ทุกคนมีความเสมอภาคกันและควรได้รับสิทธิมนุษยชนเท่าเทียมกัน ร่วมกันผลักดันและไม่เพิกเฉย

บทความวิชาการของ นัทธชัย ประสานนาม (2563) เรื่อง “การเว้นระยะห่างทางเพศสถานะ : นวนิยายยาโออิของไทยในการเมืองเรื่องขนบวรรณกรรมกับการตีความ” บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเมืองที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าวในนวนิยายยาโออิของไทย ผลการศึกษาพบว่าการเว้นระยะห่างทางเพศสถานะน่าจะเป็นมุมมองที่ช่วยให้เราไม่เคยพบ ทั้งยาโออิหรือชนกลุ่มน้อยทางเพศเป็นภาพเดียว และในมุมมองนี้อาจช่วยทำให้เห็นการเมืองที่อยู่เบื้องหลังทั้งบรรทัดฐานความรักแบบชาย-หญิงหรือแม้แต่ความรักของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศได้ ทำให้ตระหนักด้วยการอ่านและการตีความ เปิดโอกาสให้เรามีส่วนร่วมในการสะท้อนปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศในสังคมได้ โดยที่ไม่จำกัดว่าต้องนิยามตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเคลื่อนไหวทาง
สังคมเสมอไป

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์ Yaoi และ Yuri คณะผู้ศึกษาได้คัดเลือกตัวบทที่ตรงประเด็นที่สุดเป็นตัวอย่างและสามารถสรุปผลการศึกษาได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทย

ความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทยนั้นปรากฏให้เห็นอยู่มาก เนื่องจากถูกปลูกฝังและถ่ายทอดชุดความรู้เกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ การแต่งงานว่ามีเพียงเพศชาย-หญิงเท่านั้นที่ถูกต้องและเหมาะสม ถ้าความสัมพันธ์นอกเหนือจากของชาย-หญิงจะถูกสังคมตีตราว่าเป็นคนไม่ดี ขัดต่อศีลธรรม เสื่อมเสียชื่อเสียงแก่ตนเองและญาติพี่น้อง (สิริวิมล พยัฆษี, 2560 น. 908-909) โดยตัวบทในนวนิยายออนไลน์ Yaoi กับ Yuri ที่กล่าวถึงความเท่าเทียม
ทางเพศในสังคมไทย มีดังนี้

การนำเสนอความเท่าเทียมทางเพศในสังคมของนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง “เต๋าจี” พบว่าตัวละครในเรื่องมีการกล่าวถึงความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทยในเรื่องของการไม่ยอมรับความหลากหลายทางเพศนั้นผิดปกติและประหลาด แสดงให้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสังคมไทย ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

“กูก็คิดงั้น แต่สังคมชอบทำเหมือนมันซับซ้อนซ่อนเงื่อน เวลาคนเพศเดียวกันรักกัน ทำเหมือนเป็นอะไรที่ประหลาด พอพูดกันเยอะ ๆ เข้า บางครั้งมันก็ทำให้สเตรทแบบกูไม่เกท แบบชอบมีคำถามอ่ะ”

(Katie H. : เต๋าจี , 2564)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่าสังคมยังไม่ยอมรับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ถึงยอมรับแต่ก็คนในสังคมบางส่วนก็ยังปิดกั้นความหลากหลายทางเพศอยู่มากพอสมควร ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นตัวประหลาด ตลอดจนไปถึงถูกสังคมตั้งคำถามว่าเกิดมาทำไมและยังมีคำถามที่สังคมยังสงสัยและไม่ยอมรับว่าพวกเขาเหล่านี้ก็เหมือนมนุษย์ทั่วไป

ส่วนการนำเสนอความเท่าเทียมทางเพศในสังคมของนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง “แรกพบสบม็อบ” พบว่าตัวละครในเรื่องที่เป็นตัวละครหลักของเรื่องทั้งตนเองและคนในครอบครัวมีการสร้างให้ตัวละครให้เกียรติและนำเสนอถึงความเข้าใจและส่งเสริมการกระทำที่ไม่ได้บ่งบอกว่าเป็นเพศใดในสังคมควรจะทำสิ่งใด ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

...“เออดี ๆ เราอย่าไปยอมมัน ทุกคนล้วนมีสิทธิมีเสียง เราจะต้องใช้สิทธิที่เรามีให้เกิดประโยชน์ดีมาก!!” พ่อผมชมยกใหญ่ รู้สึกเหมือนเป็นนักกีฬาที่ได้รับการอัดฉีดเลยอะ...

(เฟื่องฟูว : แรกพบสบม็อบ, 2563)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้แต่งกำหนดให้ตัวละครเคารพสิทธิเสรีภาพการแสดงออกในฐานะความเป็นมนุษย์อย่างมาก เช่น ทางครอบครัวของ “ดลใจ” ทางพ่อแม่ส่งเสริมให้เขาทำในสิ่งที่เขามองเห็นว่าเป็นการทำเพื่อสิทธิความเท่าเทียมทางเพศในสังคม สามารถเห็นได้จากทัศนคติของดลใจและคนรอบข้างของดลใจตัวละครจะมีความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ว่าเป็นปุถุชนทั่วไปพวกเขาควรได้รับความเท่าเทียมกัน

การนำเสนอความเท่าเทียมทางเพศในสังคมของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง “กีรติรัก” พบว่าตัวละครในนวนิยายได้สะท้อนปัญหาของเลสเบี้ยนในช่วงปี พ.ศ. 2500 ความรักของ LGBTQ+ เป็นเรื่องขัดต่อศีลธรรมของคนในสมัยอดีต ซึ่งช่วงเวลาในนวนิยายใกล้เคียงกับปีพ.ศ 2480 ของประเทศไทยอยู่ภายใต้การปกครองของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ประเทศไทยได้รับอิทธิพลตะวันตกที่เข้ามา คนไทยจึงมีคำเรียกผู้หญิงที่รักผู้หญิงด้วยกันว่า “เลสเบี้ยน” รัฐบาลจึงต่อต้านมหาอำนาจตะวันตก มุ่งเน้นให้ประชาชนสร้างสถาบันครอบครัวผ่านการควบคุมบทบาทของชาย-หญิง ตัวอย่างดังตัวบททต่อไปนี้

“คำก็สังคม สองคำก็เหมาะสม หญิงเบื่อเต็มทน ไยเราต้องใช้ชีวิตตามความเหมาะสมและสังคมเช่นนี้กัน”

(Whentheskyloved : กีรติรัก, 2562)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้แต่งแสดงเห็นความรู้สึกอึดอัดใจของตัวละครที่มีความรักรูปแบบหญิงรักหญิง เป็นความรักที่สังคมในอดีตไม่ยอมรับ หากฝ่าฝืนจะถูกสังคมมองว่าผิดศีลธรรมและกฎหมายของสังคมนั้น ๆ โดยที่สังคมไม่ได้มองว่าความรักเป็นสิ่งสวยงามกับมนุษย์ทุกคน ความเหมาสมและความยั่งยืนเป็นความรักแบบชาย-หญิงถึงจะรักและแต่งงานสร้างครอบครัวกันได้ กลุ่มคนคนเหล่านี้จึงถูกมองเป็นบุคคลน่ารังเกียจและไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม

การนำเสนอความเท่าเทียมทางเพศในสังคมของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง “ความฝันของความรัก” พบว่ามีการนำเสนอเรื่องความเท่าเทียมทางเพศในสังคมเป็นลักษณะของสังคมในอุดมคติ เพราะเป็นเรื่องราวที่ทุกอย่างดำเนินไปอย่างปกติและมีความสุข ตัวละครในเรื่องทุกคนมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องความหลากหลายทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นความรักแบบชาย-หญิงของ “น้ำตก” กับ “ไลเกอร์” ความรักแบบหญิง-หญิงของ “เอวา” กับ “ไอริน” และความรักแบบชาย-ชายของ “ภูเขา” กับ “สิน” ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

...“ไอรินกับเอวานั้นเป็นแฟนกันมาประมาณ 4 ปี 5 เดือนได้ ทั้งคู่เป็นเลสเบี้ยนและรู้ตัวว่าตัวเองชอบผู้หญิงตั้งแต่เด็ก ๆ และพ่อแม่ของทั้งสองถึงตอนแรกจะตกใจแต่ก็ยินดีสนับสนุนทั้งสองสุดความสามารถ...

(เขาเรียกเราว่า ยักษ์ : ความฝันของความรัก, 2565)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้แต่งกำหนดให้ตัวละครในนวนิยายออนไลน์เรื่องนี้ล้วนมีความเข้าใจกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศต่างก็เป็นปุถุชนทั่วไปในสังคม หากสังคมและครอบครัวมองพวกเขาเหล่านี้ในด้วยความเข้าใจให้มีสิทธิความเท่าเทียมทางเพศก็จะทำให้ประชาชนในสังคมนั้นมีความสุขในการดำเนินชีวิต ภาพการประท้วงเพื่อเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพความเท่าเทียมทางเพศก็จะไม่ปรากฏให้เห็นในสังคม

2. การนำเสนอความเป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง

การนำเสนอความเป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง เป็นการแสดงออกทางเพศทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา ถึงแม้จะเป็นความรักแบบรักร่วมเพศแต่ก็ไม่ได้แตกต่างจาดความรักแบบเพศชาย-หญิงทั่วไป (ยุพิน วงษ์จีน, 2561 :127) โดยตัวบทในนวนิยายออนไลน์ Yaoi กับ Yuri ที่กล่าวถึงการนำเสนอความเป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง มีดังนี้

การนำเสนอความความเป็นชายรักชาย ในสังคมของนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง “เต๋าจี” พบว่าตัวละครในเรื่อง คือ เต๋ากับจีทั้งสองมีทัศนคติว่าพวกเขาก็คือมนุษย์และพวกเขาไม่ได้ผิดถ้าจะรักกัน เต๋ากับจีแค่มนุษย์สองคนที่รักกันไม่ได้ต่างจากความรักแบบชาย-หญิง ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

“เราไม่ได้ทำอะไรผิดกันสักนิดนะจี เราไม่ใช่คนไม่ดี เราแค่รักกัน เต๋ารักจีมาก ๆ นะและต่อให้ทั้งโลกมองว่าผิดก็ช่างหัวมัน เต๋าไม่สน เต๋าสนจีแค่คนเดียว”

(Katie H. : เต๋าจี , 2564)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่าการที่เต๋ากับจีรักกันมันไม่ใช่เรื่องที่ผิดหรือประหลาด เขาคือมนุษย์สองคนที่รักกัน แสดงให้เห็นถึงความรักไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศ เพราะไม่ว่าเพศไหนคนเราก็สามารถรักกันได้

การนำเสนอความเป็นชายรักชาย หญิงรักหญิงของนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง “แรกพบสบม็อบ” พบว่าการนำเสนอทางด้านของชายรักชาย โดยการนำเสนอมุมมองทางด้านชายรักชายจะนำเสนอภาพของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมของโลกในนวนิยายนั้น อ้างอิงจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในโลกใบนี้ ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

“...อย่างช่วงปฏิวัติสงครามโลกที่ทหารท่านหนึ่งนามว่าฮิตเลอร์ บังคับให้คนที่รักเพศเดียวกันเดินต่อแถวไปที่หลุมสารเคมีเพื่อถูกฆาตกรรม เขาปฏิบัติกับคนที่เขามองว่าแตกต่างอย่างน่ารังเกียจ หรือจะถัดมาอีกยุคเมื่อ ไม่มีการเข่นฆ่าเกิดขึ้น ก็ถูกจับกุมตัวไปไว้ที่โรงพยาบาลจิตเวช ถูกทำการรักษาเป็นเรื่องเป็นราว... การที่รู้สึกรักใครสักคนมันไม่สามารถกินยาแล้วจะหายได้เสียหน่อย แปลกแฮะใครที่ถูกมองว่าแตกต่างก็มักจะโดนรังแกเสมอโดยที่เขาไม่ได้มีโอกาสรู้เลยว่าตนเองผิดอย่างไร...”

(เฟื่องฟูว : แรกพบสบม็อบ, 2563)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้แต่งมีการอ้างถึงเหตุการณ์ที่สร้างความรุนแรงต่อต้านต่อกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ บุคคลใดที่มีความรักแบบชาย-ชายแล้วแสดงออกมาจะถูกสังคมกีดกันตลอดจนไปถึงการทำร้ายร่างกายในรูปแบบต่าง ๆ โดยนำเสนอมุมมองทัศนคติของตัวละครฝ่ายปฏิปักษ์คือรัฐบาลให้มีทัศนคติแคบต่อกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศว่า มีความคิดขัดแย้งกับทางฝ่ายของกลุ่มนักศึกษา

การนำเสนอความเป็นชายรักชาย หญิงรักหญิงของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง “กีรติรัก” พบว่าความรักของคุณหญิงกีรติและคุณอาอวัศยา เป็นความผูกพันระหว่างอากับหลานกลายเป็นความสัมพันธ์ของคนคู่รักทั่วไป แต่ความรักของพวกเขาทั้งสองคนเป็นความรักต้องห้าม เพราะอาอวัศยาเป็นบุคคลในครอบครัวของคุณหญิงกีรติ และทั้งสองคนเป็นเพศหญิงเหมือนกัน ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

“อันเรื่องที่หญิงเคยมีจิตปฏิพัทธ์ต่ออาผู้เป็นหญิงด้วยกัน จงกลบฝังไปพร้อมกับอัฐิของอา เก็บมันไว้ให้ลึกสุดดวงใจ อย่าได้อาจให้ใครในสังคมรับรู้ สังคมตอนนี้ยังไม่อาจเปิดยอมรับเรื่องเหล่านี้ หากพลั้งไปให้ใครรู้เมื่อนั้นแล้วจะเป็นการลำบากยิ่งแก่ตัวหญิง”

(Whentheskyloved : กีรติรัก, 2562)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนทำให้เห็นการแสดงออกเรื่องความรักในพื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศไม่ปลอดภัยสำหรับพวกเขา จำเป็นต้องเก็บความรู้สึกทั้งสิ้นไปแสดงในสถานที่ลับตาผู้คน เพราะสังคมในอดีตยังไม่ยอมรับพวกเขาเหล่านี้ การแสดงออกความรักแบบหญิงรักหญิงจึงแสดงออกในพื้นที่จำกัด

การนำเสนอความเป็นชายรักชาย หญิงรักหญิงของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง “ความฝันของความรัก” พบว่าเป็นการนำเสนอมุมมองของหญิงรักหญิง เป็นการนำเสนอในภาพของคู่รักวัยทำงานที่คบหากันมาตั้งแต่สมัยเรียนตลอดจนตัดสินใจขอแต่งงานกัน โดยความสัมพันธ์ของทั้งคู่ก็มีทั้งสุขและทุกข์กันบ้างปะปนกัน

ไป ความสัมพันธ์ของตัวละครเอกทั้งสองมีลักษณะที่เหมือนกันกับความสัมพันธ์ของคู่ชายหญิงที่เราสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

..."หลังจากนั้นไอรินกับเอวาก็ได้สริทกันเรื่อย ๆ ตอนแรกก็สนิทกันแบบรุ่นพี่กับรุ่นน้อง ไป ๆ มา ๆ ก็สนิทกับแบบเพื่อนสาว..ก่อนที่จะค่อย ๆ พัฒนาไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งวันหนึ่ง...

..."เอวา : 4 ปี 5 เดือน 29 วัน มันเป็นช่วงเวลาที่ดีมาก ๆ....ถึงแม้จะมีทะเลาะกันบ้างบางครั้ง... แต่ตลอดเวลาที่พี่อยู่กับเธอพี่มีความสุขมาก..เธอเหมือนแสงอาทิตย์ของพี่เลยนะ...ไอริน : พี่จะทำอะไร? เอวา : พี่ว่าเราเลิกเป็นแฟนกันเถอะ...เอวาเอ่ยก่อนที่จะนั่งชันเข่าแล้วหยิบกล่องกำมะหยี่สีแดงออกมาจากกระเป๋าเสื้อและเปิดมันต่อหน้าไอริน...เอวา : เลิกเป็นแฟนแล้วเป็นภรรยาพี่แทนไม่ได้เหรอ?...

(เขาเรียกเราว่า ยักษ์ : ความฝันของความรัก, 2565)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนกำหนดให้ตัวละครไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์แบบชาย-หญิง ชาย-ชาย หญิง-หญิง เป็นความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเหมือนกัน ดังนั้น ความรักจึงไม่จำกัดเพศ เพียงแค่ให้เกียรติและเคารพในสิทธิซึ่งกันและกัน ก็สามารถใช้ชีวิตคู่อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขแล้ว

3. การสมรสเท่าเทียม

กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยผลักดันให้มี พ.ร.บ. คู่ชีวิตขึ้น แต่ก็ไม่เทียบเท่าการสมรสเท่าเทียม เท่าคู่รักเพศชาย-หญิงทั่วไป เพราะไม่สามารถจะรับรองสิทธิให้กับคู่ที่จดทะเบียนได้ ทำให้ไม่ได้รับสิทธิความเท่าเทียมหลายอย่าง รัฐบาลไม่ควรเพิกเฉยปัญหานี้ ควรทำให้มนุษย์ในโลกนี้มีความเท่าเทียม ไม่ควรมีผู้ใดถูกเลือกปฏิบัติจากสังคม (สิริวิมล พยัฆษี, 2560 : 911) โดยตัวบทในนวนิยายออนไลน์ Yaoi กับ Yuri ที่กล่าวถึงการสมรสเท่าเทียม มีดังนี้

การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องสมรมเท่าเทียมในนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง "เต๋าจี" พบว่ามีการกล่าวถึงการสมรสเท่าเทียมที่ยังไม่สามารถทำได้ในประเทศไทยแสดงให้เห็นว่า การที่กฎหมายของประเทศไทยที่ยังไม่รองรับการสมรสเท่าเทียมก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมทางเพศเป็นอย่างมาก พวกเขาเหล่านี้ยังไม่ได้รับความเท่าเทียมเหมือนเพศหญิง-ชายทั่วไป ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

"จีแต่งงานกันมั้ย หมายถึง แบบสักวันในอนาคตสร้างครอบครัวของเรากัน สร้างบ้าน เลี้ยงหมาเลี้ยงแมว อยู่ด้วยกันเนอะ จะดูแลอย่างดีเลยจี"

(Katie H. : เต๋าจี , 2564)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่าตัวละครมีการกล่าวถึงอนาคตว่า "แบบสักวันในอนาคต" แสดงให้เห็นว่าถ้าความเท่าเทียมเกิดขึ้นจริงพวกเขาคงจะได้แต่งงานกัน แต่ขณะนี้ยังทำได้แค่คิดเพราะกฎหมายไทยยังไม่ให้ความเท่าเทียมแก่พวกเขาเหล่านั้น

การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องสมรมเท่าเทียมในนวนิยายออนไลน์ Yaoi เรื่อง "แรกพบสบม็อบ" พบว่ามีการกล่าวถึง พ.ร.บ. คู่ชีวิต ที่เป็น พ.ร.บ. เพื่อการสมรสระหว่างเพศเดียวกัน และปัญหาในการร่าง พ.ร.บ.

ที่เนื้อหาไม่ได้แสดงถึงความเท่าเทียมเหมือนกันการสมรสระหว่างเพศชาย-หญิง จึงทำให้ตัวละครที่ต้องการให้มีสมรสเท่าเทียมและกลุ่มนักศึกษามีความรู้ทางกฎหมาย เพราะพวกเขาเหล่านี้เรียนคณะรัฐศาสตร์ จึงตั้งม็อบออกมาประท้วงรัฐบาลเพื่อเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมพร้อมใช้คำถามไปถึงผู้ร่างกฎหมายโดยตรง ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

..."แต่มันคือการแบ่งชนชั้นประชาชนร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต มันคือการแบ่งแยกให้เขาได้รับสิทธิแค่บางอย่างเท่านั้น ถ้ารักกันแต่งงานกันก็อยากจะได้รับศักดิ์ศรีการเป็นคู่สมรสตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เพื่อนำพาให้ไปใช้สิทธิตามกฎหมายอื่น ๆ ต่อไป แต่นี่ พ.ร.บ.ที่คุณบอกว่าเท่าเทียมมันกลับทำไม่ได้ ถ้าเท่าเทียมจริงจะต้องทำได้ทุกอย่างตามร่างกฎหมายคู่สมรสของชายจริงหญิงแท้สิ"...

(เฟื่องฟูว : แรกพบสบม็อบ, 2563)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนนวนิยายทำให้ผู้ศึกษามองเห็นปัญหาที่อาจสอดคล้องว่ามีการเกิดขึ้นจริงเป็นปัญหาในสังคมปัจจุบัน ทำให้เห็นถึงความเท่าเทียมของมนุษย์ผ่านการเขียนให้เห็นว่า การตั้งคำถามการประท้วงหรือต้องการให้เกิดการสมรสเท่าเทียมไม่มี พ.ร.บ. คู่ชีวิต ไม่ได้เป็นเพียงความประสงค์ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น ยังเป็นความประสงค์ของประชาชนทุกเพศในประเทศว่าพึงจะมีการสมรสเท่าเทียม

การนำเสนอการสมรสเท่าเทียมของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง "กีรติรัก" พบว่ามีการกล่าวถึงการสมรสเท่าเทียมในทางอ้อมว่า หากกีรติได้แต่งงานกับคนที่ตนได้รักด้วยความตั้งใจรักจริง ๆ เป็นอาอวัศยาสังคมจะมองพวกเขาทั้งสองเป็นมนุษย์แบบใด ทำไมมนุษย์ต้องปฏิบัติตัวตามกฎหมายขัดกับความรู้สึก ซึ่งมันเป็นความรักที่แสนบริสุทธิ์ ไม่ได้แก่งแย่งชิงกับใคร หากพวกเขาทั้งสองจะรักกันจริง ๆ ก็ไม่ได้ทำให้โลกใบนี้สลายไป ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

"เพราะเราเป็นมนุษย์ อย่างไรมนุษย์จำต้องดำเนินไปตามครรลองของสังคม...เราสามารถกำจัดใครทิ้งจากสังคมได้ แต่เราก็สามารถเปลี่ยนแปลงมันได้เช่นกัน การเปลี่ยนแปลงต้องใช้เวลา จงเปลี่ยนสังคมนี้ ให้ลูกหลานได้มีลมหายใจที่เต็มปอด ให้พวกเขามีวิถีของตน ให้ระบบในสังคมเปลี่ยนแปลงและยอมรับ ให้ผู้หญิงไม่เป็นเพียงวัตถุต่อรอง ให้ความรักของทุกคนเท่าเทียม"

(Whentheskyloved : กีรติรัก, 2562)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนชวนให้คิดว่าหากสังคมหรือรัฐบาลเปลี่ยนแปลงกฎหมายให้กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถสมรสเท่าเทียมกับชาย-หญิงที่สังคมมองว่าเหมาะสมที่สุด เปลี่ยนแปลงกฎหมายในอดีตที่แสนจะเจ็บปวดแก้ไขให้เข้ากับปัจจุบัน ให้สิทธิและเสรีภาพสำหรับมนุษย์ทุกคนควรจะได้รับทุกคนจะดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข ประชาชนเป็นกลุ่มก้อนเดียวกันไม่แบ่งเพศแบ่งชนชั้น หากเรามองในมุมมองมนุษย์ร่วมโลกพวกเขาเหล่านี้ก็เป็นมนุษย์คนหนึ่งสมควรได้รับสิทธิเท่าเทียมกับคนทุกคนโดยไม่มี

ข้อยกเว้น

นอกจากนี้ การนำเสนอการสมรสเท่าเทียมของนวนิยายออนไลน์ Yuri เรื่อง “ความฝันของความรัก” พบว่าเป็นการนำเสนอในภาพของเหตุการณ์การสมมติว่า หากสังคมไทยมี พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่ครอบคลุมคู่รักเพศเดียวกันเหมือนกับคู่รักชายหญิง จะทำให้ประชาชนในสังคมที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นมีความเท่าเทียมได้อย่างไร จำเป็นต้องมีสมรสเท่าเทียมชาย-หญิง ถึงจะมีสิทธิในตัวของคนรักโดยไม่มีข้อยกเว้นประการใด ตัวอย่างดังตัวบทต่อไปนี้

...“หลังจากที่มาจดทะเบียนสมรส ตอนนี้ไอรินและเอวาก็ได้เป็นสามีภรรยาที่ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว... ก็หมายความว่าตอนนี้ไอรินและเอวามีสิทธิ์ที่จะได้เข้าถึงสิทธิต่าง ๆ ของสามีภรรยาไม่ว่าจะเป็นเรื่องกฎหมายต่าง ๆ ทรัพย์สมบัติต่าง ๆ หรือแม้แต่เหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ตัวอย่างง่าย ๆ ถ้าไอรินต้องย้ายโรงพยาบาลกระทันหัน เอวาก็สามารถเซ็นยินยอมได้”...

(เขาเรียกเราว่า ยักษ์ : ความฝันของความรัก, 2565)

จากตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่คู่รักทุกคู่ที่จดทะเบียนสมรสจะได้รับ ผ่านตัวละคร ว่าหากสังคมมีสมรสเท่าเทียมจะไม่มีบุคคลใดเสียผลประโยชน์ไปมากกว่ากัน และทุกฝ่ายก็ยังได้รับสวัสดิการจากภาครัฐอย่างเท่าเทียมกันอีกด้วย

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ จำนวนทั้งสิ้น 4 เรื่อง Yaoi 2 เรื่อง กับ Yuri 2 เรื่อง ในเว็บไซต์ ReadAWrite ปี พ.ศ. 2562-2565 โดยใช้ 2 แนวคิดในการศึกษา ดังนี้ 1. แนวคิดความหลากหลายทางเพศ ของ ยุพิน วงษ์จีน โดยได้นำเสนอความรักของแต่ละบุคคลที่แตกต่างออกไปและต้องการให้สังคมเปิดกว้างเกี่ยวกับความรักของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ 2. แนวคิดพฤติกรรมชายรักชายหญิงรักหญิง ของ อรวรรณ วิชญวรรรกุล โดยบุคคลที่มีพฤติกรรมเหล่านี้จะมีลักลักษณะมีความพึงพอใจเพศเดียวกัน ตลอดจนไปถึงต้องการมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน สามารถแบ่งประเด็นในการศึกษา 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทย 2. การนำเสนอความเป็นชายรักชายและหญิงรักหญิง และ 3. การสมรสเท่าเทียม ผลการศึกษาพบว่านวนิยายออนไลน์ทั้ง 4 เรื่อง มีการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศเหมือนกันทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าว แสดงให้เห็นการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศผ่านนวนิยายออนไลน์ประเภทชายรักชายและประเภทหญิงรักหญิงโดยเป็นการเรียกร้องทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยในนวนิยายออนไลน์เหล่านี้เป็นตัวกลางการเรียกร้อง และให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงความเท่าเทียมที่ควรจะมีในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิชาการของ นัทธนัย ประสานนาม (2563 น. 184-185) ที่ศึกษาการเว้นระยะห่างทางเพศสถานะ : นวนิยายยาโออิของไทยในการเมืองเรื่องขนบวรรณกรรมกับการตีความ พบว่า หากมองบริบทของนวนิยายออนไลน์แนวรักร่วมเพศ ช่วยทำให้เห็นการเมืองที่อยู่เบื้องหลังทั้งบรรทัดฐานความรักแบบชาย-หญิงหรือแม้แต่ความรัก ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศได้ ทำให้ตระหนักด้วยการอ่านและการตีความ เปิดโอกาสให้เรามีส่วนร่วม ในการสะท้อนปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศในสังคมได้ โดยที่ไม่จำกัดว่าต้องนิยามตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมเสมอไป

ในปัจจุบันสังคมเริ่มมีการยอมรับในกลุ่ม LGBTQI+ มากขึ้นจริง แต่ในทางกฎหมายบุคคลเหล่านี้ยังไม่ได้รับความเท่าเทียมเหมือนเพศหญิงกับเพศชายทั่วไป สิทธิที่พวกเขาเหล่านี้ควรจะได้ประกอบด้วยการสมรสเท่าเทียม การลดหย่อนทางภาษี การยอมรับทางด้านจิตใจ เพราะในความเป็นจริงสังคมไทยกลับยังมีพื้นที่ที่ปิดกั้นและไม่ได้ยอมรับคนเหล่านี้อย่างเต็มที่ ซึ่งการนำเสนอประเด็นทางสังคมเหล่านี้สอดคล้องกับบทความวิชาการของ สิริวิมล พยัฆษี (2560 น. 904) ที่ได้ศึกษาความไม่เท่าเทียมในสิทธิกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่าในสังคมไทยถึงแม้นจะเปิดกว้างให้กับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศแต่ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้พวกเขาเหล่านี้มีความสุข สังคมควรให้ทุกคนมีความเสมอภาคกันและควรได้รับสิทธิมนุษยชนเท่าเทียมกัน และร่วมกันผลักดันและไม่เพิกเฉย มนุษย์ทุกคนสมควรได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ควรมีมนุษย์ผู้ใดที่จะกีดกันหรือเลือกปฏิบัติต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง มิให้ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ นวนิยายออนไลน์ประเภทเหล่านี้จึงมีการแสดงนัยยะสำคัญที่แสดงออกจากถึงการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศให้กับบุคคลเหล่านั้นและสนับสนุนกฎหมายให้บุคคลเหล่านี้เสมอภาคเหมือนกันทุกเพศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เขาเรียกเราว่า ยักษ์. (2565). **ความฝันของความรัก.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565 จาก, https://www.readawrite.com

เฟื่องฟูว. (2563). **แรกพบสบม็อบ.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565 จาก, https://www.readawrite.com

นัทธนัย ประสานนาม. (2563). การเว้นระยะห่างทางเพศสถานะ : นวนิยายยาโออิของไทยในการเมืองเรื่องขนบวรรณกรรมกับการตีความ. *วารสารศาสตร์* ภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุพิน วงษ์จีน. (2561). **การวิเคราะห์นิยายวาย (Y) ออนไลน์ที่ดัดแปลงเป็นละครชุด (Series) ทางโทรทัศน์.** สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

รื่นฤทัย สัจจพันธุ์. (2552). วรรณกรรมออนไลน์ : วัฒนธรรมการสร้าง-เสพวรรณศิลป์ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลง. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ* มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (11).

สิริวิมล พยัฆษี. (2560). **ความไม่เท่าเทียมในสิทธิกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ.** สาขาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อรวรรณ วิชญวรรรกุล. (2559). **ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Katie H. (2564). **เต๋าจี, haemin.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565 จาก, https://www.readawrite.com

Whentheskyloved. (2562). **กีรติรัก.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565 จาก, https://www.readawrite.com

การศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละคร จากละครชุด เรื่อง พฤติการณ์ที่ตาย

Study of The Representation of The Justice Upholder Through The Role of The Characters from The Manner of Death

ญาซีมีย์ บินอาลี[1] นริษา มูเก็ม[2] นัสรีน เจ๊ะโซ๊ะ[3]
และณัชรดา สมสิทธิ์*[4]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละครที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 14 ตอน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านหลากหลายอาชีพที่ปรากฏในเรื่อง ได้แก่ อาชีพตำรวจ อัยการ และผู้พิพากษา โดยใช้แนวคิดการสร้างภาพแทนของสจ๊วต ฮอลล์ (Stuart Hall) และทฤษฎีบทบาทของราล์ฟ ลินตัน (Ralph Linton's Role Theory) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า ภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมปรากฏผ่านละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย”ปรากฏใน 3 ประเด็น คือ 1) ภาพแทนของตำรวจและหน้าที่การปกป้องพลเมือง 2) ภาพแทนของอัยการกับการแสดงถึงความยุติธรรม 3) ภาพแทนของผู้พิพากษากับการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรม ซึ่งภาพแทนแต่ละอาชีพนั้นมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่สัมพันธ์กันตามยศและตำแหน่งข้าราชการ โดยผู้สร้างได้แสดงเจตนาการสร้างตัวละครในมิติต่าง ๆ ขึ้นมา โดยมักกำหนดให้ตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมสูงอายุที่มีอำนาจมากเป็นภาพแทนของความไม่ดีและกระทำผิด และกำหนดให้ผู้ผดุงความยุติธรรมที่เป็นคนรุ่นใหม่เป็นภาพแทนของความหวังและกำลังสำคัญในการผดุงความยุติธรรม เพื่อมุ่งหวังให้สังคมพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นและปรารถนาให้ละครชุดเรื่องนี้ส่งเสริมให้คนดูได้มองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

คำสำคัญ: ภาพแทน ผู้ผดุงความยุติธรรม พฤติการณ์ที่ตาย

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] อาจารย์ ดร., หลักสูตรศิลปศาสตร์บัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
* Corresponding author E-mail: natrada.so@psu.ac.th

Abstract

This study aims to study the representation of the justice upholder through the role of the characters in the drama series, "Manner of Death". This series was aired on November 30, 2020, to March 1, 2021, with 14 episodes, the organizers analyzed the characters who uphold justice through various occupations depicted in the series, including police, prosecutors, and judges, using representation concept and role theory as a framework for the analysis. As the results, it was found that the representation of the justice upholder through the character's role demonstrates a set of ideas in 3 aspects, which are 1) the representation of the police and their duty to protect citizens; 2) the representation of the prosecutor with the representation of justice; 3) the representation of the judge with the upholding of legitimacy. Plus, the representations of each profession have power relations according to the rank and position of civil servant. Therefore, the organizers intended to create characters in different dimensions. It often defines a very powerful, elderly, upright justice character as a representation of malice and wrongdoing. and make the younger generation of uphold justice as a representation of hope and strength in the upkeep of justice, to hope for society to develop in a better direction as well as and wished that this drama series would encourage the audience to see the real problems that occur in the Thai community.

Keywords: Representation, Justice Upholders, The Manner of Death.

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมไทยมีการแบ่งช่วงชั้นทางสังคม โดยพิจารณาจากสถานภาพและบทบาทหน้าที่อันได้มาจากการประกอบอาชีพ เนื่องจากอาชีพมีบทบาทสำคัญต่อสังคมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ ชุมชนและส่งผลถึงความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติ ซึ่งแน่นอนว่าการประกอบอาชีพนั้นจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่ได้มาจากการศึกษา ดังนั้นสถานภาพและบทบาทจึงมีความเกี่ยวพันกับบรรทัดฐานทางสังคม

สุพัตรา สุภาพ (2544) ได้นิยามความหมายของคำว่าสถานภาพไว้ว่า “สถานภาพ คือ ตำแหน่งที่ได้จากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม เป็นสิทธิและหน้าที่ทั้งหมดที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นและสังคมส่วนรวม สถานภาพจะกำหนดว่าบุคคลนั้นมีหน้าที่จะต้องปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างไร” นอกจากนี้ สุพัตรา สุภาพ (2544) ยังได้นิยามความหมายของคำว่าบทบาทไว้ด้วยว่า “บทบาท คือ การปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ของสถานภาพ (ตำแหน่ง)” เช่น มีตำแหน่งเป็นพ่อ บทบาทคือต้องเลี้ยงลูก เป็นครู บทบาทคือสั่งสอนอบรมนักเรียน

จากนิยามความหมายของคำว่า “สถานภาพและบทบาท” จะเห็นได้ว่าสถานภาพเป็นสิ่งที่กำหนดบทบาทและหน้าที่ของบุคคล โดยบทบาทหน้าที่เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อบุคคลใดดำรงตำแหน่งในสังคม บุคคลนั้นย่อมจะถูกคาดหวังให้แสดงบทบาทตามตำแหน่งนั้น ๆ เพราะฉะนั้นแล้วสถานภาพและบทบาทจึงเป็นสิ่งที่ควบคู่กันไป อีกทั้งผู้คนในสังคมย่อมมีความคาดหวังให้อาชีพแต่ละอาชีพมีบทบาทหน้าที่และตำแหน่งไว้อย่าง

ชัดเจน

ปัจจุบันสื่อหรือละครโทรทัศน์เป็นความบันเทิงที่ผู้คนสามารถหาดูได้ง่าย เนื่องจากมีละครให้เลือกชมกันเยอะแยะมากมาย ซึ่งปัจจุบันละครก็มีอิทธิพลต่อคนดูเป็นอย่างมากจึงส่งผลทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์หรือละครเริ่มคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น ดังที่ นภาพร ธนะนุทรัพย์ (2551) ได้กล่าวว่า ละครโทรทัศน์ถือเป็นรายการที่คนส่วนมากใช้เวลาในการรับชมมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ เพราะสามารถตอบสนองการรับรู้ของมนุษย์ ในด้านอารมณ์ความรู้สึกได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความสมจริงของภาพและเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงออกโดยผู้แสดงทำให้กระตุ้นความรู้สึกของผู้รับชมให้คล้อยตามและนำไปสู่อารมณ์ต่าง ๆ

นอกจากนี้ รัชดา แดงจำรูญ, 2538 หน้า 5 ได้ให้คำอธิบายว่า ละครโทรทัศน์มีรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย ดึงดูดความสนใจได้มากกว่าและสามารถสอดแทรกอุดมการณ์บางอย่างในรูปแบบของความบันเทิง คุณสมบัติดังกล่าวทำให้ละครโทรทัศน์เป็นหนึ่งในแหล่งฟูมฟักอุดมการณ์ต่าง ๆ ในสังคมไทย

การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านละครโทรทัศน์แต่ละครั้ง นอกจากจะมีการเล่าเรื่องราวเนื้อหาของละครแล้ว ยังมีการติดตั้งภาพจำเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ลงไปด้วย เช่น เรื่องของประเพณี วัฒนธรรม หรือบุคคล เป็นต้น ก่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ต่อผู้รับสารให้สามารถตีความเข้าใจนิยามความเป็นสิ่งนั้นได้กลายเป็น “ภาพแทน” ในที่สุด

สุรเดช โชติอุดมพันธ์ (2548) ได้อธิบายแนวคิดภาพแทนว่า “ภาพแทน หรือ Representation เป็นแนวคิดหนึ่งที่นักวิชาการทั้งสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในปัจจุบันนำมาใช้ศึกษาวรรณกรรม บริบททางสังคม และหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทางวัฒนธรรม ภาพแทนเป็นการสร้างความหมายผ่านภาษา ผ่านความคิดและผ่านอุดมการณ์ของผู้สร้าง เป็นการให้ความหมายสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งแตกต่างจากภาพสะท้อนและมักเกี่ยวข้องกับการครอบงำทางอำนาจระหว่างผู้นำเสนอกับผู้ถูกนำเสนอ” ดังนั้น ภาพแทนจึงเป็นภาพจากมุมมองของผู้สร้างที่มักเลือกสรรความจริงเพียงบางส่วนมานำเสนอ ทำให้ภาพที่ถูกสร้างนั้นมีลักษณะไม่โปร่งใส ไม่บริสุทธิ์ ไม่ยุติธรรม และมีลักษณะบิดเบือนไปจากความเป็นจริง ในกรณีของวรรณกรรม ภาพแทนในวรรณกรรมไม่ใช่ภาพในอุดมคติ หากแต่เป็นภาพจากมุมมองของผู้สร้างโดยเฉพาะและเกี่ยวพันกับวาทกรรมอย่างเลี่ยงไม่ได้

ละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่แสดงถึงการสร้างภาพแทนในสื่อ โดยละครชุดเรื่องนี้ผลิตโดย WeTV ภายใต้ความร่วมมือกับ ทีวี ธันเดอร์ และกำกับโดย ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล และถูกดัดแปลงมาจากนวนิยายชื่อเรื่องเดียวกันที่เขียนโดย อิสรีย์ ศิริวรรณกุลธร หรือนามปากกา Sammon ซึ่งละครชุดเรื่องนี้มีกำหนดฉายตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2564 ทั้งนี้ประเด็นที่อันน่าสนใจที่ปรากฏในละครชุดเรื่องนี้พบว่า ผู้สร้างได้กำหนดสถานภาพและบทบาทของตัวละครตำรวจ อัยการ และผู้พิพากษา ซึ่งมีหน้าที่ผดุงความยุติธรรม กล่าวคือ กลุ่มตัวละครข้างต้นเป็นกลุ่มตัวละครที่มีบทบาทหน้าที่ผดุงความยุติธรรมปกป้องประชาชนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม มีความซื่อสัตย์สุจริต รักษาความยุติธรรมและความปลอดภัยให้แก่คนในชาติ แต่ในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย”

ตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมทั้งหลายมีบทบาทที่ไม่ได้ตรงกับความคาดหวังของสังคมและตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ก็ถูกผลักให้เป็นตัวร้ายเกือบทั้งหมด ซึ่งการกำหนดบทบาทในลักษณะดังกล่าวผิดไปจากสถานภาพและบทบาทที่สังคมคาดหวังไว้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทของตัวละครที่อยู่ในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ว่าตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมถูกนำเสนอและถ่ายทอดออกมาผ่านสื่อหรือละครโทรทัศน์ในมุมมองที่แตกต่างจากความคาดหวังของสังคม

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาพแทนของตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย”
2. เพื่อเป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายทอดและการวิพากษ์สังคมไทยที่ปรากฏในสื่อมวลชน

วิธีการศึกษา

1. การศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละคร โดยใช้แนวคิดการสร้างภาพแทนตามแนวทางของ สจ๊วต ฮอลล์ (Stuart Hall อ้างถึงใน สุรเดช โชติอุดมพันธ์, 2548) และทฤษฎีบทบาทมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการสร้างภาพแทนผ่านบทบาทตัวละครของผู้ผดุงความยุติธรรม ในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ออกอากาศวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 14 ตอน

3. ศึกษาวิเคราะห์ตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรมหลากหลายอาชีพ ได้แก่ 1) อาชีพตำรวจ 2) อาชีพอัยการ 3) อาชีพผู้พิพากษา เพื่อให้เห็นถึงภาพแทนที่นำเสนอผ่านบทบาทของผู้ผดุงความยุติธรรม

4. สรุปและอภิปลายผลโดยใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพแทน หมายถึง การสร้างความหมายผ่านภาษา ผ่านความคิด และผ่านอุดมการณ์ของผู้สร้าง เป็นการให้ความหมายสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งแตกต่างจากภาพสะท้อน และมักเกี่ยวข้องกับการครอบงำทางอำนาจระหว่างผู้นำเสนอกับผู้ถูกนำเสนอ ภาพแทนเป็นภาพจากมุมมองของผู้สร้างที่มักเลือกสรรความจริงเพียงบางส่วนมานำเสนอ

ผู้ผดุงความยุติธรรม หมายถึง ผู้ที่มีหลักยึดด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีบทบาทหน้าที่ในการใช้กฎหมายเพื่อความสงบเรียบร้อยและความผาสุกของสังคม โดยในที่นี้มุ่งหมายถึงอาชีพตำรวจ อัยการ และผู้พิพากษา

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยนำเสนอเกี่ยวกับภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทของตัวละครในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่าปรากฏตัวละครที่มีสถานภาพและบทบาทในการใช้อำนาจทางกฎหมายเพื่อดูแล

ประชาชนและผดุงความยุติธรรมในสังคมจำนวน 6 คน ได้แก่ พล.ต.ต.อนันต์ ปัญญาเพิ่มพูล (ผู้การโต้ง) ร.ต.ท. กัญวัฒน์ โพธิ์ประสิทธิชัย (หมวดกัน) พ.ต.ต.จิรพัฒน์ ผลประเสริฐ (สารวัตรเอ็ม) ทรงศักดิ์ สว่างกุล (อัยการปื๊ด) สุรเดช สุพรรณยศ (ผู้พิพากษาสุรเดช) และ สส.ทรงชัย ธิติโชติ ตัวละครดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงชุดความคิดที่มีต่อภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมซึ่งปรากฏผ่านละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ใน 3 ประเด็น ดังนี้

1. ภาพแทนของตำรวจและหน้าที่การปกป้องพลเมือง

ละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ได้แสดงภาพแทนตำรวจหรือผู้พิทักษ์สันติราษฎร์จำนวน 3 คน โดยมีการแสดงออกทั้งพฤติกรรม การแต่งกาย รวมไปถึงการแสดงความรู้สึกนึกคิดผ่านบทสนทนาที่สะท้อนให้เห็นว่าตำรวจมีทั้งผู้ที่กระทำตามบทบาทหน้าที่ในทางที่ดีและไม่ดี โดยปรากฏภาพแทนดังต่อไปนี้

1.1 ร.ต.ท.กัญวัฒน์ โพธิ์ประสิทธิชัย (หมวดกัน) รับบทโดย กิตติธัช แก้วอุทัย

ข้าราชการตำรวจหนุ่มผู้ป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางอาญา ผู้รักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยแก่ประชาชนแห่งเวียงผาหมอก เป็นข้าราชการรุ่นใหม่ที่มีบุคลิกภาพภายนอกดีอุปนิสัยดูสุขุมแต่ร้ายลึก เป็นหนึ่งตัวละครที่ถูกสร้างให้เป็นภาพแทนของข้าราชการตำรวจที่เลือกก้มหัวให้คนชั่ว เป็นเบี้ยล่างที่เอื้อเฟื้อประโยชน์ให้แก่ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่กระทำความผิดที่มากขึ้น

ผู้สร้างแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของหมวดกันที่เลือกก้มหัวให้กับผู้มีอำนาจ โดยผ่านตัวละครอย่างรุ่งทิวา นายทุนผู้มีอำนาจในพื้นที่ไว้ในตอนที่ 14 ในฉากที่รุ่งทิวาใช้เสี่ยปอเป็นตัวประกันเพื่อแลกกับคลิปวิดีโอที่ตนได้ฆาตรกรรมเจนจิรา ครูแทนและหมอบรรณ จึงรีบเข้าไปช่วยเสี่ยปอแต่ไม่สามารถช่วยได้ สรวิชญ์กับทัดที่ตามมาช่วยในภายหลังก็ถูกหมวดกันจับได้และจึงนำตัวทั้งสองมาให้รุ่งทิวา ดังปรากฏรูปและข้อความต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 1 ฉากที่รุ่งทิวาและผู้การโต้จับเสี่ยปอมาเป็นตัวประกัน

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video].
https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

หมวดกัน “ครูแทนครับ รบกวนลดปืนลงจากเจ้านายของผมด้วยครับ”

หมวดกันได้นำตัวของสรวิชญ์กับทัดมาเป็นตัวประกันและบอกให้ครูแทนที่กำลังใช้ปืนจ่อรุ่งทิวาให้ลดปืนลง การกระทำดังกล่าวของหมวดกันเป็นการแสดงให้เห็นว่าหมวดกันเป็นพวกเดียวกันกับคนร้ายอย่างรุ่งทิวา พฤติการณ์ของหมวดกันเป็นความผิดในการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบเพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้กระทำความผิด และในประโยคที่ว่า “รบกวนลดปืนลงจากเจ้านายของผมด้วยครับ” คำว่า “เจ้านาย” ในที่นี้หมายถึงรุ่งทิวาที่เป็นคนเลว ทั้งนี้การใช้คำว่า “เจ้านาย” ของหมวดกันหมายถึงการยกให้กลุ่มผู้มีอิทธิพลในท้องที่เป็น

หัวหน้าหรือผู้มีอำนาจเหนือตนเองแทนที่จะหมายถึงผู้บังคับบัญชาหน่วยงาน แสดงถึงภาพแทนของตำรวจที่ใช้อำนาจในทางมิชอบเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับนายทุนที่มีอำนาจในท้องที่เพียงกลุ่มเดียวแทนการดูแลและปกป้องประชาชนซึ่งเป็นหน้าที่หลักของการเป็นตำรวจอีกด้วย

1.2 พ.ต.ต.จิรพัฒน์ ผลประเสริฐ (สารวัตรเอ็ม) รับบทโดย สพล อัศวมั่นคง

ข้าราชการตำรวจน้ำดีผู้ดูแลการสืบสวนสอบสวนคดีความส่วนใหญ่ของเวียงผาหมอก เป็นข้าราชการรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูง บุคลิกภาพดี แข็งแรง และมีลักษณะการพูดสุภาพเรียบร้อย มีความมุ่งมั่นและรักในอาชีพพร้อมที่จะรับใช้และให้บริการแก่ประชาชน เป็นหนึ่งในตัวละครที่ถูกสร้างให้เป็นภาพแทนของตำรวจที่ยังมีจิตสำนึกของความเป็นผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ มีความยึดมั่นในศีลธรรม โดยยึดประโยชน์ส่วนรวมเหนือประโยชน์ส่วนตน ซึ่งตัวละครสารวัตรเอ็มกล้ายืนหยัดกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง แม้ว่าตัวของเขาเองจะถูกผู้บังคับบัญชาสั่งใช้ให้ปฏิบัติตามในทางที่ผิดก็ตาม

ผู้สร้างพยายามเน้นให้เห็นถึงการปฏิบัติหน้าที่ในการเป็นตำรวจของสารวัตรเอ็มที่อำนวยความยุติธรรมและมีหน้าที่ผดุงความยุติธรรมให้กับประชาชน ทั้งการสืบสวน สอบสวน รวบรวมพยานหลักฐานและข้อเท็จจริงเพื่อวินิจฉัยคดี ซึ่งเขาปฏิบัติหน้าที่ของการเป็นตำรวจอย่างเต็มที่ในการค้นหาความจริงและพยายามจับตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษตามกฎหมาย ดังที่ปรากฏไว้ในตอนที่ 2 จากฉากที่หมอบรรณนำข้อมูลหลักฐานเพิ่มเติมจากการชันสูตรศพของครูเจนจิรามาแจ้งแก่สารวัตรเอ็ม ด้วยภาพและข้อความดังนี้



ภาพประกอบที่ 2 ฉากการได้รับข้อมูลเพิ่มเติมการชันสูตรศพของเจนจิรา

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video].
https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

สารวัตรเอ็ม “ยังไง ฝากคุณหมอเร่งส่งรายงานให้ด้วยนะครับ พวกผมจะได้ลุยกันอย่างเต็มที่สักที”

หมอบรรณ “ผมจะรีบสรุปให้เร็วที่สุดนะครับ สารวัตรไม่ต้องห่วง”

ตัวอย่างบทสนทนาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบงานของสารวัตรเอ็มในหน้าที่ของตนอย่างเสมอต้นเสมอปลายทั้งในการรวบรวมพยานหลักฐาน การสืบสวนสอบสวน การสอบปากคำหรือการซักถามผู้ต้องหา ผู้รู้เห็นเหตุการณ์หรือบุคคลอื่น และในประโยคที่ว่า “ยังไง ฝากคุณหมอเร่งส่งรายงานให้ด้วยนะครับ พวกผมจะได้ลุยกันอย่างเต็มที่สักที” การแสดงออกของสารวัตรเอ็มเป็นการแสดงถึงความทุ่มเทในการปฏิบัติ

หน้าที่โดยใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาการตำรวจเพื่อดำเนินการตามกระบวนการยุติธรรมต่อไป

1.3 พล.ต.ต.อนันต์ ปัญญาเพิ่มพูล (ผู้การโต้ง) รับบทโดย อนิรุจน์ กาเย็นทรีย์

ข้าราชการตำรวจชั้นผู้ใหญ่ระดับพลตรี มีบทบาทเป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้บังคับการตำรวจของเวียงผาหมอก โดยในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ตัวละครดังกล่าวมีบุคลิกภาพดี ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ เป็นข้าราชการผู้ใหญ่วัยกลางคน มีลักษณะนิสัยที่ค่อนข้างใจร้อนและมักใช้อารมณ์กับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ทั้งยังใช้อำนาจในทางมิชอบเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองและพวกพ้องที่เกิดจากอำนาจ บารมี และอิทธิพล

พฤติกรรมการใช้อำนาจโดยมิชอบต่อผู้ใต้บังคับบัญชาและการใช้อำนาจในการบิดเบือนคดีของผู้การโต้ง ปรากฏในตอนที่ 4 ฉากที่ผู้บังคับบัญชาอย่างผู้การโต้งตำหนิสารวัตรเอ็ม ซึ่งสาเหตุของการตำหนินั้นมีที่มาจากคดีของครูเจนจิราที่มีการแถลงข่าวกับประชาชนไปว่าเป็นคดีฆ่าตัวตาย แต่ในภายหลังมีคลิปเสียงที่บ่งชี้ให้เห็นชัดเจนว่าคดีครูเจนจิราถูกฆาตกรรม แต่ถูกบิดเบือนให้กลายเป็นเพียงคดีฆ่าตัวตาย ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้การโต้งรู้สึกเสียหน้าเป็นอย่างมาก ผู้สร้างจึงได้แสดงให้เห็นถึงความไม่พอใจของผู้การโต้งผ่านภาพและบทสนทนาดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 3 ฉากผู้การโต้งตำหนิสารวัตรเอ็ม

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video].

https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

ผู้การโต้ง “กูไม่เข้าใจว่ามันเป็นแบบนี้ได้ยังไงวะ”

สารวัตรเอ็ม “ขอโทษครับท่าน”

ผู้การโต้ง “พวกมึงทำงานกันประสาอะไร มึงรู้ใช่ไหมว่าถ้าเรื่องมันเป็นแบบนี้ คนที่เสียชื่อน่ะคือกู!”

สารวัตรเอ็ม “ครับ”

ผู้การโต้ง “ไปทำให้เรียบร้อยซะนะสารวัตร กับอีแค่คนผูกคอตายคนเดียว ไปทำให้มันจบ ๆ ไป”

สารวัตรเอ็ม “ครับท่าน”

จากบทสนทนาข้างต้นพบว่า มีการใช้คำพูดที่ไม่สุภาพและตะคอกโดยใช้น้ำเสียงแข็งกร้าวดุดันกับอีกฝ่ายเพื่อให้รู้สึกกลัว และใช้ท่าทางที่เป็นอวัจนภาษาโดยการใช้นิ้วชี้หน้าตำหนิผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาโดยไม่ฟังเหตุผลจากอีกฝ่าย การชี้หน้าข้างต้นเป็นการดูหมิ่นและไม่ให้เกียรติผู้อื่น และในประโยคที่ว่า “คนที่เสียชื่อน่ะคือกู!” ของผู้การโต้งแสดงให้เห็นว่า เขาห่วงชื่อเสียงมากกว่าความถูกต้องและไม่สนใจความถูกต้องหรือการเรียกร้องความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริสุทธิ์ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวเหมือนเป็นการกล่าวโทษสารวัตรเอ็มที่ทำงานบกพร่องโดยไม่ได้โทษว่าเป็นความผิดของตนเองซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่และควรต้องผดุงความยุติธรรมให้แก่คนในพื้นที่เลยแม้แต่น้อย ทั้งนี้ท้ายประโยคในบทสนทนาที่ว่า “ไปทำให้เรียบร้อยซะนะสารวัตร กับอีแค่คนผูกคอตายคนเดียว ไปทำให้มันจบ ๆ ไป” เป็นประโยคที่แสดงถึงการผลักภาระและสร้างภาพของตำรวจที่ไม่ตรวจสอบและดูแลประชาชนให้ได้รับความยุติธรรม

การนำเสนอภาพแทนของตำรวจที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ได้ถูกนำเสนอให้เห็นพฤติกรรมในด้านลบของตำรวจบ่อยครั้ง เช่น การใช้อำนาจในทางมิชอบ การใช้อภิสิทธิ์ของความเป็นตำรวจในการช่วยเหลือพวกพ้องของตนให้กระทำความผิดหรือพ้นความผิด รวมถึงพฤติกรรมส่วนตัวที่ทำให้ภาพลักษณ์ของตำรวจเสื่อมเสีย เป็นต้น โดยผู้สร้างมักกำหนดภาพแทนของตำรวจชั้นผู้ใหญ่ที่เลวและใช้อำนาจของตนเองกดทับผู้อื่น ทั้งยังใช้อำนาจโดยอาศัยช่องโหว่ทางกฎหมายในการทุจริตและช่วยเหลือผู้กระทำความผิดที่เป็นพวกพ้องของตน รวมถึงการเลือกก้มหัวให้คนชั่วเพื่อผลประโยชน์ทางการเงินและความก้าวหน้าในอาชีพ อย่างไรก็ตาม ผู้สร้างไม่ได้กำหนดตัวละครตำรวจให้เป็นตัวละครร้ายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ยังมีข้าราชการตำรวจที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวละครดี คือ สารวัตรเอ็ม ผู้สร้างกำหนดให้เป็นภาพแทนของตำรวจที่ดีรักในความถูกต้อง และต่อสู้กับกระบวนการที่ไม่ยุติธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงตำรวจที่เป็นไปตามความคาดหวังของสังคม เป็นที่พึ่งของประชาชน และมีหน้าที่ผดุงความยุติธรรม

2. ภาพแทนของอัยการกับการแสดงถึงความยุติธรรม

การวิเคราะห์ตัวบทในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่ามีตัวละครหลักที่รับบทเป็นพนักงานอัยการจำนวน 1 คน โดยมีการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมที่ค่อนข้างมั่นใจในตัวเอง มีความละเอียดรอบคอบ และสามารถจัดระเบียบความคิดตัวเองได้ดี ซึ่งตัวละครดังกล่าวก็เป็นภาพลักษณ์ภายนอกที่สังคมคาดหวังจากผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เป็นอัยการ ซึ่งตัวละครอัยการที่ปรากฏในเรื่อง ได้แก่

2.1 นายทรงศักดิ์ สว่างกุล (อัยการปื๊ด) รับบทโดย ภัทร เอกแสงกุล

พนักงานอัยการหนุ่มไฟแรง อายุประมาณ 30 ปีต้น ๆ หนึ่งในเจ้าหน้าที่รัฐที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและดูแลดำเนินคดีต่าง ๆ ในเวียงผาหมอกให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่าตัวละครดังกล่าวได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของผู้ร้ายที่มีบุกคลิกหน้าตาดี และมีรูปร่างสมส่วน เป็นที่รักของเพื่อน ๆและครอบครัว อีกทั้งยังมีพฤติกรรมที่ดี ให้เกียรติผู้อื่น และรักครอบครัวเป็นอย่างมาก แต่ในอีกด้านหนึ่งของตัวละครอัยการก็ยังถูกสร้างออกมาให้มีพฤติกรรมที่เห็นแก่ตัว หลงผิด และยังมีการกระทำที่เห็นอกเห็นใจผู้อื่นในเวลาเดียวกันอีกด้วย

ผู้สร้างแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการเห็นแก่ตัวและความต้องการในอำนาจของอัยการปื๊ด โดยปรากฏให้เห็นในตอนที่ 7 เป็นฉากที่มีการรวมตัวของผู้ผดุงความยุติธรรมและกลุ่มผู้บริหารตำแหน่งสูง ๆ ที่มีหน้ามีตาในสังคม ซึ่งครูเจนต้องการเปิดเผยความจริงและได้ตะโกนชี้หน้าด่าผู้ใหญ่ที่ร่วมโต๊ะด้วยกัน จึงทำให้อัยการปื๊ด

ซึ่งเป็นคู่รักไม่พอใจเป็นอย่างมาก ทั้งสองทะเลาะและถกเถียงกัน รวมถึงอัยการปี๊ดยังใช้ความรุนแรงกับครูเจนอีกด้วย ดังภาพและข้อความ ต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 4 ฉากอัยการปี๊ดไม่พอใจครูเจนพยายามจะเปิดเผยความจริง

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video].
https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

> ครูเจนจิรา “ห่วงตัวเองดีกว่าไหมปี๊ด เพราะว่าหลังจากนี้ ปี๊ดจะไม่มีอำนาจของคนพวกนั้นคอยหนุนหลังให้ปี๊ดอีก ปี๊ดคงกลัวมากเลยซินะ เพราะว่าปี๊ดน่ะ กระจอก! กระจอกจนต้องอาศัยบารมีคนอื่นคอยหนุนหลัง”

จากบทสนทนาข้างต้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงระบบอุปถัมภ์ที่หล่อเลี้ยงแนบชิดกับกลุ่มผู้ผดุงความยุติธรรม ซึ่งระบบอุปถัมภ์เป็นระบบที่ค่อนข้างขัดกับกลุ่มผู้ผดุงความยุติธรรมที่มุ่งใช้อำนาจของกฎหมายและอำนาจนิติบัญญัติในการปฏิบัติหน้าที่ และไม่ควรเห็นประโยชน์ของตนเองเหนือกว่าความยุติธรรม โดยในบทสนทนาได้สื่อให้เห็นอีกว่าอัยการปี๊ดพึ่งพาอำนาจของกลุ่มนายทุนผู้มีอิทธิพล

การนำเสนอภาพแทนของอัยการที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่าตัวละครอัยการปี๊ดมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและขัดแย้งกันกับบทบาทหน้าที่ของความเป็นพนักงานอัยการ ซึ่งตัวละครอัยการนี้เป็นภาพสะท้อนของบุคคลที่มีความต้องการหรือปรารถนาที่จะเติบโตในหน้าที่การงานให้สูงขึ้นและนำไปสู่ความก้าวหน้าในอาชีพ โดยไม่สนว่าการกระทำที่จะได้มาซึ่งอำนาจนั้นจะได้มาด้วยวิธีการใดก็ตาม ผู้สร้างได้นำเสนอตำแหน่งอัยการในรูปแบบตัวละครร้ายให้กระทำผิดขัดกับหน้าที่ของอัยการที่ต้องแสดงถึงความยุติธรรม ใช้คนรักของตัวเองเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่ตามมา หรือละอายต่ออาชีพของตนเอง ตัวละครอัยการปี๊ดมีความต้องการที่จะเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ของตนเองให้สูงขึ้น จึงใช้เจนจิราที่เป็นแฟนสาวมาเป็นเครื่องมือ ด้วยวิธีการที่ให้เจนจิราไปมีความสัมพันธ์เชิงชู้สาวกับผู้มีอำนาจ เพื่อแลกกับความก้าวหน้าและอำนาจที่สูงขึ้นโดยไม่คำนึงถึงความผิดชอบชั่วดี

ในตอนจบของเรื่อง ผู้สร้างได้นำเสนอตัวละครอัยการปี๊ดให้มีการกลับตัวกลับใจหรือการรับรู้ภายหลังว่าสิ่งที่ทำลงไปนั้นมีความผิดมหันต์หากแต่ไม่สามารถทำได้ ทั้งนี้ตัวละครอัยการปี๊ดยังสะท้อนให้เห็นภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่อยู่ในวัยกลางคนที่รับรู้ถึงการใช้อำนาจในทางที่ผิดและเพิกเฉย รวมถึงหาประโยชน์จากอำนาจในทางที่ผิดนั้น และเมื่อต้องการจะกลับตัวก็ไม่สามารถทำได้ เป็นเหมือนการระบุว่าผู้ผดุงความ

ยุติธรรมที่เคยกระทำความผิดหรือด่างพร้อยจะสูญเสียสถานะและบทบาทของผู้ผดุงความยุติธรรมทันที

3. ภาพแทนของผู้พิพากษากับการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรม

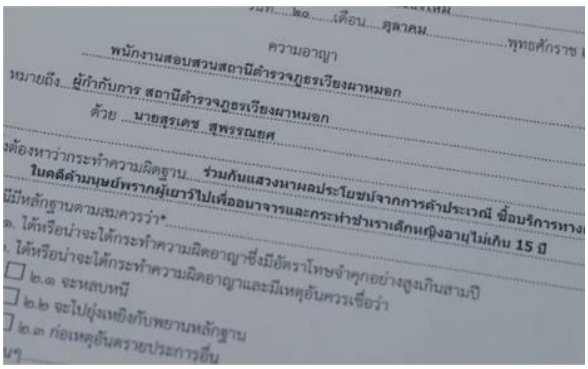
ละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบตัวละครที่รับบทเป็นผู้พิพากษาจำนวน 1 คน โดยมีพฤติกรรมการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความเข้าใจในกฎหมาย รวมไปถึงข้อบังคับใช้กฎหมายให้กับคู่ความในคดีต่าง ๆ ซึ่งตัวละครดังกล่าวเป็นภาพแทนถึงความยุติธรรมที่สังคมคาดหวัง โดยตัวละครผู้พิพากษาที่ปรากฏในเรื่อง ได้แก่

3.1 นายสุรเดช สุพรรณยศ (ผู้พิพากษาสุรเดช) รับบทโดย สาวิตร สุภานันท์

ผู้พิพากษาอาวุโสผู้มีอำนาจในการตัดสินและพิพากษาคดี ซึ่งผู้สร้างได้แสดงภาพตัวละครนี้ให้มีบทบาทในการให้คำปรึกษาและพิจารณาสำนวนคดีที่สำคัญต่าง ๆ ในเวียงผาหมอก โดยในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่าตัวละครมีภาพลักษณ์ภายนอกที่เป็นผู้พิพากษาที่ภูมิฐาน มีความรู้และอำนาจ หากแต่อีกด้านหนึ่งคือชายแก่ตัญหากลับที่มั่วสุมกระทำผิดกฎหมาย ทั้งค้าประเวณีและยาเสพติด

ผู้สร้างได้เสนอภาพของผู้พิพากษาที่มีความรู้ด้านกฎหมายแต่ใช้ความรู้และอำนาจของตนเองในทางที่ผิด โดยแสดงผ่านผู้พิพากษาสุรเดชที่กระทำผิดหากแต่ไม่ได้กังวลว่าตนเองจะถูกจับกุมเพราะตนเองทั้งมีความรู้ทางด้านกฎหมายและมีอำนาจ โดยปรากฏในตอนที่ตำรวจนำหมายศาลเพื่อขอจับกุมและขอลายพิมพ์ฟันเพื่อเป็นหลักฐานว่าผู้พิพากษานั้นมีความผิดจริง ดังภาพและบทสนทนาต่อไปนี้





ภาพประกอบที่ 5 ฉากสารเอ็มนำหมายศาลเพื่อจับกุมผู้พิพากษาสุรเดช

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video].
https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

ผู้พิพากษาสุรเดช “คุณไม่มีหลักฐานว่าผมเกี่ยวข้องกับการตายของครูเจนหรอกเพราะฉะนั้นคุณไม่สามารถจะจับผมด้วยหลักฐานออนไลน์พวกนั้นได้หรอก”

สารวัตรเอ็ม “ผมมีหมายศาลมาขอลายพิมพ์ฟันของท่านครับ ท่านผู้พิพากษา”

ผู้สร้างได้แสดงภาพแทนของผู้พิพากษาเป็นภาพของชายแก่ที่ไม่ยอมรับผิดกับสิ่งที่ตนทำ และยังไม่มีความสำนึกในข้อผิดพลาดของตน โดยผู้สร้างได้กำหนดให้ตัวละครผู้พิพากษาเป็นตัวละครร้ายและกระทำสิ่งที่ผิดกฎหมาย เช่น การใช้อำนาจในทางมิชอบ การบิดเบือนกฎหมาย การค้าประเวณี การมั่วสุมยาเสพติด

อีกทั้งตัวละครผู้พิพากษายังมีพฤติกรรมล่วงละเมิดทางเพศและชอบใช้ความรุนแรง มีความบกพร่องทั้งในส่วนของหน้าที่และพฤติกรรมส่วนตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับความคาดหวังของสังคมที่ว่าผู้พิพากษาเป็นอาชีพที่มีเกียรติ น่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์สุจริต และรักษาความยุติธรรม

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละครจากเรื่อง พฤติการณ์ที่ตาย” นั้น พบว่าผู้สร้างสะท้อนภาพลักษณ์ด้านลบของผู้ผดุงความยุติธรรมทั้งผู้ที่มีอาชีพตำรวจ อัยการ และผู้พิพากษา โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย ซึ่งแบ่งเป็นประเด็นหลัก ๆ ได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ภาพแทนของตำรวจและหน้าที่การปกป้องพลเมือง 2) ภาพแทนของอัยการกับการแสดงถึงความยุติธรรม 3) ภาพแทนของผู้พิพากษากับการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรม

ทั้งนี้ข้อสังเกตประการหนึ่งที่สะท้อนผ่านการสร้างภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” คือ ตัวละครสำคัญที่รับบทเป็นผู้ผดุงความยุติธรรมทั้งหมดในเรื่องเป็นเพศชาย และตัวละครร้ายในเรื่องได้ถูกนำเสนอว่าเป็นข้าราชการชั้นผู้ใหญ่หรือข้าราชการรุ่นเก่าที่ดำรงตำแหน่งมานานและเป็นถึงข้าราชการที่มีตำแหน่งในระดับสูง

จากผลการศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่ปรากฏในละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” พบว่าบทบาทตัวละครสำคัญที่ถูกนำเสนอผ่านอาชีพของผู้ผดุงความยุติธรรมมีลักษณะที่หลากหลาย ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านแนวคิดการสร้างภาพแทน (Representation) ของสจ๊วต ฮอลล์ (Stuart Hall) และใช้ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) ของราล์ฟ ลินตัน (Ralph Linton's Role Theory) มาใช้ในการวิเคราะห์ตัวละครผู้ผดุงความยุติธรรม ซึ่งละครชุดเรื่องนี้ผู้สร้างได้นำเสนอภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมโดยปรากฏใน 2 ลักษณะ คือ ผู้ผดุงความยุติธรรมที่เป็นคนดีและผู้ผดุง ความยุติธรรมที่เป็นคนไม่ดี ซึ่งผู้สร้างได้นำเสนอภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่เป็นคนไม่ดีไว้ในตัวละครร้ายและมักเป็นกลุ่มข้าราชการรุ่นเก่า และนำเสนอภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่เป็นคนดีไว้ในตัวละครที่เป็นกลุ่มข้าราชการรุ่นใหม่เพื่อต่อสู้กับชุดความคิดที่แตกต่างกัน ผลสรุปสุดท้ายภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมรุ่นเก่าที่มีด้านลบก็ถูกภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมที่เป็นคนรุ่นใหม่ล้มล้างอำนาจลงได้

ทั้งนี้การสร้างภาพแทนผู้ผดุงความยุติธรรมที่ปรากฏนั้นเกิดจากบริบทสังคมหรือปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นเพียงการสร้างความหมายผ่านภาษาและผ่านความคิดของผู้สร้าง สอดคล้องกับทฤษฎีประกอบสร้างความจริงทางสังคมที่ว่า “การรับรู้ความจริงของผู้รับสารนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เนื่องจากคนในสังคมมีประสบการณ์ในการรับรู้เรื่องราวสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่เท่ากัน ทำให้มีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งที่เหมือนและต่างกันไป” (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) แม้ว่าในสังคมมักจะประกอบสร้างให้กลุ่มผู้ผดุงความยุติธรรมมีความหมายและพฤติกรรมในแง่บวก แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ายังมีภาพผู้ผดุงความยุติธรรมในแง่ลบให้เห็นอยู่บ้างในสังคม ภาพแทนผู้ผดุงความยุติธรรมในเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” ถือเป็นภาพแทนชุดหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการให้ความหมายที่แตกต่างกันโดยอาจมาจากประสบการณ์ส่วนตัว ภูมิหลัง หรือประเด็นอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้สร้าง

ละครชุดเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” แสดงให้เห็นถึงการวิจารณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ การตั้งคำถามถึงความน่าเชื่อถือในระบบอาวุโส และการเสียดสีสังคมผ่านคำพูดของตัวละครหลัก และการกระทำผิดกฎหมายด้วยอำนาจและอิทธิพลของผู้มีอำนาจ ซึ่งการกระทำเหล่านี้ถูกนำเสนอผ่านกลุ่มอาชีพที่สังคมให้การยกย่องและเป็นการสะท้อนให้เห็นภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมในสังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมผ่านบทบาทตัวละคร จากเรื่อง “พฤติการณ์ที่ตาย” นี้เป็นการศึกษาจากละครชุดเพียงเรื่องเดียว ซึ่งในปัจจุบันนั้นมีละครเรื่องอื่นอีกมากมายและหลากหลายที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรม ทั้งนี้ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงอาจศึกษาภาพแทนของ ผู้ผดุงความยุติธรรมในละครชุดอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจให้ความหมายแตกต่างออกไปจากละครชุดที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาเพื่อเชื่อมโยงให้เห็นถึงภาพแทนที่ปรากฏในแต่ละเรื่องได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมเพิ่มเติมโดยอาจเลือกศึกษาจากงานประเภทอื่น ๆ บ้าง เช่น นวนิยาย ภาพยนตร์ ข่าว หรือรายการต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อดูว่าผลงานดังกล่าวมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาพแทนของผู้ผดุงความยุติธรรมหรือไม่ และผู้สร้างมีกลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาหรือสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

รัชดา แดงจำรูญ. (2538). *“ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ ปี 2537”.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาพร ธนะนุทรัพย์. (2551*). อิทธิพลของสื่อละครทางโทรทัศน์ต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรม : กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหิดล.* ปริญญาตรี วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุพัตรา สุภาพ. (2544). *สังคมวิทยา.* (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช จำกัด.

สุรเดช โชติอุดมพันธ์. (2548). *วาทกรรม ภาพแทน อัตลักษณ์.* วรรณคดีศึกษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรม 2.คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Wetv. (2020, November 30). "Manner of Death" [Video]. https://wetv.vip/th/play/bi3mcnv6qg0os9k/b0035046n4p

โครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast”

Discourse Structures and Language Strategies in Conversational discourse in “Readery Podcast”

รัตน์ชฎา บุญจันทร์[*1] วรายุทธ ยอดใจ[2] อริสา เสริฐประสิทธิ์[3] และอภิชญา แก้วอุทัย[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างปริจเฉท และกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” โดยเก็บข้อมูลจากเทปรายการ Readery Podcast บนแพลตฟอร์ม Youtube ช่อง THESTANDARDPODCAST ที่มียอดวิวสูงสุดในปี 2021 จำนวน 9 EP. ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างปริจเฉทมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างส่วนเปิด โครงสร้างส่วนเนื้อเรื่อง และโครงสร้างส่วนสรุป และด้านกลวิธีทางภาษาจำแนกได้ 6 กลวิธี ได้แก่ 1. การซ้ำถ้อยคำ 2. การใช้ถ้อยคำภาษาต่างประเทศ 3. การใช้ถ้อยคำยกตัวอย่าง 4. การใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึก 5. การใช้คำแสดงความคิดเห็น และ 6. การใช้ถ้อยคำแสดงคำถาม

คำสำคัญ : กลวิธีการใช้ภาษา ปริจเฉท พอดแคสต์

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์ ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: 6211110104@psu.ac.th

Abstract

The purposes of the study are to analyze discourse structures of conversation and analyze the language strategies in conversational discourse in Readery Podcast by collecting data from recording of Readery Podcasts through Youtube platform THESTANDARDPODCAST channel only the playlist of Readery with the most views in 2021, 9 EP. The results of the study found that discourse structures of conversation and analyze the language strategies in conversational discourse in Readery Podcast was 3 part, 1. starting a conversation 2. content structure and 3. the ending structure. The language strategies consist of 6 strategies including 1. repetition of words 2. using foreign language words 3. example 4. using words to express feelings 5. using words for opinion and 6. using questions.

Keywords : Language strategies, Discourse, Podcast

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมต่างก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้คนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงในการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ทำให้ทุกคนในสังคมต่างต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การทำงาน การรักษาพยาบาล รวมไปถึงการอุปโภคบริโภค และหนึ่งในปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของการเข้าสู่ระบบออนไลน์นั่นคือ ปัญหาด้านสภาพจิตใจ เมื่อผู้คนต่างต้องใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เกือบ 24 ชั่วโมง ส่งผลทำให้สภาพจิตใจเกิดภาวะเครียดทั้งในเรื่องของการเรียน การทำงาน ครอบครัว และสภาพแวดล้อมที่ต้องพบเจอ ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาหาวิธีการดูแลสภาพจิตใจของตัวเองมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การกินอาหารที่มีประโยชน์ การพักผ่อนให้เพียงพอ หรือแม้กระทั่งหาความบันเทิงเพื่อคอยปลอบประโลมจิตใจ เช่น การดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือ หรือการฟัง Podcast เพื่อช่วยให้ผู้คนคลายเครียด และหลุดพ้นจากสภาวะนี้ไปได้

เมื่อพูดถึงสิ่งที่ให้ความบันเทิงที่ให้แนวทางการแก้ไขปัญหาในการใช้ชีวิตที่จัดอยู่ในรูปแบบสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันคงหนีไม่พ้น “พอดแคสต์” (Podcast) ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบของสื่อออนไลน์ที่มีการสื่อสารทางเสียงหรือรูปแบบของช่องรายการต่าง ๆ ผ่านการเล่าเรื่อง รวมไปถึงการสนทนาด้วยเสียงที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสหรัฐเมริกา (ดวิษ ประภายนต์, 2562) โดยพอดแคสต์มีการพลิกแพลงจากรายการโทรทัศน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่เน้นให้ความรู้ ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่พอดแคสต์นั้นมีลักษณะการเล่าเรื่องในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเล่าเรื่องเพื่อให้ความรู้ คำแนะนำ การเล่าเรื่องเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ การเล่าเรื่องเพื่อบำบัดทั้งในเรื่องของสภาพจิตใจและพฤติกรรม อีกทั้งยังสามารถให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟังได้อีกด้วย และในปัจจุบัน Podcast ได้แพร่หลายไปในทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Spotify, Apple Podcast, Sound Cloud, Youtube เป็นต้น

หนึ่งในแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในการเข้าถึงการใช้บริการเข้าฟัง Podcast นั่นคือ Youtube เพราะเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงและใช้บริการได้ง่าย รวมไปถึงมีให้เลือกฟังหลากหลายช่องรายการ และหนึ่งในช่องรายการที่มีความน่าสนใจในการให้สาระ แนวคิด และความบันเทิงได้เป็นอย่างดีนั่นคือ ช่อง THE STANDARD PODCAST ซึ่งเป็นช่องที่ได้รับความนิยม และมีกระแสตอบรับที่ดีจากผู้ฟัง รวมไปถึงรายการ Readery Podcast ที่เป็นหนึ่งในรายการที่ได้รับความนิยม และสามารถสร้างจุดขายให้กับช่อง THE STANDARD PODCAST อีกด้วย

“รายการ Readery Podcast” เป็นหนึ่งรายการที่อยู่ในช่อง THE STANDARD PODCAST ที่มีการแนะนำหนังสือให้กับผู้ที่กำลังประสบปัญหาเรื่องเวลา และReadery Podcast ถือว่าเป็นอีกหนึ่งรายการที่ช่วยในการเลือกสรรหนังสือที่น่าสนใจให้เราตัดสินใจในการเลือกซื้อ เลือกอ่านได้ง่ายขึ้น ในส่วนของการดำเนินรายการ จะมีผู้ดำเนินรายการหลักทั้งหมดสองท่านมาร่วมพูดคุยบอกเล่า แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดจากหนังสือที่ผู้ดำเนินรายการได้อ่าน โดยมีการเรียบเรียงคำพูดผ่านบทสนทนาที่ใช้ภาษาอย่างเป็นกันเอง มีการสร้างอรรถรสในการเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้ฟังได้ผ่อนคลาย และให้ความเพลิดเพลินต่อผู้ฟังได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่ามีผู้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดในประเด็นของโครงสร้างปริจเฉท และกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่อง โดยปาริฉัตร พิมล (2562) ได้จำแนกกลวิธีการใช้ภาษาของธีมะ กาญจนไพริน ในรายการข่าว “จั๊ด ซัดทุกความจริง” ปวิรศา ประดิษฐ์ศร (2560) ได้ศึกษาปริเฉทการเล่าข่าวในรายการโทรทัศน์: “เรื่องเล่าเช้านี้” และ “เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์” และพระมหาสันติราษฎร์ ฌานสนฺติ (พวงมลิ) (2562) ได้ศึกษากลวิธีในการใช้ภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยพบว่ายังไม่มีผู้ศึกษาในประเด็นของงานวิจัยเรื่องศึกษาโครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast”

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” บนแพลตฟอร์ม Youtube เพื่อมุ่งเน้นให้เห็นถึงโครงสร้างปริจเฉท หรือองค์ประกอบของรายการและกลวิธีทางภาษาในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้พูดและผู้ฟังผ่านสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Youtube ผ่านรายการ Readery Podcast

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างปริจเฉทของรายการ Readery Podcast
2. เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในรายการ Readery Podcast

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดปริจเฉท และโครงสร้างปริจเฉท แนวคิดกลวิธีการใช้ภาษา

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปผ่านรายการ Readery Podcast ซึ่งใช้ข้อมูลจากการถอดเทปรายการ Podcast จำนวน 1 แหล่งข้อมูล คือ เทปรายการ Readery Podcast และจากการวิเคราะห์ข้อมูล

รายการ Readery Podcast ทางช่อง THE STANDARD PODCAST ที่มียอดวิวสูงสุดในปี 2021 จำนวน 9 EP จากทั้งสิ้น 10 EP ได้แก่ 1) นี่เราใช้ชีวิตยากเกินไปหรือเปล่านะ | Readery EP.107 2) 4 ขั้นตอน ปรับพฤติกรรมเล็ก ๆ เพื่อชีวิตที่ดีได้กว่าที่เป็น | Readery EP.108 3) คืนเวลาให้ชีวิตด้วยแนวคิดทำงานสัปดาห์ละ 4 ชั่วโมง | Readery EP.110 4) ปฐมบทของเผ่าพันธุ์มนุษย์ สิ่งมีชีวิตที่เชื่อในเรื่องเล่า | Readery EP.115 5) กุญแจออกจากกรงขัง ที่ไม่ทำให้คุณเชื่อง | Readery EP.117 6) Range เมื่อโลกใหม่ เป็นโลกของคนแบบเป็ด | Readery EP.121 7) เจ้าชายน้อย เมื่อเราเติบโต จงอย่าลืมความเป็นเด็ก | Readery EP.122 8) Reasons to Stay Alive เหตุผลของการมีชีวิตอยู่ในวันสิ้นหวัง | Readery EP.123 และ 9) The Midnight Library อย่ากลัว การใช้ชีวิตจนไม่ได้ใช้ชีวิต | Readery EP.124

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ดังนี้

3.1 วิเคราะห์โครงสร้างปริจเฉท โดยปรับประยุกต์ตามแนวคิดของ ปาริฉัตร พยุงศรี (2021)

3.1.1 โครงสร้างส่วนเปิด แบ่งออกเป็น การแนะนำตัวผู้พูด หรือพิธีกร และการทักทายผู้ฟัง

3.2.2 โครงสร้างเนื้อเรื่อง แบ่งออกเป็น การเล่าประสบการณ์ของผู้พูด การเล่าเพื่อให้ความรู้

คำแนะนำ การเล่าเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และการเล่าเพื่อการโฆษณา

3.3.3 โครงสร้างส่วนสรุป แบ่งออกเป็นการสรุปเนื้อหา เพื่อให้ข้อคิด และการกล่าวลา

3.2 วิเคราะห์กลวิธีทางภาษา โดยปรับประยุกต์ตามแนวคิดของ รัชนี ศิริไสยาสน์ (2551) และ ปาริฉัตร พยุงศรี (2021)

4. สรุปและอภิปรายผลพร้อมข้อเสนอแนะ

นำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ อภิปรายผล และเขียนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์โครงสร้างปริจเฉท และการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ Readery Podcast โดยผลการศึกษามีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างปริจเฉทในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast”

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยจะศึกษาโครงสร้างของปริจเฉทในการเล่าเรื่องผ่านรายการ Readery Podcast เป็นอันดับแรก เพื่อให้ทราบลักษณะของการเล่าเรื่องผ่านรายการ เพื่อทำความเข้าใจภาพรวมโครงสร้างของตัวรายการก่อน แล้วจึงทำความเข้าใจภาษาของผู้เล่าเรื่องที่ใช้ในการเล่าผ่านรายการอย่างละเอียดต่อไป ดังนี้

1.1 โครงสร้างส่วนเปิด

โครงสร้างส่วนเปิดในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง บทสนทนาที่เป็นการเกริ่นนำของรายการที่เกิดจากบท

สนทนาของพิธีกร หรือคู่สนทนาที่เป็นการพาให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วมในรายการ ที่เป็นการเชื้อเชิญให้ผู้ฟังเกิดความสนใจที่จะฟังในประเด็นต่าง ๆ และเป็นเอกลักษณ์ที่จะอยู่ในทุกตอน โดยมีการเปิดรายการด้วยถ้อยคำที่ว่า

"เหงา เบื่อ เศร้า ต้องการกำลังใจ แต่ไม่รู้จะทำอย่างไร เราขออาสาเลือกหนังสือให้ และเป็นเพื่อนอ่านกันต่อไป เพราะเราเชื่อว่าการอ่านจะทำให้ได้คำตอบที่ต้องการเสมอ"

หลังจากนั้นจะเปิดโดยการแนะนำตัวผู้พูดหรือพิธีกร ต่อมาจะเป็นการทักทายผู้ฟังก่อนเข้าประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การทักทาย การตั้งคำถาม และการบอกเล่า

(1) แนะนำตัวผู้พูด หรือพิธีกร หมายถึง เป็นการแสดงตัวตนต่อผู้ฟัง อาจเป็นการแนะนำสั้น ๆ ด้วยการบอก เพียงชื่อจริง ชื่อเล่น เพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวผู้พูดนั้นเป็นใคร และทำอะไรอยู่ หรืออาจให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ทำ เช่น ในรายการ Readery Podcast มีการแนะนำตัวพิธีกร ด้วยถ้อยคำที่ว่า

"สวัสดีครับ ผมโจ วรรณพิณ สวัสดีครับ ผมเน็ต นัฏฐกร และนี่คือ Readery Podcast"

(2) การทักทายผู้ฟัง หมายถึง การกล่าวถ้อยคำที่แสดงถึงความเป็นมิตรต่อคู่สนทนา ไม่ว่าจะเป็นการถามไถ่ การบอกกล่าว ซึ่งการทักทายในรายการ Readery Podcast พบโครงสร้างการทักทาย 2 รูปแบบ ได้แก่ การทักทายเพื่อถามไถ่ ความรู้สึก เรื่องชีวิตประจำวันทั่วไป และการทักทายเพื่อบอกกล่าวในสิ่งที่ต้องการอธิบาย หรือบอกเล่าประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ และเกิดความสนใจในประเด็นนั้น

ก) การทักทายเพื่อถามไถ่ หมายถึง การซักถามเพื่อเริ่มบทสนทนาเล็ก ๆ น้อย ๆ ระหว่างพิธีกรคู่สนทนา และผู้ฟังเพื่อให้เกิดความรู้สึกสนิทสนม และแสดงความห่วงใย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 : ช่วงนี้***<u>เป็นยังไงกันบ้าง</u>***ครับทุกคน *(Readery EP.123)*

ตัวอย่างที่ 2 : นี่เราใช้ชีวิตยากเกินไป***<u>หรือเปล่านะ</u>***พี่โจ้ *(Readery EP.107)*

จากตัวอย่างที่ (1)-(2) เป็นการทักทายเปิดการสนทนาระหว่างคู่พิธีกร กับผู้ฟังผ่านโดยพิธีกรมีการทักทายในลักษณะถามไถ่ เนื่องจากต้องการแสดงความรู้สึกห่วงใยระหว่างพิธีกรกับผู้ฟัง และพิธีกรร่วมรู้สึกเป็นกันเอง สามารถเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาของหนังสือที่ชื่อว่า **"นี่เราใช้ชีวิตยากเกินไปหรือเปล่านะ"** ที่เป็นการเล่าเรื่องที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน พิธีกรจึงเลือกใช้คำทักทายที่มีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาของหนังสือ และแฝงคำพูดที่สามารถทำให้ผู้ฟังได้คิดตาม

ข) การทักทายเพื่อบอกกล่าว หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ที่คู่พิธีกรเคยพบเจอ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมในการรับฟังเรื่องราวเหล่านั้น ซึ่งในรายการ Readery Podcast มักจะเจอการใช้คำว่า "เป็นยังไงบ้าง" ขึ้นการสนทนา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 3 : ***ในช่วงนี้เป็นช่วงที่เรารู้สึก Burn out เล็ก ๆ โว้ย แล้วหาทางออกกับตัวเองยังไม่ได้ว่าข้างในมันแบบหนักอยู่ แต่พออ่านเจ้าชายน้อยอีกรอบเนี่ย รอบที่เท่าไหร่แล้วไม่รู้มันทำให้เรารู้สึกผ่อนคลายขึ้นจากการที่เราจำได้ว่าข้างใน มันยังมีเด็กชายที่วิ่งเล่นอยู่ แล้วช่วงนี้เราไม่ได้ดูแลเขาเจ้าชายน้อยชวนให้เราหันกลับมาดูแลตัวเองอีกครั้งหนึ่ง (Readery EP.122)***

จากตัวอย่างที่ (3) เป็นการทักทายเปิดการสนทนาระหว่างคู่พิธีกร กับผู้ฟังผ่านรายการ Readery Podcast ต้องการบอกกล่าวความรู้สึกของพิธีกรทั้งคู่ ในตัวอย่างนี้ พิธีกรมีการทักทายในลักษณะประโยคบอกเล่าความรู้สึกที่ได้เจอกับตัวเองถึงอาการ Burn out และการหาทางออกให้กับตัวเองไม่ได้ นำมาบอกกล่าวแก่ผู้ฟังถึงวิธีที่จะช่วยแก้ไขเพื่อทำให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมไปกับพิธีกร

1.2 โครงสร้างส่วนเนื้อเรื่อง

โครงสร้างส่วนเนื้อเรื่อง หมายถึง บทสนทนาที่เป็นส่วนถัดไปต่อจากโครงสร้างส่วนเปิดที่เป็นการทักทาย เป็นโครงสร้างที่พิธีกร หรือคู่สนทนาพูดถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจเนื้อหา และเรื่องราวในทุก Episode ของรายการ Readery Podcast ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

(1) การเล่าประสบการณ์ของผู้พูด หมายถึง การนำเอาประสบการณ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตัวผู้พูดได้เคยประสบพบเจอมา แล้วนำมาแบ่งปันให้แก่ผู้ฟังได้ฟัง และเหตุการณ์เหล่านั้นจะต้องเชื่อมโยงกับเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ ที่นำมาเล่า ไม่ว่าจะอยู่ในรูปการอธิบาย การพรรณนาให้เห็นภาพ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 4 ***“ขอเล่าก่อน กาลครั้งหนึ่งมีชายหนุ่มคนหนึ่งซึ่งเกลียดการออกกำลังกายมาก เขาจอดรถให้ใกล้ประตูทางเข้ามากที่สุดเพื่อที่จะเดินน้อยที่สุด เขาคำนวณระหว่างจุด A ไปจุด B ว่าต้องเดินยังไง ถึงจะได้ระยะกระจัดที่แบบเดินน้อยที่เกลียดการออกกำลังกายมาก จนวันนึงเข้าไปหาหมอ หมอวินิจฉัยว่า เขาเป็นโรคความดันสูง เพราะออกกำลังกายน้อยหนุ่มคนนี้ไม่รู้จะทำยังไงก็เริ่มแบบว่าออกไปวิ่งออกไปเดินเล่น ออกไปเดินในสวน ทำได้วันสองวันก็เลิก จนกระทั่งชายหนุ่มคนนี้ได้เจอหนังสือเล่มนึง หนังสือเล่มนั้นคือ Atomic Habits แล้วผู้ชายคนนั้นก็คือพี่โจ้เอง หลังจากที่เราได้อ่านหนังสือเล่มนี้แล้วเอาไปทำตามทุกสิ่งที่หนังสือเล่มนี้บอก ปรากฏว่าเราไม่อยากพลาดการไปวิ่งที่สวนแม้แต่วันเดียวเลยอะ โจ้ทึ่งเรื่องนี้กับตัวเองมาก ๆ ปกติกูเกลียดมากกับการออกกำลังกาย แต่มันมีอะไรบางอย่างที่หนังสือเล่มนี้เปลี่ยนแปลงเราได้ คือหนังสือเล่มนี้ไม่ธรรมดามาก ๆ ” (Readery EP.108)***

จากตัวอย่างที่ (4) เป็นการเล่าเรื่องที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความอยาก อยากที่จะไปออกกำลังกาย เป็นการชักชวน เนื่องจากตัวพิธีกรนั้นได้มีปัญหาในเรื่องของสุขภาพ ซึ่งมันก็สามารถนำเรื่องราวนี้มาเชื่อมโยงเข้ากับเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ได้ และทำให้เห็นว่าถ้าหากเราได้ทำตามเป้าหมายสำเร็จ เหมือนพิธีกรคนนี้แล้วนั้นจะทำให้เรามีสุขภาพที่ดีขึ้น หรือทำให้ตัวผู้ฟังเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไรกับตัวเองบ้าง

(2) การเล่าเพื่อให้ความรู้ คำแนะนำ หมายถึง การเล่าที่ผู้ฟังสามารถนำคำพูด หรือความรู้ที่ได้จากผู้พูด ไปปรับใช้ในวิถีปฏิบัติของตัวเองได้ ทั้งในชีวิตประจำวัน หรือในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 5 “ยกตัวอย่างเหมือนอย่างที่เราอ่านมาจากหนังสือเซเปียนส์อ่ะนะว่ามีวัฒนาการของมนุษย์คือเราเป็นเผ่าพันธุ์ที่เรียกว่าดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยการได้รับรางวัลอย่างรวดเร็วมาแต่ไหนแต่ไรอยู่แล้วคือรางวัลที่รวดเร็วของโฮโมเซเปียน คืออะไร ก็คือ เกลือ น้ำตาล และไขมัน คือเรื่องการอยู่รอดของเผ่าพันธุ์มนุษย์เลย เพราะฉะนั้นไม่แปลกใจเลยที่เราอ่ะจะหักห้ามใจไม่ได้กับพิซซ่า กับเฟรนฟรายกับของหวานต่าง ๆ เลยนะก็รู้สึกว่ามันอยู่ในยีนส์เราอ่ะ ของหวาน ของรสเค็มแล้วก็ไขมันเนี่ย มันเป็นสิ่งที่เป็น reward กับให้กับระบบร่างกายของเราอยู่แล้วคือพลังงาน” (Readery EP.115)

จากตัวอย่างที่ (5) เป็นเรื่องเกี่ยวกับวิวัฒนาการมนุษย์ พิธีกรได้บอกเล่า ใจความสำคัญที่ทำให้เรารับรู้ในทันทีว่าเรื่องนี้เกี่ยวกับเรื่องอะไร และด้วยความที่เรื่องนี้มีความเชื่อมโยงกับ ตัวมนุษย์เราโดยตรง ทำให้พิธีกรมีการแสดงความคิด และความรู้สึกลงไปกับเรื่องราวเหล่านี้ด้วย

(3) การเล่าเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ หมายถึง การพูดเพื่อชักจูงใจ เพื่อถ่ายทอดข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และความรู้สึกของผู้พูดไปสู่ผู้ฟัง เป็นการสร้างพลังจากแรงจูงใจภายในจิตใจเพื่อชักนำให้ผู้ฟังเชื่อ และปฏิบัติตามที่ผู้พูดต้องการ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 6 “โค้ดนึงในหนังสือ ในหนังสือเขียนว่า ฟังฉันนะโจพี่ไม่จำเป็นต้องเข้าใจชีวิต พี่เพียงแค่ต้องใช้ชีวิต ตอนอ่านก็อ่านไปอะ อ่านเลยไปอีกหน้านึง และอยู่ๆมันก็จึกขึ้นมา เห้ย! นี่มันเขียนว่า ฟังฉันนะพี่โจ้พี่ไม่จำเป็นต้องเข้าใจชีวิต พี่เพียงแค่ต้องใช้ชีวิต โอ้โห! หลังจากนั้นมันเหมือนแบบ breakdown อ่ะ มันเหมือนแบบโหยได้รับคำตอบต่าง ๆ นา ๆ มากมายว่า เห้ย! จริงๆแล้วเราไม่ต้อง..... เข้าใจชีวิตทุกอย่าง แล้วเราพบว่า ความรู้สึกของเราที่แบบเราอยากเข้าใจทุกอย่างว่า เห้ย! เกิดอะไรขึ้นวะ แล้วแบบวัคซีนคืออยู่ไหนนะ แล้วเราจะได้ฉีดวัคซีนเมื่อนไหร่นะ แล้วเราจะตายมั้ยนะ แล้วเราจะ เราจะใช้ชีวิตหลังจากนี้กันยังไงนะ มันหายไปหมดเลย เพราะว่าหนังสือบอกว่า พี่โจ้เพียงแค่ต้องใช้ชีวิตอ่ะ มันเลย หนังสือเรื่อง Midnight Library สำหรับเรามันเลยกลายเป็น spiritual moment จริง ๆ ตามที่แบบว่าตอนเริ่ม ๆ อ่านแล้วเราได้ยินเสียงนี้ขึ้นมา” (Readery EP.124)

จากตัวอย่างที่ (6) เป็นการเล่าด้วยการใช้ถ้อยคำหรือ คำพูดที่กินใจโดยใช้ประโยคที่อิงจากประสบการณ์ชีวิตที่ผู้คนส่วนใหญ่ต้องพบเจอ อีกทั้งคำพูดดังกล่าวนั้นเป็นประโยคที่ตรงใจ และสามารถอธิบายความรู้สึกของพิธีกรได้ ทำให้ตัวพิธีกรสามารถรู้สึกไปกับมันได้ดี ทำให้เขาเองนำประสบการณ์ชีวิตของตัวเองมาบอกเล่าเพื่อเสริมคำพูดเหล่านั้นให้เรารู้สึกสนใจ และมีอารมณ์ร่วมไปด้วย

(4) การเล่าเพื่อการโฆษณา หมายถึง การเล่าเรื่องในประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดมีการโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดความคล้อยตาม และสนใจในสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่พิธีกรได้แฝงอยู่ในเรื่องราวที่พิธีกรได้เล่าให้ฟัง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 7 ***"ถึงแม้หนังสือหนังสือเล่มนี้จะผู้เขียนฮาวันจะเป็นคนอายุ 40 ที่ทำงานในระบบมาซักระยะนึงแล้ว แล้ว burn out แล้วก็ลาออกเรื่องมันอาจจะเป็นอย่างนี้ก็จริงเนอะ เอาดี ๆ เราว่าหนังสือเล่มนี้ไม่ได้เหมาะแค่คนที่อยู่ในวัยแบบว่ากลางคนที่จะ midlife crisis เท่านั้น หนังสือไม่ได้พูดถึงการลาออกจากงานเท่านั้น หนังสือพูดถึงการลออกจากระบบหรือmindsetเดิม ๆ ที่เรามีอยู่ เช่น น้องที่จบมหาวิทยาลัยใหม่ๆกำลังสับสนกับ mindset เดิม ๆ ว่าเรียนจบทางด้านอย่างนั้นอย่างนี้ต้องทำงานบริษัทอย่างนั้นอย่างนี้ หรือ even ที่คนที่เกษียณอายุแล้วต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ตามระบบหรือmindset เดิม" (Readery EP.107)***

จากตัวอย่างที่ (7) ใน EP.นี้ มีการโฆษณาโดยพูดคุยระหว่างพิธีกรทั้งสอง มีการพูดคุยให้เห็นว่าผู้เขียนต้องการสื่อสารอะไรกับคนอ่าน มีวิธีการชักชวน และทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าเรื่องนี้เคยเกิดกับตัวเองเหมือนกัน รวมถึงทำให้เห็นว่าหนังสือเล่มนี้เหมาะกับทุกช่วงวัย ไม่ว่าจะเป็นเด็กจบใหม่ วัยค้นหาตัวเอง วัยทำงาน หรือแม้แต่วัยที่มีความมั่นคงในชีวิตก็สามารถหยิบเล่มนี้ขึ้นมาอ่านได้

1.3 โครงสร้างส่วนสรุป

โครงสร้างส่วนท้าย หมายถึง บทสนทนาที่ปรากฏหลังจากการพูดในส่วนเนื้อหา เพื่อเป็นการสรุปส่งท้ายการสนทนาระหว่างผู้พูด และตัวผู้ฟัง โดยในรายการ Readery Podcast มีการสนทนาส่งท้ายที่มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ เพื่อการกล่าวลา และให้ข้อคิด เพื่อเป็นการตัดจบรายการที่ครบองค์ประกอบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การสรุปเนื้อหาเพื่อให้ข้อคิด หมายถึง เป็นการพูดที่ชี้ให้เห็นถึงคุณค่าในเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารให้กับผู้ฟัง โดยผู้ฟังจะสามารถรับรู้ได้ถึงสิ่งที่ผู้พูดต้องการสื่อออกมา อาจจะเป็นการทิ้งท้ายเพื่อให้ผู้ฟังได้นำไปคิดตาม หรือสามารถนำข้อคิดเหล่านี้ไปปรับใช้กับวิถีชีวิตของตนเองได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 8 ***"เราทั้งหลายรอดตายมาได้ไม่ใช่เพราะว่ามีดหิน หรือว่าอาวุธที่เราสร้างแต่เป็นเพราะว่าเรื่องเล่านั่นแหละที่เราสร้างขึ้นมาแต่ยิ่งไปกว่านั้นเราต้องระลึกอยู่เสมอว่าเรื่องเล่าเป็นแค่อุปกรณ์ หรือ Tool หนึ่งที่เราเอามาใช้เพื่อทำให้ชีวิตเราดีขึ้น เรื่องเล่าไม่ว่าจะเป็นเรื่องชาติ ศาสนา บริษัทการเงิน จงใช้มันอย่างฉลาดแล้วคิดว่ามันเป็นอุปกรณ์อย่าให้มันมา control เราแต่เราอ่ะต้องใช้มันเพื่อทำให้ชีวิตของเราดีขึ้น" (Readery EP.115)***

จากตัวอย่างที่ (8) จะเห็นว่าเป็นการบอกกล่าวที่ให้ข้อคิดว่า ที่เรามีชีวิตรอดมาจนถึงปัจจุบันนี้เพราะเกิดจากการที่คนเราสร้างเรื่องราวขึ้นมา เพื่อให้ตัวเราอยู่รอด แต่หากสิ่งนั้นเป็นเพียงแค่อุปกรณ์อย่าง

หนึ่งในชีวิตเราที่เราควรจะนำมาใช้อย่างฉลาดเพื่อให้ชีวิตของเรานั้นดีขึ้น ซึ่งข้อคิดที่ได้จากตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่า ชีวิตคนเรามักจะสร้างขึ้นมาจากเรื่องราว และเราต้องอยู่กับมันตลอดเราควรนำสิ่งนี้มาพัฒนา และใช้มันมาทำให้เรามีชีวิตที่ดี

(2) การกล่าวลา หมายถึง ตัวบทพูดที่ถูกกล่าวในตอนท้ายสุด เป็นการสรุปปิดท้ายของรายการ ส่วนมากจะกล่าวลาด้วยการ “ขอบคุณ” หรือปิดท้ายด้วยคำว่า “สวัสดี” โดยในรายการ Readery Podcast จะมีการกล่าวลาในรูปแบบเดียวกันทุกตอน เป็นการกล่าวลาที่มีการโฆษณา เกี่ยวกับรายการของตัวเอง และยังมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจบทความของเรื่องนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ฟังที่สนใจสามารถแลกเปลี่ยนพูดคุย หรือติดตามเรื่องราวต่อไปได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“Readery podcast จะอัปเดตหนังสือที่น่าสนใจให้คุณทุกวันศุกร์ ถ้าใครมีเล่มไหนอยากแลกเปลี่ยน คอมเมนต์เพิ่มเติมหรือติด “#” Readery podcast ได้นะครับ เราเชื่อว่ามีหนังสือดี ๆ อีกมากมายรอให้อ่านอยู่เสมอ ติดตาม Readery podcast ได้ทางเว็บไซต์ (The standard podcast player ที่คุณใช้ spotify soundcloud และyoutube) The Standard podcast I opening for your ears”

2. กลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ Readery Podcast

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ Readery Podcast ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้กลวิธีทั้งหมดจำแนกได้ 6 กลวิธี ดังนี้

2.1 การซ้ำถ้อยคำ[6] หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่ต้องการที่จะเน้นย้ำ เพื่อต้องการสร้างจุดสนใจ และเป็นการโน้มน้าวของผู้ฟังให้เข้าใจในเนื้อหา หรือประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดได้ทำการสื่อสารได้มากขึ้น ซึ่งจะอยู่ในรูปของคำ วลี หรือแม้แต่เป็นประโยคสั้น ๆ ก็ได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 9 “ขอเสริมพี่เน็ตเรื่อง ประวัติคุณฮาวันนิดนึงจากบทหลังของหนังสือเล่มนี้ซึ่งเราชอบ ***<u>มาก ๆ</u>*** สิ่งที่ทำ***<u>หลัก ๆ</u>*** หลังลาออกก็คือการกิน และเอ้อระเหยเรื่อยเปื่อยทำให้เพิ่งค้นพบวิถีชีวิตที่ถูกใจตัวเองเลยทำให้ยิ่งใช้ชีวิตเกียจคร้านกว่าเก่า จนชำนาญการไม่ขยันใช้ชีวิตมีความสามารถพิเศษ คุณฮาวันเนี่ยคือ 1.ปฏิเสธงานที่เข้ามา 2. ถลุงเงินเก็บ 3. จิบเบียร์กลางวัน***<u>แสก ๆ</u>*** เป็นชีวิตที่ทุกคนต้องอิจฉาอิจฉา ***<u>ใคร ๆ</u>*** ก็อยากจะลาออก ออกมาใช้ชีวิตแบบเนี้ย ” ***(Readery EP.107)***

จากตัวอย่างที่ (9) เป็นการพูดของพิธีกรที่มีความชื่นชอบในตัวของผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ และพยายามทำให้ผู้ฟังรับรู้ถึงสิ่งที่พิธีกรคนนี้จะสื่อสารว่าชอบขนาดไหน และอธิบายขยายความว่าสิ่งที่ชอบเป็นอย่างไร

[6] ถ้อยคำ หมายถึง การหมายรวมทั้งคำ วลี หรือประโยค

2.2 การใช้ถ้อยคำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่มีการหยิบยืมภาษาต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในประโยค ถ้อยคำ หรือบทสนทนา เพื่อให้เกิดความหมายที่ทำให้เข้าใจง่ายในการสื่อสารระหว่างผู้พูด และผู้ฟัง รวมถึงเพื่ออรรถรสในประโยคนั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

นงลักษณ์ บัณฑุวงศ์ (2560) การใช้คำศัพท์ภาษาต่างประเทศในภาษาไทยแทนคำภาษาไทยนั้น แม้จะมีการใช้ภาษาในระดับ ทางการ แต่มีการใช้คำศัพท์ภาษาต่างประเทศที่เป็นคำที่นิยมใช้กันเข้าไปปะปนอยู่อย่างมากในทุกระดับภาษา เพื่อความสะดวก ความเข้าใจ และที่สำคัญคือเพื่อสามารถสื่อสารให้ได้บรรลุเป้าหมาย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 10 “ใน ***Part*** ก้อนนี้อ่ะคือ ถ้าในหนังสือเล่มใหญ่นะครับเขาจะพูดถึง ยกตัวอย่าง ทวีปออสเตรเลียค่อนข้างชัดเจนเลยเพราะว่า เอ่อ..เมื่อกี้ถ้าจำได้ตอนเปิดมาบทที่ 1 เราพูดถึง ***เกม survival*** ว่าแต่ก่อนมันมีโฮโมอีหลาย***Species*** 6-7 เผ่าพันธุ์ แล้วทำไมตั้งแต่การเดินทางของโฮโมเซเปียนส์จากแอฟริกาตะวันออก มาสู่ยุโรปและเอเชีย และก็เริ่มข้ามไปที่อเมริกา และออสเตรเลียเนี่ยมันทำให้สายพันธุ์เนี่ยอยู่ดี ๆ หายไป ในเนี่ยในรูป***การ์ตูน***ที่แบบ เห้ย ในช่วงเวลาผมจำปีไม่ได้เนอะแล้วก็เป็นเหมือนกล้องเลดาร์จับสิ่งมีชีวิตบนโลกนี้อ่ะว่ามีอยู่ตรงไหนบ้าง” ***(Readery EP.115)***

จากตัวอย่างที่ (10) ที่มีการพูดถึงเรื่องราวในหนังสือเกี่ยวกับวิวัฒนาการของสายพันธุ์มนุษย์ โดยมีการใช้คำว่า ***Species*** แทนคำว่า สายพันธุ์, ***Part*** แทนคำว่า ตอน/บท, ***survival*** แทนคำว่า เอาตัวรอด ทำให้เห็นว่าพิธีกรเลือกใช้คำที่เป็นภาษาอังกฤษแทนภาษาไทยเมื่อพูดเป็นประโยคแล้ว ทำให้ภาพรวมของประโยคนั้นดูสละสลวยมากขึ้น

2.3 การใช้ถ้อยคำยกตัวอย่าง หมายถึง การขยายความข้อความนั้น ๆ หรือประโยคนั้น ๆ ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นเพื่อผู้ฟังจะได้เข้าใจประเด็นที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารออกมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 11 *“จริง ๆ แล้วเนี่ยคนที่ประสบความส าเร็จนักกีฬาตัวท็อป ๆ เนี่ยเขาได้การประสบความสำเร็จแบบนั้นมาด้วยการฝึกฝนอย่างจริงจังจริง ๆ หรือจริง ๆ แล้วไม่ใช่เป็นวิธีอื่นอ่ะทุกคนลองนึกภาพเดวิดเอสตรีม* ***ยกตัวอย่าง นักกีฬาสองคนมาเทียบกันคนที่ 1 ไทเกอร์วูดกับคนที่สองคือนักเทนนิสโรเจอร์เฟเดอเรอร์เนอะ เชื่อว่าทุกคนในโลกรู้จัก 2 คนนี้ว่าเป็นนักกีฬาและ 2 คนนี้ก็เหมือนกับแข่งกันเป็นbest of the best ของนักกีฬาที่เข้าแข่งกันได้รางวัลอยู่ในนี้ ดูไทเกอร์วูดก่อนนะ ไทเกอร์วูด แค่ 10 เดือนนึงนะพี่เน็ตสามารถเลียนแบบท่าวงสวิงของพ่อได้แล้วก็พอ 2 ขวบก็สามารถตีกอล์ฟไปได้ไกลกว่าผู้ใหญ่บางคนอีก แล้วก็ได้ออกรายการทีวีตั้งแต่ 2 ขวบเลยนะ พอ 4 ขวบพ่อก็จับไปปล่อยอยู่ในสนามกอล์ฟ 8 ชั่วโมงต่อ วันแล้ว 4 ขวบเองนะแล้ว 8 ขวบเนี่ยไทเกอร์วูดก็ตีกอล์ฟชนะพ่อแล้ว แล้วก็เรื่อย ๆ มันจะเป็นวัยรุ่นที่แบบ ว่าตีกอล์ฟชนะจน 21 ก็ได้เป็นแบบนักตีกอล์ฟที่เก่งที่สุดในโลกแล้ว ผมจ าได้เลยช่วงช่วงไฟร์มไทม์ของไท เกอร์วูดเนี่ยมันคือเป็นช่วงที่โดยเฉพาะเราคนไทยครับ ที่โอบอุ้มไทเกอร์วูดราวกับว่าเป็นเด็กไทยคนนึง ไท เกอร์วูดเนี่ยดังมาก ๆ ในช่วงที่ช่วงอายุของเขาตั้งแต่โตขึ้นมา วัยรุ่นโตขึ้นมาจนเป็นนักกีฬา*

<u>กอล์ฟ ไม่ว่า ทัวร์นาเม้นไหนก็จะต้องแบบเป็นชื่อไทเกอร์วูด ไทเกอร์วูด ตลอดเลยดังมาก ๆ แล้วพ่อเค้าไม่ได้เก่งแค่เรื่อง กอล์ฟนะพี่เน็ตอย่างที่ว่าเขาเตรียมเหมือนเตรียมให้ลูกรับมือกับความดังตั้งแต่เด็ก ๆ เลยขึ้นมามีคือเทรนด์ แบบทุกสิ่งเพื่อจะเกิดมาเป็นซุปเปอร์สตาร์ของวงการกีฬาเลย"</u> ***(Readery EP.121)***

จากตัวอย่างที่ (11) ผู้พูดต้องการจะบอกให้ผู้ฟังได้ เข้าใจว่า การที่เราจะประสบความสำเร็จจริง ๆ แล้วเราควรจะฝึกฝนแบบจริงจัง หรือมีวิธีอื่นที่สามารถทำให้ตัวเราประสบความสำเร็จได้ ผู้พูดจึงยกตัวอย่างสถานการณ์ของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงสองคนมาเปรียบเทียบ กันเพื่อให้ผู้ฟังได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นว่า คนเราไม่จำเป็นต้องจริงจังกับชีวิต หรือมีแบบแผนกับชีวิตตัวเองมาก เกินไป เราควรค่อย ๆ เรียนรู้ และทำในสิ่งที่เราชอบจริง ๆ ก่อน

2.4 การใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึก หมายถึง การใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึกให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังได้มีอรรถรส และความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อหาในรายการ

นววรรณ พันธุเมธา (2558 : 138-141) ให้ความหมายของ การใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึก ว่าเป็นคำแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้เล่าใช้เพื่อชี้นำให้ผู้ฟังมีความรู้สึก หรือความคิดส่วนตัวร่วมไปกับการดำเนินรายการของผู้พูด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 12 "ตอนที่เราฟังที่พี่เน็ตอ่านให้ฟังเนี่ย วินาทีแรกถึงกับ***<u>โอ้โห อื้อหือ</u>*** อีนี่คือแล้วเราอ่านทวนตรงนี้หลายรอบมาก เพราะว่ามันทำอะไรมาหลายอย่างมาก เช่น ไปเรียนชกมวยในประเทศไทย ไปแบบว่าไปอลาสก้า คือมันไปแบบหลายที่มาก ๆ แล้วก็ประวัติชีวิตเค้า ซึ่งอธิบายอยู่ในช่วงคำนำเนี่ย คือโชกโชนมากอ่ะเราก็แบบกระตุกว่าเราให้ฉุกคิดมาก ๆ เลยว่าเฮ้ยเราล่ะ หลังจากที่ได้ฟังชีวิตของ Timothy Ferriss คือมันเหมือนเป็นหนังสือที่ตั้ง แพมิสไว้สูงมาก" ***(Readery EP.110)***

จากตัวอย่างที่ (12) มีการใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึกคำว่า "<u>โอ้โห อื้อหือ</u> " เพื่อให้ผู้ฟังได้รับรู้ว่า ตัวพี่โจ้เห็นด้วยกับสิ่งที่พี่เน็ตพูดออกมา อีกทั้งตัวพี่โจ้ที่รู้สึกทึ่งกับ Timothy Ferriss ที่เขาสามารถทำ หลาย ๆ สิ่งหลาย ๆ อย่างได้ และยังมีประสบการณ์ที่มากมายจนนำมาเขียนหนังสือให้พวกเราทุกคนได้อ่านกัน

2.5 การใช้ถ้อยคำแสดงความคิดเห็น หมายถึง การกล่าวแสดงความเห็นหรือการยืนยันความเห็นหรือข้อเท็จจริงที่มีเหตุและผล รวมถึงตัวอย่างต่าง ๆ เพื่อยืนยันว่าสิ่งที่ได้กล่าวหรือยกมานั้นเป็นความจริง และน่าเชื่อถือโดยอาศัยประสบการณ์หรือความรู้ที่ได้เรียนรู้มาอย่างถูกต้องดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 13 ***<u>"เรื่องนี้ผมมีเรื่องแชร์ได้โดยตรงเลยของการทำร้านหนังสือ</u>*** คือยกตัวอย่าง เช่น ร้านหนังสือที่เราอยากเป็นในช่วงแรก เราอยากให้ร้านเรามีหนังสือเต็มไปหมด แต่ 80 เปอร์เซ็นต์รายได้ของร้านหนังสือ มาจากหนังสือแค่ 20 เปอร์เซ็นต์ที่มีอยู่ในร้าน เพราะว่า คุณโปรโมทหนังสือไม่ได้ทุกเล่ม และ 20 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นมันก็เพียงพอแล้วที่จะสร้างรายได้นั่นคือ 20 เปอร์เซ็นต์ของหนังสือที่ขายได้จาก 100 เล่ม ขายได้ 20 แล้วหนังสือของเรา 80 เปอร์เซ็นต์ที่ ขายไม่ได้มันจะเกิดอะไรขึ้น ***<u>เราต้องมี contact เยอะขึ้น</u>***

<u>มีการจัดการเยอะขึ้น และแน่ ๆ มีคอร์สที่เยอะขึ้น</u> กลายเป็นว่าหนังสือ 80 เปอร์เซ็นต์ที่ไม่ได้ขายสร้างคอร์สให้มากขึ้น อันนี้เป็นตัวอย่าง”***(Readery EP.110)***

จากตัวอย่างที่ (13) เป็นการออกความเห็น ในฐานะผู้เป็นเจ้าของร้านหนังสือ เป็นประสบการณ์ของผู้พูดเช่นเดียวกับในตัวอย่างที่ 1 ซึ่งผู้พูดได้บอกเล่าเกี่ยวกับการทำร้านหนังสือ โดยมีการยกตัวอย่างที่คิดมาเป็น เปอร์เซ็นต์ มีการเปรียบเทียบ การพูดถึงความน่าจะเป็น และทิศทางของการทำร้านหนังสือว่าเป็นอย่างไร เป็นการออกความเห็น เพื่อให้ผู้ฟังได้คิดวิเคราะห์ และสามารถตัดสินใจเลือกต่อไป

2.6 การใช้ถ้อยคำแสดงคำถาม หมายถึง การสื่อสารรูปแบบหนึ่งด้วยวิธีการตั้งคำถามระหว่างตัวผู้พูดกับผู้ฟังหรือผู้พูดกับผู้พูดเอง เพื่อจุดประกายความคิดหรือเป็นการเริ่มประเด็นในเรื่องต่าง ๆ และยังก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกันดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 14 *“<u>พี่เน็ตคิดยังไงว่า ทำไมมันมันดังขนาดนี้ ทำไมเราต้องอ่านเซเปียนส์ด้วย</u>*

<u>ลองถามคำถามง่าย ๆ แบบนี้</u> เรารู้สึกว่าคุณยูวัล โนอาร์ แฮรารี เนี่ย หนังสือทั้ง 3 เล่มของเขาอ่ะครับมันเหมือนกับเปิดหน้าฉากใหม่สำหรับการอ่านประวัติศาสตร์แบบ popular เรารู้สึกว่าเมื่อหนังสือเล่มนี้ออกอ่ะตั้งแต่เซเปียนส์เลยเนอะ” ***(Readery EP.115)***

จากตัวอย่างที่ (14) ผู้พูดคนที่ 1 เริ่มต้นโดยการตั้งคำถามกับผู้พูดคนที่ 2 โดยการตั้งคำถามว่าคิดเห็นอย่างไร มีการใช้คำว่า “ทำไม” ในการถามคำถาม ผู้พูดได้ดึงเอาจุดเด่นของหนังสือเซเปียนส์ ที่ใคร ๆ ต่างก็รู้จัก และมีชื่อเสียงโด่งดังมาก โดยได้ถามว่า ***<u>“ทำไมมันมันดังขนาดนี้”</u>*** ซึ่งจากการถามคำถามดังกล่าว ก็ทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจในทันทีว่าเรื่องนี้มีชื่อเสียง อีกทั้งยังชวนให้ผู้ฟังอยากที่จะรู้จักบทความมากขึ้นด้วย

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผล

การศึกษาโครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” โดยเก็บข้อมูลจากเทปรายการ Readery Podcast บนแพลตฟอร์ม Youtube ช่อง THESTANDARDPODCAST ที่มียอดวิวสูงสุดในปี 2021 จำนวน 9 EP. สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. โครงสร้างปริเฉทในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” ผู้วิจัยพบว่าโครงสร้างปริจเฉทของการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” นั้นมีโครงสร้างในการเล่าเรื่องที่ตายตัวในทุก Episode กล่าวคือ ส่วนแรก โครงสร้างส่วนเปิด ในส่วนนี้จะมีโครงสร้างย่อยที่เป็นการแนะนำตัวผู้พูดหรือพิธีกร รวมถึงการทักทายผู้ฟัง ในส่วนการทักทายผู้ฟังนั้นมีการทักทายในลักษณะการถามไถ่ และการบอกกล่าว ส่วนที่สอง โครงสร้างส่วนเนื้อเรื่อง จะมีโครงสร้างย่อยทั้งหมด 4 โครงสร้าง ได้แก่ การเล่าประสบการณ์ของผู้พูด การเล่าเพื่อให้ความรู้ คำแนะนำ การเล่าเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และการเล่าเพื่อการโฆษณา และส่วนสุดท้าย โครงสร้างส่วนสรุป จะเป็นการสรุปเนื้อหาเพื่อให้ข้อคิด และการกล่าวลา

2. กลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” ผู้วิจัยพบว่ามีกลวิธีทางภาษาในการเล่าเรื่องผ่านรายการ “Readery Podcast” มีทั้งหมด 6 กลวิธี ได้แก่ การซ้ำถ้อยคำ การใช้ถ้อยคำภาษาต่างประเทศ การใช้ถ้อยคำยกตัวอย่าง การใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึก การใช้คำแสดงความคิดเห็น และการใช้ถ้อยคำแสดงคำถาม

อภิปรายผล

จากการศึกษารายการ “Readery Podcast” ผู้วิจัยพบว่ารายการ Readery Podcast มีการเล่าเรื่องในประเด็นต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจและย่อยเนื้อหาที่ฟังได้ง่าย เพราะด้วยจังหวะในการพูดคุยของพิธีกรทั้งสองทำให้รายการนี้ดูเป็นธรรมชาติมากพร้อมกับมีการบอกเล่าประสบการณ์ต่าง ๆ ของตัวเอง ให้กับผู้ฟังได้รู้พร้อมสอดแทรกความรู้ สาระ ข้อคิดในหลาย ๆ มิติ รวมถึงให้ความบันเทิงแก่ผู้ที่ได้ฟัง ซึ่งในปัจจุบันรายการ Readery Podcast ได้รับความนิยมของกลุ่มคนที่ฟัง Podcast เป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ศึกษาในรูปแบบใกล้เคียงกันพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัย โครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการสนทนาระหว่างคู่สนทนาที่ไม่รู้จักกันในรายการ “ต่อปาก ต่อคำ ติดไฟแดง” โดย จักริน ฉัตรไชยพฤกษ์ และเขมฤทัย บุญวรรณ (2562) ที่วิเคราะห์โครงสร้างปริจเฉทการสนทนา และวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในการสนทนาระหว่างคู่สนทนา รวมถึงมีการศึกษาการสื่อสารในบริบททางสถานการณ์ต่าง ๆ อัน นำไปสู่การตีความ และวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสังคมปัจจุบันรวมถึงรูปแบบหรือโครงสร้างของการใช้ภาษา ได้แก่ ส่วนเริ่มของการสนทนาจะต้องทักทาย และส่วนจบของการสนทนาจะต้องกล่าวอำลา เพื่อให้การสื่อสารนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกหนึ่งงานวิจัยที่พบว่าสอดคล้อง คือ ปริเฉทการเล่าข่าวในรายการโทรทัศน์ : “เรื่องเล่าเช้านี้” และ “เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์” โดย ปวิรศา ประดิษฐศร (2560) ซึ่งมีการวิเคราะห์โครงสร้างต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน ทั้งในส่วนของการจัดองค์ประกอบในการจัดรายการข่าวที่มีรูปแบบการจัดเรียงลำดับ วัจนกรรมที่ตายตัว เริ่มต้นด้วยการกล่าวเปิดรายการ การเปิดประเด็นเข้าสู่เนื้อหา การเล่าข่าว การปิดประเด็นข่าว การทิ้งท้ายช่วงรายการ และการปิดรายการ รวมไปถึงมีการวิเคราะห์กลวิธีการเล่าข่าวของรายการโทรทัศน์ กล่าวได้ว่า ทั้งโครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาที่พิธีกรเลือกใช้ มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อสร้างความบันเทิง อรรถรส และความรู้ตามวัตถุประสงค์ของรายการ กล่าวคือ พิธีกรมีความสามารถ ในการใช้น้ำเสียง การสร้างสรรค์ การใช้ถ้อยคำในบทสนทนาที่ทำให้รายการดูเป็นธรรมชาติ และมีความเป็นกันเอง ส่งผลให้ผู้ฟังติดตามรายการได้โดยง่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรที่จะศึกษาวัจนลีลาในการสื่อสาร และการนำเสนอในรูปแบบอื่น ๆที่ไม่ใช่เพียงการวิเคราะห์แค่น้ำเสียง เช่น ศึกษาจากคลิปวิดีโอที่เห็นพิธีกรนั่งสนทนาโต้ตอบกันจริง ๆ ว่าในขณะเล่าเรื่องราวนั้นพิธีกรมีการใช้สีหน้า ท่าทางอย่างไร ในการเล่าเรื่อง

2. สำหรับผู้ที่สนใจในเรื่องPodcastผู้วิจัยเสนอแนะว่ารายการPodcastทางช่อง THESTANDARDPODCAST ยังมีรายการ Podcast ที่น่าสนใจอีกเยอะแยะมากมาย ไม่ว่าจะเป็นรายการ R U OK ที่มีการพูดคุยถึงอารมณ์ ความรู้สึก ของคนเราในปัจจุบัน รายการ THE SME HANDBOOK ที่พูดถึงเรื่อง

การตลาด การลงทุนต่าง ๆ และเรื่องของธุรกิจ ซึ่งทั้งสองรายการมีการนำเสนอกลวิธีการสื่อสารที่น่าสนใจ รวมถึงสามารถดึงดูดผู้ฟังในการเข้าไปรับฟังรายการ และสามารถนำไปวิเคราะห์ หรือทำวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารต่อไปได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

จักริน ฉัตรไชยพฤกษ์ และเขมฤทัย บุญวรรณ. (2562) .โครงสร้างปริจเฉทและกลวิธีทางภาษาในการสนทนาระหว่างคู่สนทนาที่ไม่รู้จักกันในรายการ “ต่อปาก ต่อคำ ติดไฟแดง”. *วารสารศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล,* 2 (2), 47-73.

ดวิษ ประภายนต์. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกและรูปแบบการรับสื่อของกลุ่มผู้ฟัง Podcast เพื่อสร้าง รูปแบบการนำเสนอและโปรโมทช่องรายการ Podcast ที่มีประสิทธิภาพบน แพลตฟอร์ม Facebook ในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,ปทุมธานี.

นววรรณ พันธุเมธา. (2558). *ไวยากรณ์ไทย.* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปวิรศา ประดิษฐ์ศร. (2560). *ปริจเฉทการเล่าข่าวในรายการโทรทัศน์: “เรื่องเล่าเช้านี้” และ “เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์”.* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาไทยประยุกต์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

ปาริฉัตร พยุงศรี. (2021). วัจนลีลาของนิ้วกลมในหนังสือรวมสารคดี เรื่อง “อาจารย์ในร้านคุกกี้”. *Journal of Liberal Arts,* 13(1). 120-144. สืบค้นจาก https://so03.tcithaijo.org /index.php/journal-la (21 กุมภาพันธ์ 2565).

ปาริฉัตร พิมล. (2019). กลวิธีการใช้ภาษาของธีมะ กาญจนไพริน ในรายการข่าว “จั๊ด ซัดทุกความจริง”. *Journal of Liberal Arts Maejo University*. 7(2). 130-142. สืบค้นจากhttps://so03. tcithaijo.org/ index.php/liberalartsjournal/article/view/232303/158687 (18 มกราคม 2565).

พระมหาสันติราษฎร์ ฌานสนฺติ (พวงมลิ) . (2562). กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์. *วารสารมหาจุฬาวิชาการ.* 6 (ฉบับพิเศษ). 238-250. สืบค้นจาก https://so04.tcithaijo. org/index.php/JMA/article/view/155268/133233 (21 กุมภาพันธ์ 2565).

รัชนี ศิริไสยาสน์. (2551). *การศึกษาการสร้างคำและความหมายของคำสแลงในพจนานุกรมฉบับมติชน.* (สารนิพนธ์ กศ.ม. ภาษาศาสตร์การศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , กรุงเทพฯ.

THE STANDARD PODCAST. (2020). *THE STANDARD PODCAST.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/c/THESTANDARDPODCAST (15 มกราคม 2565).

แนวคิดของ“มิลลิ” ผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป
Gen-Z women's representative concept "Milli" reflected through rap song.

เกศรินทร์ วังชา[1] ฐิตาภา บุญดิเรก[2] วรรณพิชชา โตะสัน[3] และบุษกร โกมลตรี*[4]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดของ “มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล) ผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป โดยรวบรวมข้อมูลผลงานเพลงที่มิลลิประพันธ์และขับร้องเองตั้งแต่ปีพ.ศ.2563-2565 ทั้งหมดจำนวน 19 เพลง โดยใช้แนวคิดการเล่าเรื่องของมาโนช ดินลานสกูล และสรณัฐ ไตลังคะ ด้านแนวคิดหรือแก่นเรื่องมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบแนวคิดของ “มิลลิ” 3 ด้าน ดังนี้ 1.แนวคิดด้านความรักและการดำเนินความสัมพันธ์ พบ 4 ประเด็นได้แก่ (1) ความรักต้องการการกล้าแสดงออก (2) ความรักคือการทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งความรัก (3) ความรักต้องการความชัดเจน และ (4) ความรักต้องการการรับฟังซึ่งกันและกัน 2.แนวคิดด้านการงานและการดำเนินชีวิต พบ 5 ประเด็น ได้แก่ (1) ความมั่นใจในสิ่งที่ทำ มั่นใจในสิ่งที่เป็นและมุ่งหน้าสู่เป้าหมายโดยไม่ลังเล (2) การมีช่วงเวลาที่อยู่ตามลำพังหรือเวลาส่วนตัวสำหรับการทบทวนเรื่องราว (3) การเป็นตัวตนของตัวเองอยู่เสมอแม้จะอยู่เพียงลำพัง (4) การเผชิญปัญหาไม่ควรเก็บไว้เพียงคนเดียว และ (5) การรักและดูแลตนเองให้สุขภาพดีและมีความสุขเป็นเรื่องสำคัญ 3.แนวคิดด้านสังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคม พบ 2 ประเด็น ได้แก่ (1) ผู้ใหญ่หรือผู้ที่มีอายุมากควรเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีอายุน้อยกว่า และ (2) เด็กหรือวัยรุ่นที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะควรประพฤติตนให้เหมาะสมกับวัย ใส่ใจความคิดเห็นของผู้ใหญ่หรือบิดามารดาเช่นกัน แนวคิดที่พบในบทเพลงของมิลลิแสดงให้เห็นว่ามิลลิเป็นตัวแทนของผู้หญิงรุ่นใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำให้เกิดความสุขและความมั่นคงในการดำเนินชีวิต

คำสำคัญ แนวคิด บทเพลง มิลลิ

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail : busakorn.k@psu.ac.th

Abstract

This research aims to study the concept of Gen-Z women's representative "Milli" (Danupa Kanatheerakul) reflected through rap song. Collecting data on 19 songs which written and sung by Milli from 2020-2022. Use the story concept of Manoch Dinlansakul and Saranat Tailangka as the analysis guide.

3 main concepts were identified i.e., 1. Love and the conduct of a relationship. Each of which has 4 sub-concepts: (1) such as love needs courage (2) love is the pursuit of love (3) love needs clarity and (4) love requires listening to each other. 2.Work and living have five sub-concepts: (1) confidence in goals (2) time alone or personal for review of matters (3) always being who you are, even if you're alone (4) Facing a problem should not be kept alone and (5) It is important to love, keep yourself healthy and happy. 3. Social and social coexistence, which has 2 sub-concepts: (1) Adults or older people should be open to the opinions of younger people and (2) Teenagers should behave appropriately for their age. The concepts found in Milli's song show that Milli represents the younger generation who value happiness and stability in life.

Keywords: concepts song Milli

บทนำ

ในประเทศไทยเพลงแร็ปเริ่มได้รับความนิยมในวงการเพลงไทย จากกลุ่มวัยรุ่นไทยกลุ่มเล็ก ๆ ที่ชื่นชอบเพลงแร็ปของศิลปินอเมริกา โดยเฉพาะในช่วงยุค 90s ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นยุครุ่งเรืองของเพลงแร็ปในตลาดเพลงไทย และพัฒนาขยายกลุ่มต่อมาตามยุคสมัย เสน่ห์ของเพลงแร็ปที่สำคัญคือการมีรากฐานมาจากการเล่าเรื่องปัญหาของชีวิต สังคม ความรุนแรง ยาเสพติด และความไม่ยุติธรรม การฟังเพลงแร็ปจึงเสมือนการที่ได้พูด ได้ฟังสิ่งที่เป็นจริง โดยใช้เสียงเพลงปลดปล่อยตัวเองออกมาจากสังคมที่เราถูกปิดกั้น และนี่จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เพลงแร็ปได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย (กฤษฎิ์ เลกะกุล, 2561 น. 14-19)

Generation Z (Gen Z หรือ iGen (Internet generation) เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2538 - 2545 นับอายุถึงปี พ.ศ. 2562 จะมีอายุ 16 - 24 ปี) คือ คำนิยามล่าสุดของ "คนรุ่นใหม่" ในยุคปัจจุบัน เติบโตมาในยุคความเจริญของ Social Media ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จึงเปิดรับข้อมูลที่หลากหลายผ่านสื่อดิจิตอลมากมาย สามารถสื่อสารแบบMulti-Task มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์ มีความสงสัยอยากรู้อยากเห็น ตลอดจนมีทางเลือกสำหรับชีวิตอย่างเป็นอิสระเพื่อแสดงความเป็นตัวเองอย่างชัดเจน ให้ความสำคัญกับเรื่องสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง มีทัศนคติว่าผู้ชายและผู้หญิงมีคุณค่าและมีความเสมอภาคเท่าเทียมเท่ากัน มีอิสระที่จะคิดและแสดงออกถึงความต้องการของตนเอง (ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และโอปอล์ สุวรรณเมฆ, 2563 น. 25)

ดณุภา คณาธีรกุลหรือที่รู้จักในนามศิลปิน “มิลลิ” เป็นหนึ่งในศิลปินเพลงแร็ปที่เป็นผู้หญิง Gen Z โดยศิลปินประพันธ์เพลงและขับร้องเอง เพลงของมิลลิจึงเปรียบเสมือนตัวแทนผู้หญิง Gen Z ที่ถ่ายทอดแนวคิดออกมาอย่างน่าสนใจ และได้รับความนิยมในประเทศไทย ดังที่เอกชัย สุทธิยั่งยืน(2564) กล่าวว่า “เมื่อเพลง “พักก่อน” เพลงแรกของมิลลิได้ปล่อยออกมาพร้อมกับมิวสิกวิดีโอ มิลลิก็กลายเป็นที่พูดถึงในเวลา

เพียงไม่กี่ชั่วโมงด้วยลีลาการแร็ปที่แปลกใหม่ พร้อมกับความกล้าและความมั่นใจที่ชัดเจนตั้งแต่ประโยคแรกของบทเพลงซึ่งมิลลิได้ประพันธ์เนื้อเพลงเองทั้งหมด”

นอกจากนี้มิลลิยังเป็นศิลปินนักร้องหญิงรุ่นใหม่ที่ได้รางวัลอย่างต่อเนื่อง ดังตัวอย่าง

รางวัล BEST NEW ASIAN ARTIST THAILAND (รางวัลศิลปินหน้าใหม่) เป็นงานประกาศรางวัลทางดนตรีระดับเอเชียโดย Mnet ASIAN MUSIC AWARDS 2020 หรือ MAMA 2020 จัดขึ้นที่ประเทศเกาหลี

รางวัล ประเภทเพลงไทยสากล สาขา ศิลปินหญิงเดี่ยวยอดเยี่ยม มอบโดย คม ชัด ลึก อวอร์ด ครั้งที่ 18 เป็นงานประกาศรางวัลโดยพิจารณาจากผลงานด้านวงการบันเทิงของไทย ในสาขาต่างๆ ในปี พ.ศ. 2564

รางวัล นักร้องหญิงยอดเยี่ยม จากงานประกาศรางวัล Siamrath Online Awards 2022 จัดโดย บริษัท สยามรัฐ จำกัด

รางวัล Best Entertainment Performance on Social Media สาขา Female Artist (ศิลปินหญิง) จากงาน Thailand Zocial Awards 2022 งานประกาศรางวัลโซเชียลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทย โดย บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด

รางวัลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จในฐานะศิลปินของดนุภา คณาธีรกุลหรือมิลลิที่ได้รับกระแสตอบรับจากบทเพลงพักก่อนอย่างล้นหลามและเป็นที่พูดถึงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มิลลิได้รับรางวัลศิลปินหน้าใหม่หลายเวทีซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่ามิลลิมีความสามารถทั้งในด้านการแร็ป การร้องและการประพันธ์เพลง

ปัจจัยหนึ่งที่มิลลิ(ดนุภา คณาธีรกุล) ได้รับความนิยมคือ เป็นศิลปินหญิงที่กล้านำเสนอแนวคิดในมุมมองของคนรุ่นใหม่ที่สวนกระแสค่านิยมสังคมได้อย่างน่าสนใจ ดังตัวอย่าง

“ สวยหลายสไตล์ With my gang สวยสั่นสะท้านของกูแรง
สาวไม่มั่นใจไหนคือสวยนิ ค่านิยมมีแต่ไม่แคร์
ความสวยคนเรามันไม่เคยมีจำกัด ”

(เพลง สุดปัง)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแนวคิดของมิลลิได้สื่อแนวคิดถึงความมั่นใจในการใช้ชีวิต ให้มีความภูมิใจในรูปร่าง หน้าตา บุคลิกภาพของตนเอง เราทุกคนมีความสวยในแบบของเรา ซึ่งนั่นไม่จำเป็นต้องตรงตามข้อกำหนดหรือค่านิยมความสวยของสังคมไทย

นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่ปรากฏในเพลงพบว่า ศิริรัตน์ รางวรรณาและวรุณญา อัจฉริยบดี(2562) ศึกษาแนวคิดที่ปรากฏในเพลงลูกกรุงของ สุเทพ วงศ์กำแหง ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพลงแร็ปพบว่า ศรุตา แจ้งสว่าง(2550) ศึกษาเพลงฮิปฮอปกับความเป็นผู้หญิง อธิภัทร เอิบกมลและพัชลินจ์ จีนนุ่น (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพสะท้อนปัญหาสังคมที่เกิดจากอำนาจรัฐในเพลงแร็ป : จากศิลปินอเมริกันสู่ศิลปินไทย นอกจากงานวิจัยที่ได้ยกมานี้ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาในเพลงแร็ป ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาแนวคิดของศิลปินเพลงแร็ป “มิลลิ” หรือที่เกี่ยวข้องกับมิลลิ

ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวคิดของศิลปินเพลงแร็ปหญิง“มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล)ซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ปในปี 2563-2565 เพื่อทราบถึงมุมมอง แนวคิดจากเรื่องราวหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันเห็นได้ว่าผู้หญิงสมัยใหม่มีความคิดแตกต่างไปจากกรอบเดิม มีความกล้าแสดงออก มีความมั่นใจมากขึ้น มุมมองความคิดและ

การดำเนินชีวิตของผู้หญิงในวัยนี้จึงแตกต่างไปจากอดีต มิลลิถือเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่สะท้อนความคิด สะท้อนเรื่องราวและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน นำมาถ่ายทอดผ่านบทเพลงได้อย่างมีแง่มุมที่น่าสนใจ การศึกษาแนวคิดที่สะท้อนผ่านบทเพลงของมิลลิจะทำให้เข้าใจถึงความคิดของผู้หญิงรุ่นใหม่ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวคิดของ “มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล) ตัวแทนผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวคิดของ “มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล) ตัวแทนผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป มีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการเล่าเรื่องด้านแนวคิดหรือแก่นเรื่อง(Theme) โดยศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีจากวารสาร บทความทางวิชาการ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร เป็นการรวบรวม ค้นคว้าข้อมูลในบทเพลงที่ประพันธ์และขับร้องโดยมิลลิ (ดนุภา คณาธีรกุล) โดยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น บทความ วารสาร และค้นหาจากแหล่งสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เพื่อรวบรวมบทเพลง ผลงานของมิลลิ (ดนุภา คณาธีรกุล) โดยคัดเลือกบทเพลงที่นำมาศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2563 - 2565 ใช้วิธีคัดเลือกบทเพลงโดยมีขอบเขตคือ เป็นบทเพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทยที่ประพันธ์ และขับร้องโดยศิลปินมิลลิ รวมไปถึงเพลงประกอบละคร ภาพยนตร์ และบทเพลงที่ร่วมขับร้องกับศิลปินท่านอื่น ได้บทเพลงมาจำนวน 19 บทเพลง ดังนี้

1) พักก่อน	2) สุดปัง	3) ไหนเล่า	4) เอาให้ชัด
5) โนสนโนแคร์	6) คนจะรวย	7) TIID TIW(ติ๊ด ติ้ว)”	8) ตาแตก
9) หนูทำเอง	10) ลำพัง	11) Say it	12) ฟาด
13) Not Yet	14) อนาคตคือ	15) เด็กเอ๋ย เด็กดี	16) ไม่มีใคร
17) 17 นาที	18) ที่สุดของฉัน	19) Sad Aerobic	

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลบทเพลงดังกล่าวมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยใช้แนวคิดการเล่าเรื่องของมาโนช ดินลานสกูล(2548) และสรณัฐ ไตลังคะ(2560) ด้านแนวคิดหรือแก่นเรื่อง(Theme) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เมื่อได้ผลการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยทบทวนความถูกต้อง แล้วนำเสนอผลการศึกษาพร้อมอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

บทเพลงที่ประพันธ์และขับร้องโดยมิลลิ(ดณุภา คณาธีรกุล) ซึ่งเป็นผู้หญิง Gen-Z มีการสะท้อนแนวคิดในเรื่องต่างๆ โดยผลการศึกษาพบว่า บทเพลงที่ขับร้องโดยมิลลิที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาทั้งหมดจำนวน 19 บทเพลง พบแนวคิดทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรักและการดำเนินความสัมพันธ์ ด้านการงานและ

การดำเนินชีวิต และด้านสังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความรักและการดำเนินความสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546 ให้ความหมายของคำว่า “รัก” ไว้ว่า เป็นคำกริยา หมายถึง มีใจผูกพันด้วยความห่วงใย มีใจผูกพันด้วยความเสน่หา มีใจผูกพันฉันชู้สาวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมิลลิที่มุ่งเน้นสะท้อนความรักและความสัมพันธ์ของคนสองคนที่มีใจเสน่หาต่อกันโดยจำแนกเป็น 4 ประเด็นดังนี้

1.1 ความรักต้องการการกล้าแสดงออก

ขณะที่ผู้หญิงไทยรุ่นเก่ามีแนวคิดเกี่ยวกับความรักว่าเป็นผู้หญิงไม่ควรแสดงออกอย่างโจ่งแจ้งให้ฝ่ายตรงข้ามรู้ตัว จะไม่งามดังงานวิจัยของปัณณพร เทพพานิช(2559, น.133) กล่าวว่า “หญิงไทยต้องรู้จักรักนวลสงวนตัว รักษาพรหมจรรย์ ไม่ชิงสุกก่อนห่าม รู้จักทำงานบ้านงานเรือน แต่งกายให้มิดชิดเรียบร้อย ไม่ดื่มเหล้าสูบบุหรี่ และต้องไม่แสดงออกเรื่องเพศอย่างเปิดเผย” แต่บทเพลงของมิลลิเปรียบเหมือนตัวแทนผู้หญิงรุ่นใหม่ที่แสดงแนวคิดสนับสนุนการกล้าแสดงออกในเรื่องความรักอย่างชัดเจน พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “ตาแตก” ที่กล่าวถึงการตกหลุมรักตั้งแต่แรกเจอ ใจเต้นแรง อยากติดตามตลอดไป มีการชมรูปร่างหน้าตาบุคคลที่พึงใจอย่างโจ่งแจ้ง จนกระทั่งถึงการกล้าชวนแต่งงาน ดังตัวอย่าง

“ หล่อจนตาแต๊กแตกตาดาแต๊กแตก
ถ้าไม่รีบเข้าไปทัก
ก็กลัวว่าหมาจะคาบไปแด๊กแดก”
และ
“ หล่อจนบรรลัยหล่อแบบไทยหล่อกว่าใคร
หล่อชิบหายเกินบรรยายเรามาแต่งงานกันมั้ย แต่งงานกันมั้ยคะ
อยากเป็นภรรยา อยากจะได้เธอมา ”

(มิลลิ, ตาแตก)

มิลลิแสดงแนวคิดผ่านบทเพลงว่า เมื่อมีความรักควรแสดงออกไปให้ชัดเจน ให้อีกฝ่ายรับรู้ถึงความรู้สึกที่แท้จริงของเรา ถึงแม้จะเป็นผู้หญิงก็ไม่จำเป็นต้องเหนียมอายหรือปิดบังความรู้สึกในเรื่องความรักเพราะการแสดงออกเป็นสิ่งที่ผู้หญิงและผู้ชายสามารถทำได้

1.2 ความรักคือการทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งความรัก

เมื่อมีความรัก มิลลิแสดงถึงแนวคิดความรักและการดำเนินความสัมพันธ์เพื่อความรักอย่างชัดเจนว่าความรักคือการทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งความรัก พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “ที่สุดของฉัน” ที่กล่าวถึงการทุ่มเททำอะไรให้ไปทุก ๆ อย่างทั้งชีวิตทั้งหัวใจเพื่อให้ถูกยอมรับ ไม่ว่าอีกฝ่ายจะรู้หรือเข้าใจหรือไม่ ก็พร้อมจะทำทุกทางเพราะเมื่อมีความรักก็จะรักหมดหัวใจ ดังตัวอย่างการทุ่มเททำอะไรให้ไปทุก ๆ อย่างทั้งชีวิตทั้งหัวใจเพื่อให้ถูกยอมรับ ดังตัวอย่าง

“ ผิดที่ฉันคนที่มันไม่เอาไหน
ไม่ว่าพยายามสักเท่าไรเท่าไร
ไม่เคยไม่เคยจะคล้ายคนที่เธอรัก
มีอะไรให้ทำอีกไหมที่จะทำให้เธอรักได้
ที่สุดของฉันคือหมดทั้งใจให้เธอ ”

(มิลลิ, ที่สุดของฉัน)

มิลลิแสดงความคิดเห็นผ่านบทเพลงว่า ความรักคือการทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งความรัก ไม่ว่าจะเป็นการทุ่มเททั้งชีวิตหรือหัวใจ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นอะไรและยากเพียงใดก็ตาม ก็พร้อมที่จะทำเพื่อให้อีกฝ่ายเห็นคุณค่า

1.3 ความรักต้องการความชัดเจน

มิลลิได้นำเสนอแนวคิดว่าเมื่อมีความรักทั้งสองฝ่ายต้องมีความชัดเจนต่อกัน ไม่ควรปิดบังความรู้สึกให้อีกฝ่ายแคลงใจว่ารู้สึกรักเหมือนกันหรือไม่ ควรแสดงออกให้ชัดเจนเพื่อให้อีกฝ่ายสามารถดำเนินชีวิตต่อไปอย่างไร หากรักจะได้สานสัมพันธ์ต่ออย่างเต็มที่ หากไม่รักก็หยุดความสัมพันธ์ไว้และเดินหน้าใช้ชีวิตต่อไป หากมีความรักกันก็ควรแสดงออกให้ชัดเจน ถ้าไม่ใช่ก็ควรจากไป ไม่ควรมาเก็บงำให้เสียเวลา พบ 4 บทเพลง คือ บทเพลง “เอาให้ชัด” “โนสนโนแคร์” “Say it” และ “17 นาที” ดังตัวอย่าง

“ Tell me tell me baby ทนไม่ไหวแล้วอย่างนี้
ถ้าเรารักกัน เอาให้ชัดทีบอกให้ฉันฟังในตอนนี้
Tell me tell me baby ทนไม่ไหวแล้วอย่างนี้
เอาตรงตรงให้ชัด ไม่งั้นก็ไปดิ เธอก็ไปเลย ไปไกลๆดิ ”

(มิลลิ, เอาให้ชัด)

กล่าวได้ว่า ความรักต้องการความชัดเจน เพราะความชัดเจนเป็นสิ่งที่สำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนเป็นแบบใด ต้องบอกให้ชัดและให้เข้าใจกันทั้งสองฝ่าย เพื่อไม่ให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตั้งคำถามกับความสัมพันธ์นี้

1.4 ความรักต้องการการรับฟังซึ่งกันและกัน

สำหรับผู้ที่มีความรักหรือเป็นคู่รักกันแล้ว มิลลิแสดงแนวคิดให้เห็นในฐานะตัวแทนของผู้หญิงว่าความรักต้องการการรับฟังซึ่งกันและกันโดยเฉพาะการแสดงออกถึงความรัก พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “Not Yet” ที่กล่าวถึงความเข้าใจในการแสดงออกถึงความรักระหว่างผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน ดังนั้นจึงขอให้อีกฝ่ายรับฟังความต้องการของอีกฝ่ายก่อน ดังตัวอย่าง

“ หยุด น้า หยุด ก่อนขอฉันขอร้อง ตอนนี้ยังไม่พร้อม
ที่มาหาแค่อยากจะนอนกอด ไม่ได้อยากจะเย เย เย
ไม่ได้อยากจะเย เย เย ไม่ได้อยากจะเย เย เย
ตอนนี้ยังไม่พร้อม ที่มาหาแค่อยากจะนอนกอด”

(มิลลิ, Not Yet)

แนวคิดที่สะท้อนผ่านบทเพลง คือ ในความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายต้องรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ถึงแม้มิลลิจะเป็นคนกล้าแสดงออกในเรื่องความรัก มีความชัดเจน ทุ่มเทให้กับความรักอย่างเต็มที่ แต่ในบทเพลงนี้มิลลิได้เป็นตัวแทนของผู้หญิงนำเสนอแนวคิดว่าบางครั้งที่ผู้หญิงไปหาผู้ชายแค่รู้สึกคิดถึงอยากอยู่ด้วยกัน ไม่อยากให้ผู้ชายตีความว่าการไปหาหรือการอยากอยู่ด้วยกันเป็นความต้องการความสัมพันธ์ทางด้านร่างกายเท่านั้น

2. การงานและการดำเนินชีวิต

สานิตย์ หนูนิลและกนกวรา พวงประยงค์(2562) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า "รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)" มีหลายคำที่ให้ความหมายใกล้เคียงหรืออาจใช้แทนกันได้ เช่น วิถีชีวิต วิถีการดำเนินชีวิต การดำรงชีวิตหรือแบบแผน การใช้ชีวิต มิลลิได้นำเสนอแนวคิดในด้านการงานและการดำเนินชีวิตอย่างชัดเจน จำแนกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่

2.1 ความมั่นใจในสิ่งที่ทำ มั่นใจในสิ่งที่เป็น และมุ่งหน้าสู่เป้าหมายโดยไม่ลังเล

มิลลิไม่เพียงแต่แสดงออกถึงความมั่นใจในการแสดงออกในเรื่องความรักเท่านั้น ในเรื่องการงานและการดำเนินชีวิต มิลลิก็แสดงแนวคิดในเรื่องความมั่นใจในสิ่งที่ทำ มั่นใจในสิ่งที่เป็นเพื่อมุ่งหน้าไปสู่เป้าหมายโดยไม่ต้องหวั่นกลัวอะไรเช่นกัน พบการนำเสนอแนวคิดดังกล่าวผ่านบทเพลงถึง 5 บทเพลง คือ บทเพลง “สุดปัง” “ฟาด” “คนจะรวย” “หนูทำเอง” และ “อนาคตคือ” ดังตัวอย่าง

“ เธอไม่ต้องกลัวอะไรทั้งนั้น จับมือไว้แล้วไปด้วยกัน
เราไม่ได้ทำอะไรผิด ไม่รู้น่ะสิ แล้วพวกคุณจะเอาอะไรอีก
ตอนนี้ก็ยังไม่แน่ใจ อย่ายอมให้ใครทำร้าย
อย่าให้ใครทำลาย เป้าหมายและความฝันของเธอ ”

(มิลลิ, อนาคตคือ)

เพลงอนาคตคือ กล่าวถึง สิ่งที่เราอยากกระทำไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความฝัน เรื่องของอนาคต หรือสิ่งที่เราตั้งใจเอาไว้โดยไม่ต้องสนใจคำพูดและสายตาของคนอื่น อย่าให้คนอื่นมาขัดขวางหรือทำลายความฝันของเรา เพราะถือเป็นสิทธิ เสรีภาพ ของตัวเราที่จะกระทำอะไรก็ได้หากสิ่งนั้นไม่ผิดกฎหมาย

2.2 การมีช่วงเวลาที่อยู่ตามลำพังหรือเวลาส่วนตัว สำหรับการทบทวนเรื่องราว

มิลลินำเสนอแนวคิดในเรื่องการงานและการดำเนินชีวิตอีกว่า คนเราควรมีช่วงเวลาที่อยู่ตามลำพังหรือเวลาส่วนตัวสำหรับการทบทวนเรื่องราวด้วย พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “ลำพัง”ที่ผู้ร้องต้องการอยู่เพียงลำพัง ขออยู่กับตัวเอง เพื่อทบทวนเรื่องราวหรือเยียวยาตนเอง ดังตัวอย่าง

“ ทิ้งให้เหลือแค่ฉัน ขอฉันอยู่ลำพัง
แค่ต้องการจะฟังเสียงเพลง ไว้เดี๋ยวเราค่อยเจอกันใหม่ ”

(มิลลิ, ลำพัง)

แนวคิดที่ได้จากบทเพลงคือ คนทุกคนมีช่วงเวลาที่ต้องการอยู่คนเดียว ต้องการเวลาส่วนตัวเพื่อทบทวนเรื่องราวต่าง ๆ บทเพลงลำพัง พูดถึงการอยู่คนเดียว การชอบอยู่คนเดียว การขออยู่คนเดียวยังไม่อยากเข้าสังคม อยากอยู่เงียบ ๆคิดอะไรเพียงลำพัง ให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนตัว ไม่พร้อมที่จะเริ่มความสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ แต่ยังคงความเป็นตัวตนของตนเอง ให้กำลังใจตนเองให้ยืนหยัดอยู่บนความเป็นตัวเรา

2.3 การเป็นตัวตนของตนเองอยู่เสมอแม้จะอยู่เพียงลำพัง

มิลลิให้กำลังใจผู้ที่อ่อนแอ หรือกำลังอยู่โดดเดี่ยวเดียวดายว่า ไม่ว่าจะไม่มีใคร อยู่เพียงลำพัง หรือจะรู้สึกล้มเหลวอะไรก็ตามก็อย่าทอดทิ้งความเป็นตัวเอง พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “ไม่มีใคร” แม้จะอยู่คนเดียว ไม่มีใคร แต่ยังคงความเป็นตัวของตัวเองอยู่เสมอ ดังตัวอย่าง

“ เหลือทิ้งไว้ เพียงแต่ตัวฉัน
อยู่กับความฝัน ที่ต้องพังทลาย
ฝันไว้เสียสวยงาม แต่แล้วมันก็ผ่านไป
ผ่านไปเหมือนสายลม ที่ไร้ร่องรอย ”

(มิลลิ, ไม่มีใคร)

แนวคิดที่ได้จากบทเพลงคือ แม้จะอยู่คนเดียว ไม่มีใคร แต่ก็ยังคงความเป็นตัวของตัวเองอยู่เสมอ จากเนื้อเพลงไม่มีใคร กล่าวถึงความอ้างว้าง ความเหงา ความลำพัง มีแค่ตัวคนเดียวอยู่กับความฝันที่พังทลาย ฝันที่เคยสวยงามแต่แล้วมันก็ผ่านไปเหมือนกับสายลม แต่ไม่ว่าอย่างไร ก็ให้คงความเป็นตัวตนเอาไว้

2.4 การเผชิญปัญหา ไม่ควรเก็บไว้เพียงคนเดียว

มิลลิแม้จะนำเสนอบทเพลงนำเสนอแนวคิดการดำเนินชีวิตให้มีความมั่นใจในตนเอง ยืนหยัดในแนวทางตนเองอย่างเด่นชัด แต่ก็ยังนำเสนอแนวคิดให้กำลังใจสำหรับผู้ที่มีช่วงเวลาอ่อนแอหรือมีปัญหาด้วยว่าไม่ควรเก็บไว้คนเดียว ยังมีคนที่รักและปรารถนาดีกับเราคอยรับฟัง พบ 1 บทเพลง ดังบทเพลง “ไหนเล่า” ที่สื่อถึงบุคคลที่กำลังมีปัญหาโดยใช้สรรพนามว่า “เธอ” โอเคไหม มีปัญหาอะไรหากไม่ไหวให้พูดออกมา และสรรพนามว่า “ฉัน” พร้อมรับฟังเสมอ ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นเรื่องอะไร ดังตัวอย่าง

“ เธอโอเคมั้ย เก็บอะไรไว้
พร้อมรับฟังถ้าหากไม่ไหว
ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นอะไร
ขอบคุณที่เชื่อใจและเล่าให้ฟัง ”

(มิลลิ, ไหนเล่า)

แนวคิดที่ได้จากบทเพลง คือ ถึงแม้เราจะอยู่คนเดียวแต่ก็ยังมีคนที่รักและคอยรับฟังซึ่งกันและกัน หากมีเรื่องอะไรให้พูดออกมาอย่าเก็บไว้ มีคนที่พร้อมจะรับฟังไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นเรื่องอะไร อยากให้รู้ว่ายังมีคนที่พร้อมรับฟังอยู่เสมอ

2.5 การรักและดูแลตนเองให้สุขภาพดีและมีความสุขเป็นเรื่องสำคัญ

แนวคิดมิลลิที่สัมพันธ์กับการงานและการดำเนินชีวิตนำเสนอเป็นการสรุปว่าไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้นก็ตาม การรักและดูแลตนเองให้สุขภาพดี มีความสุขเป็นเรื่องสำคัญ โดยพบการนำเสนอแนวคิดดังกล่าวผ่านบทเพลงจำนวน 2 บทเพลง คือ บทเพลง “TIID TIW(ติ๊ด ติ้ว)” และ“Sad Aerobic” ที่ปลอบประโลมผู้ที่มีความทุกข์ให้หยุดเศร้า หยุดกังวล หยุดคิดมาก หันมาออกกำลังกาย ทำเพื่อสุขภาพของตนเอง ทำอะไรที่มีความสุขทุ่มเทพลังไปกับการทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อสร้างความสุขให้ตัวเอง ดังตัวอย่าง

“ สาวสาวเซาเศร้าเต๊อะ ”

และ

“ ออกกำลังกายกินผักผลไม้
แล้วก็ออกกำลังกายกินผักผลไม้ ”

(มิลลิ, Sad Aerobic)

มิลลิแสดงให้เห็นว่าเราควรออกมาทำอะไรดี ๆ เพื่อสุขภาพของตนเอง ทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อตัวเอง ดั่งแนวคิดที่ว่า หันมารักตัวเอง ดูแลสุขภาพ ใส่ใจตัวเอง ทำในสิ่งที่มีความสุข เห็นคุณค่าในชีวิตตัวเองมากขึ้น

3. สังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันในสังคมของประชาชน (พระมหาโชคทอง,2559 อ้างถึงในพรอุษา ประสงค์วรรณะ, 2556) ได้กล่าวไว้ว่า การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนาที่จะให้เกิดขึ้นในสังคมของตน แต่บางครั้งการที่มีคนอยู่ร่วมกันหลายกลุ่ม มีความหลากหลายแตกต่างกันก็ย่อมมีการขัดแย้งกันบ้าง บางครั้งความขัดแย้งก็เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดความหลากหลายในการสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ที่อยู่ในสังคมนั้น ๆ ได้ หากแต่ว่าเมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นแล้ว มีวิธีการต่าง ๆ ในการแก้ปัญหาหรือดำเนินใด ๆ ที่เหมาะสมกับชุมชน และสังคมนั้น ๆ ก็จะทำให้อยู่ร่วมกันได้อย่างสงบ

แนวคิดเกี่ยวกับสังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคมที่ปรากฏผ่านบทเพลงของมิลลิ จำแนกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

3.1 ผู้ใหญ่หรือผู้ที่มีอายุมากควรเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

มิลลิถือเป็นเด็กรุ่นใหม่ที่มีความคิดเป็นของตัวเอง อยากลองทำในสิ่งต่างๆ แต่ในบางเรื่องกลับโดน

ผู้ใหญ่ตักเตือนว่าไม่ควรทำอย่างนั้น และไม่รับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอของเด็กรุ่นใหม่ โดยใช้คำสอนที่ว่า “เดินตามหลังผู้ใหญ่สุนัขไม่กัด” หรือ “ตนอาบน้ำร้อนมาก่อน” มาอ้างเพื่อให้เด็กปฏิบัติตาม มิลลิจึงได้ถ่ายทอดแนวคิดนี้ผ่านบทเพลง เพื่อต้องการให้ผู้ใหญ่เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของเด็กรุ่นใหม่มากขึ้น พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “เด็กเอ๋ย เด็กดี” เด็กรุ่นใหม่ที่ขอให้ผู้ใหญ่รับฟังความคิดเห็นของเด็กหรือผู้ที่อายุน้อยกว่าด้วยความใจกว้างและใช้เหตุผลในการพูดคุยกัน ดังตัวอย่าง

“ เด็กเอ๋ยเด็กดีต้องเชื่อฟัง ผู้ใหญ่สอนห้ามเถียงห้ามชี้นำ
บอกให้เชื่อก็เชื่อไปตามกัน หากสงสัยไม้เรียวจะลงทัณฑ์ ”

และ

“ ถ้าหากคุณช่วยฟังกันบ้าง
ถ้าหากคุยด้วยความใจกว้าง
และถ้าทำให้บ้านมันกลายเป็นบ้าน
ทุกๆ อย่างคงดีเราคงรักกันมาก
แค่พูดดีๆ ไม่น่าจะยาก
ต้องทำยังไงถึงจะเปิดใจบ้าง
ปฏิเสธเพราะกูอยู่คนละ Gen เหมือนกูผิดไอ้เวร”

(มิลลิ, เด็กเอ๋ย เด็กดี)

จากบทเพลง “เด็กเอ๋ย เด็กดี” มิลลิเป็นตัวแทนสื่อความคิดของเด็กรุ่นใหม่ที่ขอให้ผู้ใหญ่รับฟังความคิดเห็นของเด็กหรือผู้ที่อายุน้อยกว่าด้วยความใจกว้างและใช้เหตุผลในการพูดคุยกัน

3.2 เด็กหรือวัยรุ่นที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะควรประพฤติตนให้เหมาะสมกับวัย ใส่ใจความคิดเห็นของผู้ใหญ่หรือบิดามารดาเช่นกัน

มิลลิได้สื่อถึงแนวคิดที่ว่าวัยรุ่นยุคใหม่ควรประพฤติตัวให้เหมาะสม ไม่ทำตัวก้าวร้าว แม้ว่าจะเป็นคนที่มีความมั่นใจ มีความคิดเป็นของตัวเอง กล้าลองผิดลองถูกในเรื่องต่าง ๆ แต่ก็ควรเคารพกฎระเบียบของสังคม ประพฤติตัวให้เหมาะสมกับกาลเทศะ เช่นเดียวกันกับมิลลิที่ถึงแม้จะเป็นผู้หญิงที่มั่นใจในตัวเองแต่ก็ไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับวัย พบ 1 บทเพลง คือ บทเพลง “พักก่อน” ดังตัวอย่าง

“ พักก่อน แม่บอกให้เธอพักผ่อน
ยังละอ่อนยังสาวลูกหลาวอย่าไปทักก่อน
พักผ่อน พี่อยากให้น้องได้พักผ่อน
พูดเหมือนหล่อนเมายาคุม
น้องควรกลับไปนอนนอนนะ ”

(มิลลิ, พักก่อน)

เพลงพักก่อนแม้จะเป็นเพลงที่ใช้คำพูดที่ค่อนข้างแรง แต่ในเนื้อหาเพลงสื่อถึงคำแนะนำถึงวัยรุ่นหรือผู้หญิงรุ่นน้องว่าหากมั่นใจว่าสิ่งที่ทำเป็นสิ่งที่ดี ถูกต้อง ให้ทำอย่างมั่นใจ แต่หากสิ่งที่ทำมันไม่ดี ไม่เหมาะสมก็ไม่ควรทำ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาแนวคิดของ “มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล) ตัวแทนผู้หญิง Gen-Z ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป พบว่า แนวคิดที่พบมากที่สุด คือ แนวคิดการงานและการดำเนินชีวิต มั่นใจในสิ่งที่ทำ มั่นใจในสิ่งที่เป็น

มุ่งหน้าสู่เป้าหมาย มิลลิได้สื่อสารผ่านบทเพลงเพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกมั่นใจในตนเอง กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออกในทุก ๆ เรื่อง ทำความฝันให้เป็นจริง รองลงมา คือ แนวคิดความรักและการดำเนินความสัมพันธ์ หากมีความรักต้องมีความชัดเจนกันทั้งสองฝ่าย เพราะในทุกๆความสัมพันธ์สิ่งที่สำคัญมากคือความชัดเจน ไม่ว่าจะคิดอะไร รู้สึกอย่างไร ควรพูดและกระทำให้เข้าใจตรงกันทั้งสองฝ่าย และแนวคิดที่พบน้อยที่สุด คือ แนวคิดสังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคม

ผลการวิจัยแนวคิดตัวแทนผู้หญิง Gen-Z “มิลลิ” (ดนุภา คณาธีรกุล) ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป มีความแตกต่างกับผลการวิจัยการศึกษาแนวคิดที่ปรากฏในเพลงลูกกรุงของสุเทพ วงศ์กำแหง (ศิริรัตน์ รางวรรณา และวรุณญา อัจฉริยบดี, 2562) ถึงแม้จะพบแนวคิดเกี่ยวกับความรักเหมือนกันแต่มีรายละเอียดที่แตกต่างกัน โดยบทเพลงของสุเทพ วงศ์กำแหง พบแนวคิดทั้งหมด 2 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความรักและแนวคิดเกี่ยวกับผู้ชายมักหลงใหลในความงามของผู้หญิง ขณะที่ บทเพลงของมิลลิ(ดณุภา คณาธีรกุล) พบแนวคิดทั้งหมด 3 แนวคิด ได้แก่ ความรักและการดำเนินความสัมพันธ์ การงานและการดำเนินชีวิต และสังคมและการอยู่ร่วมกันในสังคม สะท้อนให้เห็นว่าบทเพลงลูกกรุงสมัยก่อนให้ความสำคัญในเรื่องของความรักเป็นหลัก ขณะที่มิลลิเปรียบเสมือนตัวแทนของผู้หญิง Gen Z ที่ไม่ได้มองความรักเป็นปัจจัยเดียวในการดำเนินชีวิต แต่เห็นว่าการงาน และการอยู่ร่วมกันในสังคมก็มีความสำคัญในชีวิตไม่น้อยไปกว่ากัน แนวคิดของมิลลิที่เป็นตัวแทนผู้หญิง Gen-Z สอดคล้องกับที่กล่าวถึงคน Gen Z ในงานวิจัยของศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และโอปอล์ สุวรรณเมฆ(2563, น.25) เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น แซท ที่กล่าวโดยสรุปว่าคน Gen Z มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์มีทางเลือกสำหรับชีวิตอย่างเป็นอิสระเพื่อแสดงความเป็นตัวเองอย่างชัดเจน การศึกษาบทเพลงของมิลลิจึงทำให้เข้าใจถึงความคิดของคน Gen Z ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. วิจัยแนวคิดตัวแทนผู้หญิง Gen-Z “มิลลิ” ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป มีการศึกษาเฉพาะแนวคิดเท่านั้น ดังนั้นควรศึกษารูปแบบอื่นๆในบทเพลงของมิลลิ เช่น การใช้ภาษา เพื่อจะได้ทำความเข้าใจศิลปะการใช้ภาษาใน บทเพลงของมิลลิมากยิ่งขึ้น
2. วิจัยแนวคิดตัวแทนผู้หญิง Gen-Z “มิลลิ” ที่สะท้อนผ่านบทเพลงแร็ป เน้นศึกษาด้านเนื้อเพลงเพียงอย่างเดียว ควรศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงควบคู่ไปกับเนื้อเพลง เพื่อให้เข้าใจจุดมุ่งหมาย และแนวคิดที่มิลลิต้องการสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎิ์ เลกะกุล.(2561,ธันวาคม). *แร็ป–ฮิปฮอปลำนำสะท้อนชีวิตแอฟริกัน-อเมริกันสู่บทเพลงแห่ง เสรีภาพในสังคมไทย*. คิด (Creative Thailand). 10(3), 14-19.

เนื้อเพลงใหม่. (2563). ไหนเล่า. ค้นจาก https://lyrics.city/lyrics/12078/ (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

เนื้อเพลงใหม่. (2564). ลำพัง. ค้นจาก https://lyrics.city/lyrics/72654/ (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

ปัณณพร เทพพานิช. (2559). จงรักนวลสงวนกาย : อำนาจรัฐไทยในแบบเรียนสุขศึกษา. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 35*(ฉบับพิเศษ), 127-140.

พรอุษา ประสงค์วรรณะ. (2556). *การศึกษาชุมชนต้นแบบต่างศาสนาที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติในแขวงวัดกัลป์ยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มาโนช ดินลานสกูล. (2548). *การอ่านและการเขียนบันเทิงคดี.* สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ศรุตา แจ้งสว่าง. (2550). *เพลงฮิปฮอปกับความเป็นผู้หญิง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์, และโอปอล์ สุวรรณเมฆ. (2563). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นแซท. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 11*(1), 23-43.

ศิริรัตน์ รางวรรณา, และวรุณญา อัจฉริยบดี. (2562). *การศึกษาแนวคิดที่ปรากฏในเพลงลูกกรุงของ สุเทพ วงศ์กำแหง.* ค้นจาก https://citly.me/D27gq

สยามโซน. (2563). *ตาแตก.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/19955 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2563). ที่สุดของฉัน. ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/20516 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2563). *พักก่อน*. ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/17440 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2563). *เอาให้ชัด*. ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/19313 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2564). *Not yet.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/22138 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2564). *Sad aerobic.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/24163 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2564). *อนาคตคือ.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/22428 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2565). *เด็กเอ๋ยเด็กดี.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/22905 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สยามโซน. (2565). *ไม่มีใคร.* ค้นจาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/23248 (วันที่ค้นข้อมูล : 1 กรกฎาคม 2565)

สรณัฐ ไตลังคะ. (2560). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สานิตย์ หนูนิล, และกนกวรา พวงประยงค์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในชนบทไทย. *วารสารพัฒนาสังคม. 21*(2). 176-195.

อธิภัทร เอิบกมล, และพัชลินจ์ จีนนุ่น. (2564). *ภาพสะท้อนปัญหาสังคมที่เกิดจากอำนาจรัฐในเพลงแร็ป : จากศิลปินอเมริกันสู่ศิลปินไทย*. (ปริญญานิพนธ์). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.

เอกชัย สุทธิยั่งยืน. (2564). *จาก 'สุดปัง' จนถึง 'พักก่อน' ที่ทำให้ MILLI คือปรากฏการณ์ทางดนตรีของคนรุ่นใหม่.* ค้นจาก www.gqthailand.com/culture/article/milli-the-new-generation-

เพลงสุดท้าย : ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์

ชลธิชา รังศิลป์*[1] ศุภาณิการ์ รุ่นกลิ่น[2] สัจพร คำชมภู[3]
และสุรพงษ์ ยิ้มละมัย[4]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพแทน “ความรัก” ของตัวละครเอกชายรักชายในภาพยนตร์ไทย เรื่อง “เพลงสุดท้าย” โดยใช้แนวคิดทฤษฎีภาพแทนของ สว๊วต ฮอลล์ มาวิเคราะห์ มีเกณฑ์ในการเลือกเนื้อเรื่องคือมีเนื้อหาเกี่ยวกับรักร่วมเพศ (ชายรักชาย) เนื้อเรื่องจบลงด้วยการฆ่าตัวตายของตัวละครเอก มีการศึกษาด้วยวิธีการรับชม วิเคราะห์จากภาษาในบทสนทนาของตัวละครและท่าทีของตัวละคร ตลอดจนอภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ภาพแทน “ความรัก” ตัวละครเอกของชายรักชายในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “เพลงสุดท้าย” ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ 1) ความรักของคนที่มีทั้งผิดหวังและสมหวัง 2) ความรักของชายรักชายที่ไม่อาจหลุดพ้นจากการถูกประทับตราโดยค่านิยมของสังคม 3) ความรักของชายรักชายที่มีความรักในฐานะมนุษย์แม้จะเป็นสิ่งปลอม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าชายรักชายก็เป็นคนคนหนึ่งที่มีความรู้สึกนึกคิดเฉกเช่นคนทั่วไป

ดังนั้น “ชายรักชาย” ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “เพลงสุดท้าย” จึงมีภาพแทนที่ผ่านการปรุงแต่งหรือนำเสนอคุณลักษณะของตัวละครเอกในฐานะเป็นมนุษย์ที่มีเลือดเนื้อ มีชีวิตจิตใจ ภาพแทนที่ปรากฏในแง่มุมของความรักจึงเต็มไปด้วยเรื่องราวที่คละเคล้ากันระหว่างความสุขสมหวัง ความผิดหวัง เป็นที่รัก ถูกรัก หรือถูกต่อต้านจากคนรอบข้าง นางเอกในฐานะมนุษย์คนหนึ่งมีทางเลือกในการกระทำการกับคนอื่นๆ แม้ว่าท้ายสุดของชีวิตจะจบลงด้วยการฆ่าตัวตายแต่ก็สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวของเต่ละปรากฏการณ์ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันจนไปสู่การกระทำนั้น

คำสำคัญ : ชายรักชาย ภาพแทน และภาพยนตร์เพลงสุดท้าย

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาและภาษาไทยประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4]อาจารย์.ดร, ภาควิชาสังคม วัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, วิทยาเขตหาดใหญ่
*Corresponding Author E-mail: 6211110301@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to study the representation of the protagonists' love in the Thai film " Pleng Sut Tai or The Last Song" through a film analysis using the representation theory. The criterion for selecting the film to analyze in this study is a film that contains male homosexuality content and ends with the suicide of a protagonist. The study was conducted by watching the film and analyzing the dialogues and gestures of the protagonists. Then the researchers discussed the results and drew conclusions.

The findings indicate that the film presents the representation of love in three aspects. Firstly, love can be happy and unhappy. Secondly, love of men in a same-sex relationship cannot break free from social value judgments. Finally, love of gays as human love indicates that despite artificial appearance, they are also normal people who have the same feelings and thoughts as normal ones.

Therefore, the representation of "a Man Loves a Man" in the Thai film "Pleng Sut tai or The Last Song" is presented through the considerate characteristics of the protagonists. They are presented as normal people who have flesh, life, and mind. Their representation of love showed that love is the combination of happiness, unhappiness, disappointment, loving and being loved, and being unaccepted by other people around them. As a human being, the protagonist had many choices in life that paved the way to different endings. Even though the film ends with the suicide, it succeeds in reflecting the stories behind the reasons that led to the decision to commit suicide.

Keywords : man loves man, gays, representation and film. "Pleng Sut Tai or The last song"

บทนำ

ความรักนั้นมีหลายรูปแบบ เกินกว่าที่เราจะนิยามได้ตั้งแต่การรักในสิ่งของ รักในการเรียนรู้ และความรักของคนนั้นก็มีหลายความรู้สึกเช่นกัน ทั้งรักข้างเดียว รักที่ผิดหวัง รักที่สมหวัง ไม่ว่าจะเป็นการรักกันในแบบใด ความรักนั้นย่อมเป็นสิ่งที่สวยงามเสมอ ดังที่ ไซยนุดดีน กูนิง (2558, น.3) กล่าวไว้ว่า ความรักเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้โดยที่ไม่จำกัดเพศและวัยเป็นสภาพและเจตคติต่างๆ ซึ่งมีตั้งแต่ความชอบระหว่างบุคคล ฉะนั้นความรักเป็นเรื่องของคน 2 คนจริงหรือ เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าความรักไม่ใช่แค่เรื่องของคนสองคนเท่านั้น แต่ความรักนั้นมักจะมีบรรทัดฐานทางสังคมเข้ามาข้องเกี่ยวด้วยเสมอ จึงกล่าวได้ว่าความรักนั้นย่อมไม่ใช่เรื่องของคนสองคนเพียงเท่านั้น ความรักนั้นยังสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกเพศทุกวัย อีกทั้งยังมีปัจจัยหลายๆอย่างที่อาจทำให้ความรักนั้นไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ ทั้งในเรื่องของการที่มีมือที่สามเข้ามาเกี่ยวข้อง

มือที่สามที่เข้ามาแทรกแซงในความรักของคนอื่น นั้นเป็นสิ่งที่ผิดศีลธรรมอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัญหาบุคคลที่สามในความรักของคนสองคน มาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน ซึ่งหากคนสองคนยึดมั่นในความรักที่มีต่อกันและมีความซื่อสัตย์ต่อกันมากพอ ปัญหาของมือที่สามก็จะไม่เกิดขึ้น สอดคล้องกับ อภิรดี ศรี

รักษ์และคณะ อ้างใน พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ (2540, น.36-37) กล่าวไว้ว่า ความรักในแนวคิดของนักจิตวิทยา คืออารมณ์ชนิดหนึ่งเหมือนอารมณ์โกรธ เศร้า หรือดีใจ ซึ่งเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าได้ ถ้าสิ่งเร้านั้นหายไป อาจเกิดขึ้นใหม่ได้ถ้ามีสิ่งเร้าที่ถูกใจ ฉะนั้นความรักนั้นจะเป็นนิรันดรหรือไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้า และความรักนั้นเกิดจากจุดศูนย์กลางที่ตนเองแล้วจึงขยายไป สู่บุคคลอื่น ซึ่งความรักระหว่างคู่รักหรือสามีภรรยานั้นไม่แน่นอนตายตัวนานวันเข้าสภาพของสิ่งเร้ามีการเปลี่ยนแปลงอาจสิ้นรักกัน ดังนั้น เราควรรักได้โดยไม่จำกัดแค่เพศและรูปร่างหน้าตาและเพศวิถี

เพศวิถี จึงสัมพันธ์กับทั้งสังคมและวัฒนธรรมที่กำหนดและสร้างความหมายให้แก่เรื่องเพศในทุกแง่มุม เช่น “ความปกติ” ของการเป็นคนรักต่างเพศ “ความผิดปกติ” ของคนรักเพศเดียวกัน ทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างของเพศวิถี ซึ่งสะท้อนให้เห็นในภาพยนตร์ เพลงสุดท้าย ที่เรียกว่าความผิดปกติของคนรักเพศเดียวกันคือความรักของชายรักชาย สอดคล้องกับ จิรภิญญา สำรวจ และคณะ, (2562 น.312) กล่าวถึง ชายรักชายหรือเกย์ ว่าสิ่งแรกที่หลายคนมักนึกถึงคือ ภาพของชายที่มีรสนิยมรักชอบพอกับเพศเดียวกัน แสดงพฤติกรรมทางเพศที่ขัดแย้งต่อบรรทัดฐานของสังคมทำให้น้อยคนนักที่จะยอมรับในสิ่งที่พวกเขาเป็น แต่ปัจจุบันเมื่อมีการนำเสนอเรื่องราว ผ่านสื่อที่เข้าถึงคนดูได้ง่าย ส่งผลให้ทัศนคติด้านลบที่มีต่อพวกเขาเริ่มเปลี่ยนไป แต่ความรักของชายรักชายนั้นยังเป็นความรักที่สังคมบางส่วนไม่ให้การยอมรับ และมักจะมีความคิดที่ว่าความรักแบบชายรักชายเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจไม่สมควรเกิดขึ้นไม่แม้แต่จะเป็นคนดีของสังคมได้

ค่านิยมที่เกี่ยวกับเพศในสังคมไทย ที่สืบทอดกันมากันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังที่สายทอง สรานนท์ เมธีกุลและคณะ (ม.ป.ป. น.93) กล่าวไว้ว่า ค่านิยมทางเพศตามสังคมและวัฒนธรรมไทย ในอดีตมีความแตกต่างจากในปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากในอดีตบุตรหลานจะถูกปลูกฝังโดยการอบรมเลี้ยงดูให้ เคารพเชื่อฟังคำสั่งสอนของบิดา มารดาอย่างเคร่งครัด ทั้งปัจจัยทางสังคมและสภาพแวดลอมก็ยังไม่เอื้ออำนวย อีกทั้งค่านิยมเกี่ยวกับชายรักชายในสังคมไทยก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับแม้ว่าจะมีท่าทางที่แสดงออกว่ายอมรับแต่ในความเป็นจริงชายรักชายก็ยังถูกเลือกปฏิบัติต่อสังคมเพราะค่านิยมทางเพศที่สังคมไม่ยอมรับ

สังคมส่วนใหญ่ถือว่าชายรักชายหรือคนที่รักเพศเดียวกันนั้นเป็นคนไม่ดี ผิดปกติ แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการยอมรับมากขึ้น ดังที่ ธันย์ชนก กันทะวงศ์ (2561, น.34) กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันกลุ่มเพศทางเลือกก็ได้มีการออกมาแสดงตัวตนมากขึ้น โดยใช้ความรู้ความสามารถของพวกเขาทำให้สังคมต้องยอมรับแต่ก็ยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบางคนที่มีต่อเพศทางเลือกได้ หรือแม้แต่ในภาพยนตร์ละคร สื่อต่างๆยังพยายามทำให้ภาพลักษณ์ของพวกเขาถูกมองเป็นตัวตลกอยู่ดี ซึ่งจากภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” เป็นการกล่าวถึงชายรักชาย ที่ชื่อว่า “สมหญิง” ที่มีพ่อเป็นที่นับหน้าถือตาจึงรับไม่ได้ว่าสมหญิงเป็นลูก เพียงเพราะสมหญิงนั้นเป็นชายรักชายที่สังคมไม่ยอมรับ

การไม่ยอมรับในความรักที่เกิดจากเพศเดียวกันของคนในครอบครัวมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการใช้ชีวิตในฐานะคนรักของความรักในรูปแบบชายรักชาย สอดคล้องกับ รณภูมิ สามัคคีคารมย์และเจษฎา แต้สมบัติ (2559 น.134) กล่าวว่า สำหรับบริบทของประเทศไทย พบว่า สถาบันครอบครัวมีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้ชีวิตทางสังคม โดยเฉพาะการแสดงออกในเรื่องทางเพศ และเป็นบริบทที่จะช่วยสร้างพื้นที่การยอมรับ หรือ

พื้นที่ปลอดภัย ซึ่งการไม่ยอมรับในความเป็นเพศของครอบครัวนี้ อันเนื่องมาจากอคติ หรือความไม่เข้าใจต่างๆ นำมาซึ่งการเลือกปฏิบัติ และความรุนแรงในที่สุด การที่ไม่มีใครยอมรับในตัวตน อาจส่งผลกระทบต่อจิตใจอย่างร้ายแรง ทำให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาดชีวิต ทำให้เกิดการตัดสินใจฆ่าตัวตายได้ในท้ายที่สุด

การฆ่าตัวตายนั้นมีหลายสาเหตุ ไม่ว่าจะเกิดจากความผิดหวังในเรื่องต่างๆทั้งในเรื่องของความรัก การถูกทอดทิ้ง ดังในภาพยนตร์เรื่อง เพลงสุดท้าย ที่สมหญิงรู้สึกว่าตนเองนั้นอยู่ตัวคนเดียว ไม่มีใครอยู่ข้างกายเมื่อเวลาต้องการคนที่คอยปลอบใจ การโดนครอบครัวหันหลังให้และถูกหักหลังโดยผู้เป็นน้องสาวและชายอันเป็นที่รัก เพราะเพศสภาพที่ผิดไปจากบรรทัดฐานทางสังคม รวมทั้งการถูกล่วงละเมิดจากกลุ่มชายแปลกหน้าที่เห็นสมหญิงเป็นที่ระบายอารมณ์ทางเพศและปฏิบัติกับสมหญิงเหมือนไม่ใช่มนุษย์ดูถูกเหยียดหยามในเพศสภาพของเธอ

การล่วงละเมิดทางเพศเกิดขึ้นได้กับทุกเพศและทุกวัยไม่ใช่ว่าจะเกิดขึ้นได้กับแค่ความรักระหว่างชายกับชายเพียงเท่านั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิพงศ์ คงทองและคณะ (2551,น.62) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันสังคมไทยมีแนวโน้มที่จะยอมรับพฤติกรรมชายรักชายมากขึ้น ต่างจากอดีตที่คนกลุ่มนี้มักถูกล้อเลียนและถูกประนามว่ามีความวิปริตทางเพศถูกตั้งข้อรังเกียจและถูกกีดกันจากทุกสาขาอาชีพ แม้ว่าสังคมไทยจะยอมรับพฤติกรรมชายรักชายมากขึ้นก็ตาม แต่ปัญหาที่เกิดจากคนกลุ่มนี้ก็ไม่ได้ลดลง แต่กลับมีปัญหาสังคมรูปแบบใหม่ ๆ เช่น ปัญหาอาชญากรรมทางเพศที่เกิดจากการหึงหวงคู่รัก การล่อล่วงข่มขืนเด็กเพศเดียวกัน

อย่างไรก็ตามเรื่องราวความรักเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน ไม่ว่าเป็นจะเพศใดก็ตามทั้ง ชายรักหญิง ชายรักชาย หรือหญิงรักหญิง ก็ล้วนมีความรักที่ดีได้ หากมีความจริงใจและมีความบริสุทธิ์ใจไม่ใส่หน้ากากเข้าหากัน จากเนื้อหาบทเพลงที่จะยกดังต่อไปนี้เปรียบเป็นความรู้สึกของสมหญิงว่าสมหญิงนั้นรู้สึกอย่างไร

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “ความรัก” ของชายรักชาย ส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นกับความรักและการยอมรับในสังคมแต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความรักที่นำไปสู่ความตาย อีกทั้งงานวิจัยที่ค้นพบมักกล่าวถึงความรักระหว่างชายกับชายในเพศสภาพที่ยังคงเป็นชายอยู่ของภาพยนตร์ไทย สอดคล้องกับ ณัฐธนนท์ ศุขถุงทองและ ภูวิน บุณยะเวชชวินี (2562, น.364) กล่าวว่า “วัฒนธรรมสาววาย” ที่ตั้งมั่น จนหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยม ในประเทศไทย จะมิใช่ปัจจัยเดียวที่ก่อร่างบริบทจนนำมาซึ่ง “ปรากฏการณ์วาย” ไม่มีการนำเสนอความรักในแง่มุมของชายรักชาย ในภาพยนตร์ของไทย แต่ไปปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ต่างประเทศ จึงทำให้งานวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งเน้นไปในส่วนของความรักของชายรักชาย มีความแตกต่างดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาในประเด็น “ความรัก” ของชายรักชาย ผ่านภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” ที่นำเสนอผ่านความรักที่แสนบริสุทธิ์ของชายรักชาย ที่มีต่อชายอันเป็นที่รัก แม้ความรักครั้งนี้ในท้ายที่สุดจะนำพาสมหญิงไปสู่ความตาย แต่ความรักที่เกิดขึ้นนั้นก็เป็นที่น่าสนใจว่าภาพยนตร์เรื่องนี้จะมีการดำเนินความสัมพันธ์นั้นอย่างไรกับคนรักภายในบริบทของภาพยนตร์ไทย เพื่อชี้ให้เห็นว่า ชายรักชาย ในอดีตนั้นยังถูกบีบคั้นจากบรรทัดฐานสังคมในอดีตมากกว่าในปัจจุบันที่เริ่มมีการเปิดกว้างมากขึ้น การวิจัยครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับคนที่เป็นตัวแทนของ “ชายรักชาย” ที่สามารถมีความรักเหมือนกับคนทั่วไปได้ สิ่งเหล่านี้เป็น

ภาพแทนของตัวละครที่มีการเสียดสีทางสังคมผ่านความรักของตัวละครที่แสดงออกมา ในความรักที่สังคมตราหน้าว่าผิดปกติเพราะเป็นความรักที่ไม่ตรงตามบรรทัดฐานของสังคมกับงานวิจัยอื่นที่ค่อนข้างชัดเจนและทฤษฎีที่ใช้ในครั้งนี้คือทฤษฎีภาพแทน

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาในประเด็น “ความรัก” ของชายรักชาย ผ่านภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” ที่นำเสนอผ่านความรักที่แสนบริสุทธิ์ของชายรักชาย ที่มีต่อชายอันเป็นที่รัก แม้ความรักครั้งนี้ในท้ายที่สุดจะนำพาสมหญิงไปสู่ความตาย แต่ความรักที่เกิดขึ้นนั้นก็เป็นที่น่าสนใจว่าภาพยนตร์เรื่องนี้จะมีการดำเนินความสัมพันธ์นั้นอย่างไรกับคนรักภายในบริบทของภาพยนตร์ไทย เพื่อชี้ให้เห็นว่า ชายรักชาย ในอดีตนั้นยังถูกบีบคั้นจากบรรทัดฐานสังคมในอดีตมากกว่าในปัจจุบันที่เริ่มมีการเปิดกว้างมากขึ้น การวิจัยครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับคนที่เป็นตัวแทนของ “ชายรักชาย” ที่สามารถมีความรักเหมือนกับคนทั่วไปได้ สิ่งเหล่านี้เป็นภาพแทนของตัวละครที่มีการเสียดสีทางสังคมผ่านความรักของตัวละครที่แสดงออกมา ในความรักที่สังคมตราหน้าว่าผิดปกติเพราะเป็นความรักที่ไม่ตรงตามบรรทัดฐานของสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพแทนของ“ความรัก” ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ “เพลงสุดท้าย”

คำถามงานวิจัย

ภาพแทนที่สะท้อนถึง “ความรัก” ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ “เพลงสุดท้าย” เป็นอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับ“ความรักและความตาย”ของชายรักชายในสังคมไทย
2. เข้าใจถึงมุมมองของสังคมที่มีต่อชายรักชาย
3. ตระหนักถึงมุมมองของสังคมที่มีต่อชายรักชาย
4. นำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีและการยอมรับความรักรูปแบบชายรักชาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ความรัก** หมายถึง เรื่องราวความรักที่ต้องจบลงด้วยความตายของตัวละครเอกชายรักชายในภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย”
2. **ภาพยนตร์** หมายถึง ภาพฉายที่แสดงให้เห็นความเคลื่อนไหวจากการถ่ายทำ เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือการแสดงของนักแสดง ตามบทของตัวละครนั้นๆ
3. **ตัวละครเอก** หมายถึง ตัวละครที่มีบทบาทนำในการดำเนินเรื่อง เพลงสุดท้าย “ความรัก”
4. **เพลงสุดท้าย** หมายถึง ชื่อภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในปี พ.ศ.2528 และ พ.ศ. 2549 โดยมีพิศาล อัครเศรณี เป็นผู้กำกับ

5. **ภาพแทน** หมายถึง ภาพที่ผ่านการคัดเลือกปรุงแต่ง ขับเน้น ปกปิดหรือลดทอนคุณลักษณะของตัวละครเอก ในเรื่องที่ศึกษาวิจัย
6. **ชายรักชาย** หมายถึง ตัวละครเอกผู้ชายที่มีจิตใจเป็นผู้หญิงในภาพยนตร์เรื่องเพลงสุดท้าย

วิธีศึกษา

วิธีการศึกษาและแนวคิดทฤษฎี คือ การผสมผสานแนวคิดทฤษฎีการศึกษาต่าง ๆ การนำ หลักการและทฤษฎีทางการศึกษาไปใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยทั่วไปมักจะใช้วิธีผสมผสาน มีการเลือกหลักการที่ดีของหลายทฤษฎีเพื่อนำมาปรับเข้ากับงานวิจัยที่ศึกษาอยู่และไม่ขัดแย้งกัน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้าง องค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำวิจัย ในการรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัยได้ไปสืบค้นข้อมูลจาก หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และข้อมูล จากเว็บไซต์ต่าง ๆ อาทิ เช่น Thaijo Thailish Google Scholar เป็นต้น อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นภาพยนตร์ผ่าน Youtube โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์และภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย”

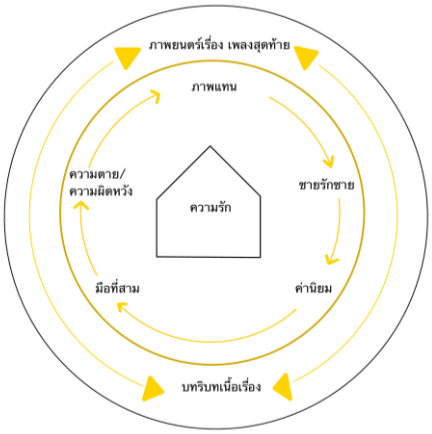
ในการวิจัยเรื่อง เพลงสุดท้าย : ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ 7 ด้าน ดังนี้ ความรัก มือที่สาม ความตาย บรรทัดฐานทางสังคม ภาพแทนสาวประเภทสอง และภาพยนตร์ไทย

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้เลือกใช้ภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” นำมาศึกษารายละเอียด โดยใช้เกณฑ์พิจารณาการเลือก คือ “ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชาย ซึ่งมีชายรักชายเป็นตัวละครหลัก เนื้อเรื่องในภาพยนตร์เรื่องนี้ จะมีความเกี่ยวข้องกับชายรักชาย ในเรื่องบรรทัดฐานเข้ามา

เกี่ยวข้อง จะเห็นถึงความแตกต่างของสังคมที่แสดงต่อชายรักชาย หรือLGBT กับตัวละครอื่นๆจากบริบทที่นำเสนอมายังผู้รับชม เพื่อแสดงถึงมุมมองของสังคมต่อชายรักชายที่ทำให้เห็นถึงความแตกต่างในการเลือกปฏิบัติ ซึ่งคนในสังคมมักมองว่าชายรักชายเป็นสิ่งที่ผิดปกติ ที่ไม่เหมาะสมมีความรักดีๆ เมื่อพิจารณาดูแล้ว คณะผู้วิจัยจึงมีเป้าหมายในการนำภาพยนตร์ไทยเรื่อง “เพลงสุดท้าย” ที่เกี่ยวข้องกับความรักของชายรักชายมานำเสนอดังนี้

กรอบแนวคิดทฤษฎี

การศึกษาวิจัยเพื่อบรรลุตามเป้าหมายเรื่อง “เพลงสุดท้าย : ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎี “ภาพแทน” (Representation) มาใช้ประกอบการวิเคราะห์หาคำตอบและศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงตัวละครเอกที่เป็นชายรักชาย ภายใต้บริบทบรรทัดฐานของสังคมที่ปรากฏในภาพยนตร์



ชื่อภาพ : แผนภาพแสดงกรอบแนวคิด

ดังนั้น ภาพกรอบแนวคิดของผู้วิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ชายรักชาย เป็นตัวละครตัวหนึ่งที่ถูก สร้างขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมไทย ซึ่งในการถูกสร้างขึ้นนี้เป็นไปในเชิงลบและถูกปิดกั้นจากสังคม โดยตัวละครชายรักชาย ที่นำเสนอผ่านสื่อภาพยนตร์ไทย จะทำให้เห็นถึงมุมมองต่าง ๆ ของชายรักชาย ทั้งในเรื่องของความรัก ความผิดหวัง และความตาย เป็นการสะท้อนตัวละครเอกที่เป็นชายรักชายในสังคมไทยได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีภาพตัวแทน (Representation) มาประกอบการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ภาพแทนตัวละครเอกที่เป็นชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทย ภาพแทนเป็นการคัดเลือก ลดทอน และปรุงแต่งคุณลักษณะบางอย่าง เพื่อให้คนอื่นเห็นหรือตีความหมายว่าเป็นเช่นนั้น คุณลักษณะนั้นอาจจะหยิบยกมาจากเรื่องจริงในสังคมไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีการนำเสนอภาพแทนตัวละครเอกที่เป็นชายรักชาย ที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทย จำแนกได้ 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1.ภาพแทนรักที่ผิดหวัง

รัก คือสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจเป็นสายใยแห่งความผูกพันก่อให้เกิดความคาดหวัง ความปรารถนาที่จะครอบครอง และยึดติด เหนี่ยวรั้ง พร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อให้สมหวังในความรัก จนบางครั้งไม่สนใจหรือใส่ใจความรู้สึกของคนรอบข้างทำไปตามแรงปรารถนาเพื่อให้ตนเองสมหวังและไม่ผิดหวังจากความรัก

รักที่ผิดหวัง เกิดขึ้นได้กับความรักทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะในความรักแบบคู่รัก หรือแบบครอบครัว การคาดหวังจากคนในครอบครัวที่มากเกินไปเมื่อไม่ได้อย่างที่หวังก็เกิดความรู้สึกผิดหวัง เช่น การที่บุตรหลานของตนมีใจรักในเพศเดียวกัน หรือ มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจากเพศสภาพดังเดิม จากชายกลายเป็นหญิง ที่เรียกว่า “กะเทย” หรือ จากหญิงกลายเป็นชาย ที่เรียกว่า “ทอม”

รักที่ผิดหวังของชายรักชายอาจเกิดจากการที่บุคคลนั้นมีลักษณะทางความคิด สังคม พฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน หรือแม้กระทั้งนิสัยหรือความชอบส่วนตัวก็มีส่วนผลักดันที่ทำให้ความรักของบุคคลนั้นๆ เข้ากันไม่ได้ และอีกทั้งยังปฏิเสธไม่ได้ว่าบรรทัดฐานทางสังคม จารีต ประเพณี เพศสภาพล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบถึงความรัก

การมีเพศสภาพที่ต่างไปจากธรรมชาติหรือการมีความรักที่ผิดไปจากสังคม หรือแม้การที่สังคมส่วนใหญ่ไม่ยอมรับในความรัก เช่นการรักร่วมเพศ ไม่ว่าจะชายรักชาย หรือหญิงรักหญิงอาจส่งผลให้เกิดการเกลียดชัง หรือถูกแบ่งแยกออกไปจากสังคม ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ การกลั่นแกล้งทั้งจากคำพูดและการกระทำ หรือมองว่าเป็นตัวประหลาด ทั้งจากสังคม และจากครอบครัวชายรักชายเอง

จากภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” แสดงให้เห็นถึงทัศนคติของสังคมที่มีต่อชายรักชาย และส่งผลกระทบต่อความคิดและทัศนคติเกี่ยวกับความรักในรูปแบบชายรักชายว่าไม่มีความมั่นคงและยั่งยืน หรือมอบความรักให้เราก็เมื่อมีผลประโยชน์ให้เท่านั้น ดังที่ “ประเทือง” ได้กล่าวกับ “สมหญิง”ในขณะที่นั่งระบายความในใจกัน

“คนอย่างพวกเรา ไม่มีใครสมหวังกับชีวิตคู่หรอก เขายังอยู่กับเราถ้าเรามีให้เขา หรือว่าเขาไม่มีทางไป”

(เพลงสุดท้าย,โดย พิศาล อัครเศรณีย์,2549)

จากบทสนทนา ดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงความคิดที่สะท้อนมาจากการส่งต่อทางความคิด และผลกระทบที่ส่งผลมาจากการปลูกฝัง และค่านิยมของสังคมที่เชื่อว่า “กะเทย” ต้องเลี้ยง ผู้ชาย ถ้าไม่มีก็ไม่คบไม่รัก หวังแค่เงินทองและของนอกกาย มากกว่าจะมีความรักให้กันจริง ๆ ของคนสองคน

จากภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” จะเห็นได้ว่า ตัวละครเอกในเรื่องที่เป็นชายรักชายมักมีความยึดติดอยู่กับความคิดที่ว่าความรักแบบชายรักชายมักจะไม่สมหวัง มีจุดจบที่ไม่ดีและมักจะถูกหลอกใช้หรือเข้ามาโดยหวังซึ่งผลประโยชน์แต่ไม่ได้มีความรักที่มอบให้กัน

เมื่อหมดซึ่งผลประโยชน์ก็พร้อมที่จะทอดทิ้งอีกฝ่ายได้ในทันที ดังที่ตัวละคร “ประเทือง” ได้กล่าวไว้กับ “สมหญิง” เมื่อครั้งที่นั่งระบายความในใจเรื่องของความรัก และต้องการเตือนสติให้สมหญิงมีสติและไม่คาดหวังในรักมากจนเกินไปให้เหลือเผื่อใจเตรียมใจเมื่อพบกับความผิดหวังไม่ให้ทุกข์มากเกินจะรับไหว ไว้ว่า

“อะไรจะเกิดก็ให้มันเกิด มึงเองอะก็ต้องเตรียมใจไว้ด้วยอีหญิง ความรักสำหรับคนอย่างพวกเรามันก็ไม่มีวันสมหวังหรอก”

(เพลงสุดท้าย,โดย พิศาล อัครเศรณีย์,2549)

จากบทสนทนา ดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงสัจธรรมการเตือนสติที่ดีให้เรารู้จักที่จะยอมรับ และมีสติในการใช้ชีวิตไม่เพียงแต่ความรักเพียงเท่านั้นแต่ควรตั้งมั่นในความไม่ประมาทและมีสติในทุกๆเรื่อง การเตรียมตัวเตรียมใจไว้เผื่อเจอสิ่งที่ผิดหวังก็นับเป็นสิ่งที่ดีแต่แค่ระวังไม่ใช่ระแวงเพราะอาจทำให้เข้าใจผิดกันได้ว่าไม่เชื่อใจกันจนทำให้ทะเลาะเบาะแว้งจนอาจนำไปสู่การเลิกกันได้ในอนาคต

2.รักที่ให้ทั้งกายและใจ

ภาพแทนความรักที่ให้ทั้งกายและใจความรักคือความรู้สึกของคนสองคนที่มอบให้แก่กัน หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรักมากเกินไปและอีกฝ่ายนั้นมีความรู้สึกที่ไม่เท่ากันก็อาจจะทำให้ความรักนั้นมาถึงจุดสิ้นสุด หรือการทุ่มเทดันทุรังมากเกินไปก็อาจทำให้อีกฝ่ายรู้สึกอึดอัด จนทำให้ฝ่ายที่อึดอัดนั้นต้องไปหาพื้นที่ที่ทำให้ตัวเองนั้นสบายใจ

ปัญหามือที่สามที่พบเห็นโดยทั่วไปในสังคม โดยเฉพาะมักจะเกิดกับความรักที่เกิดจากเพศเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นชายรักชาย หรือหญิงรักหญิงที่มักจะมีความรู้สึกรักที่รุนแรงมากกว่าคู่รักชายหญิง ประกอบกับในสังคมที่ยังไม่เปิดกว้างหรือยอมรับในความรักในรูปแบบชายรักชายจึงทำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่ต้องทุ่มเทมากกว่า

จากภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย”จากฉากที่ “วิทย์” เพื่อนสนิทของ “สมหญิง” ที่ติดคุก เกาะลูกกรงคุยกับ “สมหญิง” ที่มาเยี่ยมหลังจากที่ลงมือฆาตกรรมคนรักและชายชู้แล้วถูกจับกุม

“กูคงรักมันมากเกินไป กูถึงทนไม่ได้ ใครมาเป็นกูก็ต้องทนไม่ได้ มึงคิดสิอีหญิง ผัวกูไปมีผัวใหม่ จะให้กูทนได้ยังไง

(เพลงสุดท้าย,โดย พิศาล อัครเศรณีย์,2549)

จากประโยคดังกล่าว ชี้ให้เห็นได้ถึงการทุ่มเทความรักของ “วิทย์” ที่มีต่อชายคนรักซึ่งเป็นความรักแบบชายรักชายที่ฝ่ายนึงทุ่มเทให้อีกฝ่ายมากมาย มอบให้ทุกอย่างทั้งกายและใจ แต่สิ่งที่ตอบแทนกลับมาคือความผิดหวัง เสียใจ รวมถึงเสียอนาคตอีกด้วย ทั้งนี้การรักใครไม่ใช่สิ่งที่ผิดแต่ควรรักอย่างมีสติ รับคำเตือนของบุคคลรอบๆข้างบ้างไม่รักเกินไปจนขาดสติกลายเป็นความลุ่มหลงและทำอะไรลงไปแบบไม่คิด

จากภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” มักจะมีการกล่าวข้อคิดเตือนใจ เพื่อเตือนสติและฉุดรั้งกันเองของเพศทางเลือกทั้งดึงสติ แต่สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือในหลายๆ ครั้งคนที่ถูกเตือนมักจะไม่เชื่อ และเมินเฉยต่อคำเตือนของคนเหล่านั้นในบางครั้งจึงมีการกล่าวเตือนแบบประชดประชัน

จากเพลง “มากเกินไป” ซึ่งเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” ขับร้องโดยคุณ รักจันทร์ คำธานี ในปี พ.ศ.2549 ก็ยังมีเนื้อหาที่กล่าวถึงการทุ่มเทความรักที่มากเกินไป ไม่เหลือเผื่อใจเมื่อพบกับความผิดหวังก็มักจะตั้งหลักไม่ทัน หรือ อาจทำให้ตัดสินใจในเรื่องความรักแบบขาดสติยั้งคิดได้

“ทุ่มเทความรัก ที่ให้คราวนั้นมันมากเกินไป

ไม่เคยเตรียมใจเอาไว้ เพื่อให้ระวัง

เมื่อรู้ว่ารักที่ได้มานั้นมันไม่จริงจัง ต้องมาผิดหวัง

คิดมันเจ็บฝังทั้งใจ เจ็บฝังทั้งใจ เจ็บจนใจแทบพัง”

(เพลงมากเกินไป,ขับร้องโดย รักจันทร์คำธานี,2549)

ดังนั้น ภาพแทนรักที่ “ให้ทั้งกายและใจ” คือภาพสะท้อนการให้ทุกอย่างกับคนรักจนหมดสิ้นทั้งกายและจิตใจ เป็นการให้ที่มากมายและขาดสติยั้งคิด ถึงขั้นหลงไหลงมงายจนในบางครั้งยอมทิ้งทุกอย่างแม้กระทั้งอนาคตหรือแม้แต่ชีวิต การมีความรักสามารถมีได้แต่ควรมีให้พอดีไม่หลงงมงายหรือเผื่อใจยทุ่มเทมากเกินไปจนกลายเป็นคนโง่แต่ควรแบ่งใจมารักและดูแลตัวของตนเองบ้างเพราะทุกคนมีค่าที่จะถูกรัก

3.รักแม้จะเป็นสิ่งปลอม

ภาพแทนของรักแม้จะเป็นสิ่งปลอมคือการที่สังคมมองและเปรียบเทียบความรักของชายรักชายว่าเป็นความรักที่ผิดปกติ เป็นของปลอม ไม่มีความจริงใจ และไม่มีวันยั่งยืน แล้วอะไรคือสิ่งตัดสินว่ารักนี้เป็นของปลอม สังคม ค่านิยม หรือเพศสภาพของบุคคลนั้นๆ ความรักที่เรียกว่าชายรักชายบางครั้งอาจเป็นความรักที่แท้จริงไม่แพ้ความรักระหว่างชายหญิง เพราะถึงแม้ความรักที่สังคมมองว่าปกติ ก็อาจมีการหลอกลวง หรือแสร้งทำเป็นว่ารักกัน นั้นต่างหากที่เรียกว่าเป็นสิ่งปลอม

จากเนื้อเพลง เพลงสุดท้าย ของ เพลงสุดท้าย-สุดา ชื่นบาน เพลงประกอบภาพยนตร์ เรื่องเพลงสุดท้าย,2549 โดยมีเนื้อหาที่กล่าวถึงความรักของตัวละครสมหญิงที่เป็นตัวละครชายรักชาย ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมตราหน้าว่าปลอม และผิดปกติ ไว้ว่า

“ใครจะยอม จริงใจ

จะโทษเขา ไปทำไม

ทำไมไม่โทษ ตัวเอง

แม้ว่ากายฉัน มันจะปลอม

แต่ฉันไม่ยอม ปลอมใจ”

(เพลงสุดท้าย-สุดา ชื่นบาน เพลงประกอบภาพยนตร์ เรื่องเพลงสุดท้าย,2549)

จากบทเพลง ตัวสมหญิงนั้นจะมีร่างกายที่ปลอม แต่ในจิตใจที่มีความรักที่แท้จริงที่มอบให้กับชายที่เป็นที่รักยิ่งหรือในตอนที่สมหญิงได้พูดกับ บุญเติมชายคนรัก และอรทัยที่เป็นน้องสาวเข้ามาเป็นมือที่สามของความรักระหว่างสมหญิงและบุญเติมว่า

“พี่ถูกสาปให้มาเกิด ให้มีชีวิตอยู่ในความมืด ถ้ามีรักมันก็ต้องเจอแน่กับความผิดหวัง โลกนี้มันมีแต่หญิงกับชายเท่านั้นแหละ กะเทยอย่างพี่มันเป็นส่วนเกิน”

(เพลงสุดท้าย, โดย มีพิศาล อัครเศรณี, 2549)

ชายรักชายเสี่ยงต่อการถูกหยอกล้อ กลั่นแกล้ง หรือโดนรังแกทั้งทางคำพูด ทางร่างกาย และทางสังคม เช่น การด่าทอ การทำร้ายร่างกาย การล่วงละเมิดทางเพศ หรือการกีดกันไม่ให้เข้ากลุ่ม โดยมีงานวิจัยจากหลายสถาบันชี้ว่านักเรียนที่เป็นชายรักชายจำนวนหนึ่งกลายเป็นเหยื่อของความรุนแรงเพียงเพราะเพศวิถีและอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง

4.ความตายสิ่งสุดท้ายของความรัก

ภาพแทนของความตายสิ่งสุดท้ายของความรัก หลายคนที่มีความรักมักจะหวังและต้องการให้จุดจบของความรักนั้นมีแต่ความสุขและสมหวังแต่ในโลกของความเป็นจริงนั้นไม่มีความรักที่สมหวังเสมอไปหรือมีแต่ความสุขอย่างเดียว จุดจบของความรักนั้นมันมีหลายทางเลือกขึ้นอยู่กับการเลือกของแต่ละ คนว่าพร้อมที่จะเผชิญปัญหาในความรักมากน้อยแค่ไหน

บางครั้งการเลือกจัดการปัญหาความรักก็อาจเป็นการเลือกที่ผิดพลาดในสายตาของคนอื่นได้ ดังเช่น การตัดสินใจฆ่าตัวตายของสมหญิง ซึ่งในสายตาคนอื่นคิดว่าสมหญิงนั้นตัดสินใจผิดพลาดแต่ความเป็นจริงแล้วสมหญิงอาจคิดไตร่ตรองถี่ถ้วนและคิดว่าจุดจบของความรักของเธอนั้นคือความตาย



จากเหตุการณ์ข้างต้นนั้น เกิดจากความเสียใจและนึกผิดหวังหลายๆอย่างไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของตัวเองที่เกิดมามีเพศสภาพที่ไม่ปกติเหมือนคนอื่น เลยทำให้ความรักของตนเองไม่สมหวัง และอีกทั้งน้องสาวของตนเองนั้นแย่งคนรักไป และสุดท้ายตัวสมหญิงนั้นยังถูกรุมข่มขืนจากผู้ชายหลายคน จึงเป็นเหตุให้ตัวสมหญิงนั้นฆ่าตัวตาย

สะท้อนให้เห็นถึงสังคมหรือค่านิยมในสมัยนั้นว่าไม่ยอมรับคนที่มีเพศสภาพที่ไม่ปกติ ถูกกล่าวหาและถูกยัดเยียด ให้คนเหล่านี้กลายเป็นบุคคลที่ผิดแปลกและแตกต่างไปจากบุคคลอื่นๆ ในสังคม ถึงแม้จะอาศัยอยู่ในสังคมเดียวกันก็ตาม เนื่องจากการตีตราและให้ภาพจำกับคนเหล่านี้ว่าพวกเขาเป็นบุคคลที่มีการแสดงออกต่างๆ ผิดปกติไม่เหมือนกับคนทั่วไป ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่มักมีภาพจำใน ทัศนคติที่ลบกับคนเหล่านี้

ดังนั้น ภาพแทนความรักของชายรักชายในภาพยนตร์ไทย จึงเป็นภาพแทนของการดำเนินความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงความรักของสมหญิงและบุญเติม และคนรักคู่อื่นๆ ที่มีทั้งสุข ทุกข์ เศร้าเสียใจ ผิดหวัง และสื่อให้เห็นว่าการที่ตนเองเป็นชายรักชายก็อาจจะไม่มีความรักที่สมหวังเลย รวมไปถึงภาพแทนของชายรักชายที่ตนเองนั้นก็มีรักที่บริสุทธิ์พร้อมที่จะมอบทุกๆอย่างให้กับชายผู้เป็นที่รัก ความคิดเพื่อสร้างความชอบธรรมในฐานะที่เขาเป็นคน คนหนึ่งที่มีความคิด ความรู้สึกเฉกเช่นคนทั่วไป ตลอดจนตัวละครชายรักชายก็สะท้อนให้ว่า เขาก็ยังเป็นมนุษย์เหมือนกับคนอื่นๆที่มีความรู้สึกต่างๆ และก็สามารถที่จะมีชีวิตเหมือนคนธรรมดาทั่วไปได้ มีรักที่แท้จริงได้และมีสิทธิเสรีภาพในการตัดสินใจและการปฏิบัติ โดยไม่ถูกตีกรอบหรือถูกแบ่งแยกจากสังคม

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ภาพแทน“ความรัก”ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพแทนของ “ความรัก” ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ “เพลงสุดท้าย” โดยใช้แนวคิด ภาพแทนมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ตัวละคร โดยได้ค้นพบทั้งหมด 3ประเด็น คือ 1) ความรักของคนที่มีทั้งผิดหวังและสมหวัง 2) ความรักของชายรักชาย ที่ไม่อาจจะหลุดพ้นจากการถูกประทับตราโดยค่านิยมของสังคม 3) ความรักของชายรักชาย ที่มีความรักในฐานะมนุษย์แม้จะเป็นสิ่งปลอม

1. ภาพแทนความรักที่ผิดหวัง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความรักที่ทำให้สมหวังหรือผิดหวัง มักเกิดจากสิ่งเร้ารอบๆตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม เพศสภาพ ครอบครัว หรือความซื่อสัตย์ของคู่รัก ล้วนมีส่วนที่ส่งผลให้ความรักสมหวัง หรือผิดหวังทั้งสิ้น เกิดจากการที่บุคคลนั้นมีลักษณะทางความคิด สังคม พฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน หรือแม้กระทั่งนิสัยหรือความชอบส่วนตัวก็มีส่วนผลักดันที่ ทำให้ความรักของบุคคลนั้น ๆ เข้ากันไม่ได้ และอีกทั้งยังปฏิเสธไม่ได้ว่าบรรทัดฐานทางสังคม จารีต ประเพณี เพศสภาพล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบถึงความรัก การมีเพศสภาพที่ต่างไปจากธรรมชาติหรือการมีความรักที่ผิดไปจากสังคม หรือแม้การที่สังคมส่วนใหญ่ไม่ยอมรับในความรัก เช่นการรักร่วมเพศ ไม่ว่าจะ ชายรักชาย หรือหญิงรักหญิงอาจส่งผลให้เกิดการเกลียดชัง หรือถูกแบ่งแยกออกไปจากสังคม ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ การกลั่นแกล้งทั้งจากคำพูดและการกระทำ หรือมองว่าเป็นตัวประหลาด ทั้งจากสังคม และจากครอบครัวชายรักชายเอง

2. รักที่ให้ทั้งกายและใจ ภาพแทนความรักที่ให้ทั้งกายและใจ ความรักคือความรู้สึกของคนสองคนที่มอบให้แก่กัน หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรักมากเกินไปและอีกฝ่ายนั้นมีความรู้สึกที่ไม่เท่ากันก็อาจจะทำให้ความรักนั้นมาถึงจุดสิ้นสุด หรือการทุ่มเทดันทุรังมากเกินไปก็อาจทำให้อีกฝ่ายรู้สึกอึดอัด จนทำให้ฝ่ายที่อึดอัดนั้นต้องไปหาพื้นที่ที่ทำให้ตัวเองนั้นสบายใจ ปัญหามือที่สามที่พบเห็นโดยทั่วไปในสังคมโดยเฉพาะมักจะเกิดกับความรักที่เกิดจากเพศเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นชายรักชาย หรือหญิงรักหญิงที่มักจะมีความรู้สึกรักที่รุนแรง มากกว่าคู่รักชายหญิง ประกอบกับในสังคมที่ยังไม่เปิดกว้างหรือยอมรับในความรักในรูปแบบชายรักชายจึงทำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่ต้องทุ่มเทมากกว่าเป็นภาพสะท้องการให้ทุกอย่างกับคนรักจนหมดสิ้นทั้งกาย และจิตใจ เป็นการให้ที่มากมายและขาดสติยั้งคิดถึงขั้นหลงไหลงมงายจนในบางครั้งยอมทิ้งทุกอย่างแม้กระทั่งอนาคตหรือแม้แต่ชีวิต การมีความรักสามารถมีได้แต่ควรมีให้พอดีไม่หลงงมงายเหลือเผื่อใจไม่ทุ่มเทมากเกินไปจนกลายเป็นคนโง่แต่ควรแบ่งใจมารักและดูแลตัวของตนเองบ้างเพราะทุกคนมีค่าที่จะถูกรัก

3.รักแม้จะเป็นสิ่งปลอม ภาพแทนของรักแม้จะเป็นสิ่งปลอมคือการที่สังคมมองและเปรียบเทียบความรักของชายรักชายว่าเป็นความรักที่ผิดปกติ เป็นของปลอม ไม่มีความจริงใจ และไม่มีวันยั่งยืน แล้วอะไรคือสิ่งตัดสินว่ารักนี้เป็นของปลอม สังคม ค่านิยม หรือเพศสภาพของบุคคลนั้นๆ ความรักที่เรียกว่าชายรักชายบางครั้งอาจเป็นความรักที่แท้จริงไม่แพ้ความรักระหว่างชายหญิง เพราะถึงแม้ความรักที่สังคมมองว่าปกติก็อาจมีการหลอกลวง หรือแสร้งทำเป็นว่ารักกัน นั้นต่างหากที่เรียกว่าเป็นสิ่งปลอม

ดังนั้น วิจัยเรื่อง เพลงสุดท้าย : ภาพแทน “ความรัก” ของตัวละครเอกชายรักชายที่ปรากฏในภาพยนตร์ เป็นภาพแทนค่านิยมทางสังคมที่ปรากฏผ่านตัวละครเอกมีจุดประสงค์ที่มุ่งศึกษาภาพแทนสังคม

ค่านิยม การคาดหวัง ของสังคมต่อกลุ่มชายรักชายที่ปรากฏผ่านตัวละครเอกชายรักชายในภาพยนตร์เรื่อง “เพลงสุดท้าย” เป็นภาพแทนการดำเนินเรื่องที่แสดงให้เห็นถึงค่านิยม บรรทัดฐาน และมีบทต่างๆทางสังคมที่มีผลต่อความรักในรูปแบบชายรักชายทั้งการต่อต้าน บีบบังคับ ผลักดันให้ไร้หนทาง แม้กระทั้งล้อเลียน หรือดูถูกเหยียดหยาม โดยดำเนินเรื่องผ่านความรักของชายรักชายในรูปแบบของชายรักชาย กับ ชายหนุ่ม และการมีมือที่สามจากผู้หญิง ภายใต้แรงกดดันที่มีมาจากทั้งสังคมและครอบครัวของคู่รักชายรักชาย ที่ตีกรอบว่ารักนี้ไม่สมควรเกิดขึ้นหรือเป็นความผิดปกติทางความรักและเพศสภาพด้วย จนส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาดของตัวละครเอกที่เลือกจะจบชีวิตของตนเองด้วยการยิงตัวตาย โดยงานวิจัยในครั้งนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกันคือ ผู้วิจัยได้ศึกษาภาพแทนทางสังคม ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมต่อความรักในรูปแบบชายรักชายที่ดำเนินเรื่องผ่าน การดำเนินชีวิต และ ความรักระหว่างสาวประเพศสองและชายหนุ่ม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลบางส่วนของงานวิจัยที่ใช้พื้นที่ในการศึกษาจากภาพยนตร์ไทยแค่พื้นที่เดียว ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านซีรีส์ ละครโทรทัศน์ หรือละครเวที เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาภาพแทนความรักในมุมมองของความหลากหลายทางความรักของชายรักชายที่มากกว่านี้ นอกเหนือจากสาวประเภทสองกับชายหนุ่ม อาจเพิ่มเติมเป็นความรักแบบชายรักชายที่เพศสภาพภายนอกยังเป็นชายทั้งคู่

3. ควรมีการศึกษาภาพแทนทางสังคม บรรทัดฐานทางสังคมต่อความรักในรูปแบบของชายรักชายโดยใช้แนวคิดทฤษฎีอื่นๆ ที่หลากหลาย เพื่อตระหนัก ถึงความสัมพันธ์ที่แฝงไปด้วยการถูกครอบงำทางมายาคติจากสังคม

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมขวัญ เมฆสุข และ พิทักษ์ศิริวงศ์.(2561). คนข้ามเพศ : การใช้ชีวิตค่ การสร้างครอบครัว และการเลี้ยงดูบุตร. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. น38.

ไชโย นิติอุบัติ.(2546).การสื่อสารเพื่อเปิดเผยตนเองของกลุ่มชายรักชาย.วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพ

ไชยนุดดีน กูนิง.(2558). ความรัก ความเศร้า ความสะเทือนใจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร. น3.

ณรงค์ อนุรักษ์ และคณะ.(2021). ภาพลักษณ์สตรีข้ามเพศในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ทวิพา ดวงสุวรรณและคณะ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,สงขลา. (2562). “บ้า” : ภาพแทนตัวละครเอกที่เป็นคนบ้าในภาพยนตร์ไทย

ธันย์ชนก กันทะวงศ์. (2561) . ภาพแทนเพศทางเลือกในภาพยนตร์ไทย. คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. น35.

บุญเหลือ เทพยสุวรรณ. (2539). *วรรณคดีไทย-ประวัติและวิจารณ์วรรณกรรมไทย* . กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์ : สยามบุ๊ค

ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (2546). *อัตลักษณ์ชาติพันธุ์และความเป็นชายขอบ.* กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

ปรีดา นัคเร. (2559). *วารสารการประกอบการสร้างความหมายภาพตัวแทนแรงงานข้ามชาติโรฮิงญา* ผ่านเว็บไซต์ข่าวนานาประเทศ , 57

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2545). นักสร้าง สร้างหนัง หนังสั้น. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รณภูมิ สามัคคีคารมย์และเจษฎา แต้สมบัติ.(2556). ชีวิตคู่และการสร้างครอบครัว LGBTสาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.

วาทินี ศิริชัย.(2557). การสร้างตัวละครต่อเนื่องในนวนิยายของนักเขียนไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. น26.

สุรศักดิ์ บุญอาจ.(2560). รูปแบบและความคิดหลักของเรื่องในภาพยนตร์ยอดเยี่ยม รางวัลออสการ์พ.ศ.2553-2559. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. น82.

หทัยวรรณ มณีวงษ์และมารศรี สอทิพย์.(2563). *ภาพแทนความเป็นชายและความเป็นหญิงอีสานในหมอลำกลอน. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.* น.245.

ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช

Using Figure of Speech in Thai Song Composed by Kiankai lae Wanich

นูรอามีราศ ตือเงาะ*[1] ซูฟีน่า ฤทธิ์โต[2] ศุภวรรณ์ ตุ้มอยู่[3]
และวิฑูรย์ เมตตาจิตร[4]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช โดยศึกษาจากบทเพลงที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2565 จำนวน 28 บทเพลง ใช้กรอบแนวคิดเรื่องภาพพจน์และประเภทของภาพพจน์ ของ รุ่งฤดี แผลงศร (2561) ผลการศึกษาพบว่า บทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช ประพันธ์โดยใช้ภาพพจน์ 5 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ จำนวน 48 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 42.48 ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ นามนัย และการอ้างถึง 2) ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ จำนวน 25 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 22.12 ได้แก่ บุคลาธิษฐาน และอติพจน์ 3) ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม จำนวน 6 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 5.31 ได้แก่ คำคม 4) ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ จำนวน 16 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 14.16 ได้แก่ สัทพจน์ การเล่นเสียง และการเล่นคำ และ 5) ภาพพจน์ประเภทใช้ประโยคคำถาม จำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 15.93 ซึ่งการใช้ภาพพจน์ดังกล่าวในการประพันธ์เพลงของศิลปินเขียนไขและวานิช สามารถสื่อบทเพลงให้แก่ผู้ฟังเข้าใจความหมาย เกิดจินตภาพและเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของบทเพลงได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: ภาพพจน์ วรรณกรรมเพลง เขียนไขและวานิช

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] อาจารย์, สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
*Corresponding author E-mail: nurameerath@gmail.com

Abstract

This article aim to study using figure of speech in Thai song composed by Kiankai lae Wanich. Study from 28 songs published from year 2019-2022. Using the concept of figure of speech of Rungrudee Plaengsorn (2018), found five types of figurative language 1) Comparative figurative language 48 appearing expressions which was considered 42.85% including Simile, Metaphor, Metonymy, and Allusion. 2) Imaginative figurative language 25 appearing expressions which was considered 22.12% including Personification, and Hyperbole. 3) Antithetic figurative language 6 appearing expressions which was considered 5.31% that is Epigram. 4) Sound play figurative and word play figurative language 16 appearing expressions which was considered 14.16% including Onomatopoeia, and Pun. 5) Question figurative language 18 appearing expressions which was considered 15.93% The using figure of speech in the compositions of the artists Kiankai lae Wanich. It can convey the song to the listener to understand the meaning, imaginary, and clearly understand the emotions of the song.

Keywords: Kiankai lae Wanich, Song, Figure of Speech

บทนำ

เพลงเป็นวรรณกรรมที่ใช้ดนตรีและศิลปะของการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร โดยเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ฟังทุกเพศทุกวัย เนื่องจากบทเพลงสามารถทำให้ผู้ฟังตราตรึงใจได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว ดังที่ สุกัญญา โกมุทมาศ (2542) ได้กล่าวว่า วรรณกรรมเพลงนับได้ว่าถือกำเนิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับสังคมมนุษย์ เป็นวรรณกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีแนวทางมาจากการดำเนินชีวิตในแต่ละวันนำมาสร้างสรรค์เป็นบทเพลง โดยส่วนใหญ่บทเพลงมักกล่าวถึงเรื่องราวในชีวิตผสมผสานกับจินตนาการของผู้แต่ง และถ่ายทอดออกมาในรูปแบบบทเพลงที่แฝงอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ เช่น รัก เศร้า สะเทือนใจ ผิดหวัง สนุกสนาน ตลกขบขัน หรือปลุกสำนึกแก่ผู้ฟัง เป็นต้น การพยายามหยิบยกประสบการณ์ส่วนตัวมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์บทเพลงนี้ยิ่งส่งผลให้วรรณกรรมเพลงมีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์ ซึ่งหน้าที่หลักของบทเพลงคือ เป็นสื่อที่ให้ความบันเทิง สร้างความนึกคิดให้แก่สังคม จะเห็นได้ว่าเพลงสามารถเป็นสิ่งที่ผลักดันการดำรงชีวิตของคนในสังคมจากสภาวะความกดดันจากสิ่งต่าง ๆ ได้ ทั้งความกดดันจากสภาพแวดล้อมสังคม ครอบครัว การเมือง เศรษฐกิจ และอื่น ๆ บทเพลงสามารถเป็นสิ่งปลอบประโลมให้ผู้ฟังได้รู้ผ่อนคลายและมีกำลังใจในการใช้ชีวิต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของบทเพลง ผู้แต่ง และอารมณ์ร่วมรับรู้ของผู้ฟัง ตลอดจนเนื้อหาในบทเพลงนั้นยังสามารถสะท้อนสภาพสังคมในยุคนั้น ๆ ได้อีกด้วย จึงนับได้ว่าวรรณกรรมเพลงนั้นมีคุณค่าและความสำคัญต่อสังคมไม่ต่างจากวรรณกรรมชนิดอื่น ๆ

ปัจจุบันวรรณกรรมเพลงได้รับความนิยมอย่างมากและมีหลากหลายแนวที่นิยมแพร่หลายในทุก ๆ สังคม นอกจากการมีบทบาทหน้าที่ในสังคมของวรรณกรรมเพลงที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ปัจจัยที่ส่งผลให้วรรณกรรมเพลงได้รับความนิยมสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยด้านการเข้าถึงของผู้ฟัง ผลงานเพลงเผยแพร่โดยใช้ช่องทางที่กลุ่มผู้ฟังสามารถเข้าถึงได้ง่ายและหลากหลาย ปัจจัยด้านอิทธิพลของเจ้าของผลงาน ภูมิหลังและภาพลักษณ์ของศิลปินสามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดกลุ่มผู้ฟังได้ และปัจจัยสำคัญอีกสิ่งหนึ่ง คือ เนื้อหาสาระในบทเพลงที่ดีมีคุณภาพ การใช้ภาษาในบทเพลงได้อย่างสร้างสรรค์มีศิลปะ มีความเหมาะสมตรง

ตามรูปแบบของกลุ่มผู้ฟัง และเข้าถึงผู้ฟังตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งศิลปินนักดนตรีในไทยก็มีมาหมายหลากหลายท่านที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานวรรณกรรมเพลงที่ดีมีคุณภาพ และมีความสามารถในการใช้ภาษาในการสร้างสรรค์เนื้อหาเพลง และหนึ่งในศิลปินที่มีคุณสมบัติดังกล่าวนี้ คือ คุณโจ้ สาโรจน์ ยอดยิ่ง หรือเป็นที่รู้จักในนามเขียนไขและวานิช

เขียนไขและวานิชเป็นศิลปินอิสระที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้ฟังที่ชื่นชอบและติดตามศิลปินที่มีแนวดนตรีโฟล์คซอง (Folk Song) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีผลงานเพลงที่เผยแพร่แล้วประกอบด้วย 2 อัลบั้ม ได้แก่ อัลบั้มเดินทางไกล อัลบั้มเขียนไขและวานิช รวมจำนวน 28 เพลง บทเพลงที่สร้างชื่อเสียงให้แก่เขียนไขและวานิชคือ เพลงแก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร และเพลงหนีห่าง ที่มียอดเข้าชมสูงถึงหลักหนึ่งร้อยกว่าล้านครั้ง และถูกนำไปคัฟเวอร์ (Cover) หรือการนำไปร้องใหม่โดยศิลปินอื่นอีกมากมาย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลให้บทเพลงของเขียนไขและวานิชได้รับความนิยม คือ กลวิธีการใช้ภาษา เขียนไขและวานิชเป็นศิลปินนักดนตรีที่มีความสามารถด้านศิลปะการใช้ภาษาในการสร้างสรรค์ผลงานเพลง ภาษาที่ใช้ในบทเพลงมีความไพเราะ สละสลวยสวยงาม สามารถถ่ายทอดบทเพลงได้อย่างลึกซึ้ง

ผู้วิจัยเห็นว่าศิลปะการใช้ภาษาที่เห็นได้ชัดจากบทเพลงของเขียนไขและวานิช คือการใช้ภาพพจน์ (Figure of Speech) เป็นลักษณะเด่นในการประพันธ์ ซึ่งภาพพจน์เป็นศิลปะการใช้ภาษารูปแบบหนึ่งที่ช่วยสร้างอรรถรสให้แก่เนื้อหาในการบรรยายบทเพลงได้อย่างชัดเจน และสร้างอารมณ์สะเทือนใจมากยิ่งขึ้น ศิลปินเขียนไขและวานิช ได้ใช้ภาพพจน์เป็นศิลปะหนึ่งในการสร้างสรรค์ผลงานเพลง สามารถถ่ายทอดความหมายอารมณ์ความรู้สึกของบทเพลงได้อย่างชัดเจน อีกทั้งเขียนไขและวานิชยังใช้ศิลปะการใช้ภาษาเรียบเรียงเนื้อหาเป็นวรรณกรรมเพลงที่มีคุณภาพและมีความลึกซึ้ง

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาภาพพจน์ที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพพจน์ หมายถึง การใช้ถ้อยคำเพื่อให้เกิดภาพด้วยการเปรียบเทียบอย่างมีศิลปะที่เกิดจากการเรียงร้อยถ้อยคำที่ไพเราะ ทำให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังเกิดจินตภาพในสิ่งที่จะสื่อถึงได้อย่างลึกซึ้ง

เขียนไขและวานิช หมายถึง คุณ โจ้ สาโรจน์ ยอดยิ่ง หรือเขียนไขและวานิช ศิลปินนักดนตรีแนวโฟล์คซอง (Folk Song) ปัจจุบันมีผลงานเพลงที่เผยแพร่แล้วจำนวน 2 อัลบั้ม ได้แก่ อัลบั้มเขียนไขและวานิช และอัลบั้มเดินทางไกล

วิธีการศึกษา

การศึกษาการใช้ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยศิลปินเขียนไขและวานิช มีวิธีดำเนินการศึกษาตามลำดับดังต่อไปนี้

1. กำหนดขอบเขตของการวิจัย โดยศึกษาบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช ที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2565 จำนวนบทเพลง 28 บทเพลง ได้แก่ 1. เดินทางมีปลายทาง 2. อดีต 3. คุ้มแล้วหรือยัง 4. บอกลา 5. ปีกแห่งความฝันหรือปีกแห่งความจริง 6. เดินทางไกล 7. บูเดอซ่า 8. คิดถึง 9. WE 10. บุญธรรม

11. จะพัก 12. จดหมายจากใครคนหนึ่ง 13. สิบล้อที่หายไป 14. หนีห่าง 15. มัวแต่คิด 16. ตามกาลเวลา 17. อาจจะเพียง 18. แต่เวลาไม่หยุดรอ 19. การให้ 20. แก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร 21. ผ่านแล้วผ่านไป 22. ภาพฝันในจักรวาล 23. ต่อไปนี้ 24. สาย 25. บันทึก 26. เรือกระดาษ 27. บทกวีไม่เก่ง 28. ดวงอาทิตย์ตก

2. วิเคราะห์ภาพพจน์ที่ปรากฏในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช โดยใช้กรอบแนวคิดภาพพจน์และประเภทของภาพพจน์ ของ รุ่งฤดี แผลงศร (2561) จำแนกได้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ 2) ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ 3) ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม 4) ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ 5) และภาพพจน์ประเภทใช้ประโยคคำถาม

3. สรุปผลและนำเสนอผลการศึกษา

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการใช้ภาษาพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช ที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2565 จำนวนทั้งสิ้น 28 บทเพลง พบว่ามีการใช้ภาพพจน์ในการประพันธ์บทเพลง จำแนกได้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ 4 ชนิด ได้แก่ อุปมา (simile) อุปลักษณ์ (metaphor) นามนัย (metonymy) และ การอ้างถึง (allusion) 2) ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ 2 ชนิด ได้แก่ บุคลาธิษฐานหรือบุคคลวัต (personification) และอติพจน์ (hyperbole) 3) ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม 1 ชนิด ได้แก่ คำคม (epigram) 4) ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ 2 ชนิด ได้แก่ สัทพจน์หรือการเล่นเสียง (onomatopoeia) การเล่นคำ (pun) 5) และภาพพจน์ประเภทใช้ประโยคคำถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ เป็นการเปรียบสิ่งสองสิ่งให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากกว่าการใช้ถ้อยคำธรรมดา จากการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบการใช้ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ 4 ชนิด ได้แก่ อุปมา (simile) อุปลักษณ์ (metaphor) นามนัย (metonymy) และการอ้างถึง (allusion) จำนวนทั้งหมด 48 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 42.48 ดังนี้

1.1. อุปมา เป็นภาพพจน์ที่ใช้ในการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง ซึ่งอุปมาเป็นภาพพจน์ที่มีโครงสร้างการเขียนที่ง่าย และสามารถเปรียบเทียบให้ผู้รับสารเห็นได้ชัดเจนมากกว่าการใช้ถ้อยคำธรรมดา พบการใช้ภาพพจน์อุปมา จำนวน 12 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 25 ของภาพพจน์ประเภทความเปรียบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) อาจเจอสิ่งที่แสนดีที่สุดเป็น**<u>พลังเหมือนแสงนำทาง</u>**

(เพลงจดหมายจากใครคนหนึ่ง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (1) จากบทเพลงกล่าวถึงการรอคอยถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งใฝ่ฝันอยากพบเจอ ซึ่งสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่แสนดีที่มีผลต่อจิตใจ ซึ่งสิ่งที่ดีนั้นเป็นพลังที่เปรียบเสมือนกับแสงที่คอยนำทางกับให้กับชีวิตต่อไป

(2) นั่งมองดูดวงดาว ฉันมองเห็นเธอสุกสกาว ส่องแสงเรืองรองนับกลางใจ **<u>เธอเหมือนดวงดาวส่องแสง</u>** วันดีคือดีเธอหายลับไปจากดวงตาฉัน มองไม่เห็นดวงใจเธอนั้น **<u>เธอเหมือนดวงดาวที่คอยหนีห่าง</u>**

(เพลงหนีห่าง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (2) จากบทเพลงกล่าวถึงหญิงสาวที่ตนแอบรักฝ่ายเดียว และเธอผู้นั้นมีความสวยและงดงามเปรียบเสมือนเหมือนดวงดาวที่ส่องแสง แต่บางวันเธอก็ไม่ปรากฏมาให้เห็นในสายตาเหมือนกับดวงดาวที่

บางครั้งบางคราวก็ห่างหายไปจากสายตา

1.2. อุปลักษณ์ เป็นภาพพจน์ที่ใช้เปรียบเทียบสิ่งสองสิ่งที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันโดยธรรมชาติ แต่สามารถนำมาเปรียบเทียบให้เหมือนเป็นสิ่งเดียวกันได้อย่างลงตัว โดยใช้คำเชื่อม “เป็น” และ “คือ” เป็นคำช่วยเปรียบ พบการใช้ภาพพจน์อุปลักษณ์ในบทเพลง จำนวน 15 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 31.25 ของภาพพจน์ประเภทความเปรียบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(3) ฉันคิดว่า**รักคือการให้** ฉันคิดว่า**รักคือการมอบใจ** ฉันคิดว่า**รักคือการพบเจอ** ฉันคิดว่า**ใจคือการแบ่งปัน**

(เพลงการให้ : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (3) จากบทเพลงเป็นการกล่าวถึงการรู้ซึ้งถึงความรักที่แท้จริง เมื่อพบเจอกับใครคนหนึ่งที่เป็นรักแท้ กล่าวคือ การได้พบเจอกับรักแท้เป็นผลทำให้รู้ว่าแท้จริงแล้วความรักคือการให้ ความรักคือการมอบใจ ความรักคือการพบเจอ และความรักคือการแบ่งปัน

(4) อยาก**แต่งเพลงให้เธอ**เก็บไว้ ฝาก**เป็นบทความในใจ**

(เพลงบทกวีไม่เก่ง : เขียนไขและวาณิช และสิงโตนำโชค)

ตัวอย่างที่ (4) จากบทเพลงกล่าวเปรียบเทียบว่าบทเพลงเป็นความในใจของผู้แต่งที่อยากสื่อสารถึงคนที่รัก เนื่องจากเป็นคนที่พูดไม่ค่อยเก่ง แต่มีความสามารถในการแต่งและร้องเพลง จึงเขียนเพลงบอกความรู้สึกในใจแทนการพูดโดยตรง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาตีความความหมายของเนื้อเพลง นอกจากพบการใช้ภาพพจน์ประเภทอุปลักษณ์โดยตรงแล้ว ยังพบว่าในเนื้อเพลงยังมีการใช้ภาพพจน์ประเภทอุปลักษณ์โดยนัย ดังตัวอย่างดังนี้

(5) อาจจะ**เพียงแค่ลมที่พัดมาเวลาที่ฉันเดิน**...พอแล้วก็สุขใจที่ได้เดินผ่านทาง อาจจะ**เพียงละเมอเพ้อคืนวันถึงเธอ** อาจจะเป็นความฝันที่ไม่นานก็ลืม

(เพลงอาจจะเพียง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (5) จากการตีความเนื้อเพลงผู้แต่งต้องการสื่อถึง “ความสุขเป็นสิ่งเล็กน้อย” ที่สามารถพบเจออยู่เรื่อยไป เช่น การเดินผ่านลมเย็นที่ผัดผ่านมา หรือการเพ้อละเมอถึงคนที่รัก

1.3. นามนัย เป็นการใช้คำหรือวลีแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีคุณสมบัติหรือความสัมพันธ์กับสิ่งที่แทน มาแสดงความหมายแทนสิ่งนั้นทั้งหมด จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบว่ามีการใช้นามนัยในการแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นรูปการเปรียบเทียบเพื่อสร้างความเด่นชัดให้กับเนื้อเพลง จำนวน 13 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 27.08 ของภาพพจน์ประเภทความเปรียบดังตัวอย่างต่อไปนี้

(6) **บันทึกปลายปากกา**

(เพลงคุ้มแล้วหรือยัง : เขียนไขและวาณิช)

บทเพลงที่ (6) บทเพลงกล่าวถึงการใช้ชีวิตอย่างหนักหนาเพื่อเดินทางทำตามความฝัน และทุกเรื่องราวที่เกิดขึ้นตลอดมานั้นเป็นสิ่งที่คอยย้ำเตือนแก่ชีวิตว่าสิ่งที่เคยกระทำนี้คุ้มค่าแก่ชีวิตแล้วหรือยัง **“บันทึกปลายปากกา”** จึงเป็นนามนัยแทน “เรื่องราวความทรงจำ” ที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต

(7) **ขอบตาดำ**ย้ำเตือนเรา เกือบหมดแรง

(เพลงสาย : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (7) จากบทเพลงเป็นการกล่าวถึงการตื่นเช้าขึ้นมาใช้ชีวิตซ้ำ ๆ ทุกวันเพื่อทำหน้าที่ของตนเอง จนบางครั้งก็อาจใช้ร่างกายเกินขีดจำกัดจนเกิดความเหนื่อยล้า **“ขอบตาดำ”** จึงเป็นนามนัยแทนความเหนื่อยล้า

1.4. การอ้างถึง เป็นภาพพจน์ที่ใช้การกล่าวท้าว หมายถึง การกล่าวสิ่งต่าง ๆ เช่น การอ้างจากสำนวนสุภาษิต คำคม คำพูดของบุคคลที่มีชื่อเสียง สถานที่ หรือเหตุการณ์จากเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่รู้จักกันทั่วไป เพื่อเปรียบเทียบกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการอ้างถึง โดยการกล่าวอ้างนั้นสามารถกล่าวได้ทั้งทางตรงและดัดแปลงมา การอ้างถึงนี้จะช่วยเชื่อมโยงความคิดให้ผู้รับสารทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชมีการใช้ภาพพจน์การอ้างถึง จำนวน 8 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของภาพพจน์ประเภทความเปรียบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(8) **ความรู้ที่มีกลับมาแทงตัวเรา ฉลาดกับโง่เขลามันไม่ต่างกัน**

(เพลงปีกแห่งความฝันหรือปีกแห่งความจริง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (8) จากบทเพลงข้างต้นเป็นการอ้างถึงโดยดัดแปลงมาจากสำสวนสุภาษิต “ความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด” หมายถึง คนที่มีความรู้ แต่กลับโง่เขลาเพราะไม่สามารถนำความรู้นั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตได้

(9) คืนนี้ล้อมวง บทเพลงแด่กัน ความฝันท่ามกลางดวงดาว **บูเดอช่า...**

(เพลงบูเดอช่า : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (9) จากบทเพลงข้างต้นเป็นการอ้างถึงสถานที่แห่งหนึ่ง ชื่อว่า “บูเดอช่า (Budecha)” ที่ครั้งหนึ่งผู้แต่งได้ไปพบปะรวมกลุ่มสังสรรค์กับฝูงเพื่อนสนิท มีการล้อมวงเล่นดนตรี แบ่งปันเล่าเรื่องราวชีวิตความฝันของกันและกัน และเนื่องจากสถานที่ตั้งของที่พักแห่งนี้ ตั้งอยู่บนภูเขาสูงในจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีชื่อว่าบูเดอช่า เป็นภาษาปกาเกอะญอ หมายถึง บ้านใกล้ชิดดวงดาว

(10) **ชีวิตราคาแพงจงยิ้มเพื่อเรี่ยวแรงเดินต่อ**

(เพลงบูเดอช่า : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (10) จากบทเพลงข้างต้นเป็นการดัดแปลงจากวลีดังที่ใช้อย่างแพร่หลายคือ “บทเรียนราคาแพง” เพื่อแสดงให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายที่จะสื่อว่า ชีวิตเป็นสิ่งมีค่า หากเผชิญกับปัญหาให้มีกำลังใจอยู่เสมอเพื่อหาทางออกกับปัญหาดังกล่าว และเก็บประสบการณ์นั้นเป็นบทเรียนให้แก่ชีวิต

2. ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ ภาพพจน์ประเภทนี้เกิดจากการใช้จินตนาการของผู้เขียน ในการสมมติสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์หรือสิ่งที่เป็นนามธรรมให้แสดงกิริยาอาการหรือมีความรู้สึกเหมือนมนุษย์ หรือการพูดกล่าวเกินความจริง จากการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบการใช้ภาพพจน์ 2 ชนิด ได้แก่ บุคลาธิษฐานหรือบุคคลวัต (personification) และอติพจน์ (hyperbole) จำนวน 25 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 22.12 ดังนี้

2.1. บุคลาธิษฐาน เป็นภาพพจน์ที่นำสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์หรือสิ่งที่เป็นนามธรรม มาแสดงกิริยาอาการหรือแสดงความรู้สึกนึกคิดเหมือนมนุษย์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชมีการใช้ภาพพจน์บุคลาธิษฐาน จำนวน 7 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 28 ของภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(11) **<u>ความรู้</u>**ที่มีกลับมา**<u>แทงตัวเรา</u>**

(เพลงปีกแห่งความฝันหรือปีกแห่งความจริง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (11) จากบทเพลงกล่าวถึงตัวตนของบุคคลที่มีความฝันอันยิ่งใหญ่ และมความทะเยอทะยานสูงในการทำตามฝัน เป็นผู้ที่มีความสามารถแต่ไม่อาจรู้จักการบริหารจัดการ วางแผนชีวิตให้ดี จึงก่อให้เกิดปัญหาตามเข้ามา บุคลาธิษฐานในบทเพลงนี้จึงเป็นการแสดงออกของความรู้ความสามารถที่มีการะทำเหมือนมนุษย์ นั่นคือการ ทิ่มแทง ดังในบทเพลง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ภาพพจน์ประเภทบุคลาธิษฐานจะช่วยสร้างภาพจินตนาการให้แก่ผู้รับสารได้เห็นภาพและเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกที่บทเพลงที่ต้องการสื่อได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2. อติพจน์ เป็นภาพพจน์ที่ใช้คำพูดกล่าวเกินจริง ภาพพจน์ประเภทอติพจน์จะช่วยเน้นอารมณ์ความรู้สึกเพื่อให้ผู้รับสารสามารถจินตนาการให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช พบว่ามีการใช้ภาพพจน์ประเภทอติพจน์อย่างสม่ำเสมอ จำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 72 ของภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(12) เพื่อใครสักคนเดินทางผ่านเข้ามา **<u>จะหยุดเวลานี้ไว้ให้ช้า เก็บกาลเวลาไว้ตลอดกาล</u>**

(เพลงจดหมายจากใครคนหนึ่ง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (12) จากบทเพลงเป็นการกล่าวถึงการรอคอยคนใดคนหนึ่งที่อยากพบเจอ และคนนั้นเป็นคนมีคุณค่าต่อจิตใจ เมื่อได้พบเจอแล้วก็อยากหยุดเวลาที่มีความสุขนี้ไว้ตลอดกาล เพื่อให้ได้ใช้ชีวิตอยู่ด้วยกันตลอดไป การกล่าวเกินจริงในบทเพลงนี้คือการหยุด และเก็บวันเวลาไว้ตลอดกาล ซึ่งในความเป็นจริงทุกสรรพสิ่งรวมถึงมนุษย์ไม่สามารถหยุดเวลาหรือเป็นนิรันดร์ได้

(13) **<u>วอนให้ลมช่วยพัดหัวใจพี่ลอยไป จากดินแดนถิ่นเหนือที่ไกลแสนไกล สุดขอบฟ้าที่ไกลแสนไกลล่องลอยไป วอนให้ลมช่วยพัดหัวใจพี่ไปให้ถึง ฝากดวงใจพี่ลอยล่องไปบนนภา สุดขอบฟ้าหัวใจพี่จะไปถึง ได้สบตาแค่เพียงครั้งหนึ่ง หัวใจพี่แทบติดตรึง เพ้อรำพึงรำพันถึงแม่นวลน้อง แก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร ใจพี่จมแทบพสุธา</u>**

(เพลงแก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (13) จากบทเพลงเป็นการกล่าวเกินจริงถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ตกหลุมรักใครสักคนที่เขาคนนั้นมีความสวยและงดงาม ที่สามารถทำให้ตกหลุมได้แค่เพียงสบตาครั้งเดียว เมื่อเหตุการณ์ผ่านพ้น แต่ความรู้สึกในใจยังคงตกค้างจึงก่อให้เกิดการเพ้อคิดถึง เหมือนจิตใจได้จมลงไปใต้พื้นดิน ไม่อาจขุดตัวเองขึ้นมาจากหลุมห้วงแห่งความหลงรักครั้งนี้

จากการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ประเภทอติพจน์ในบทเพลงข้างต้น การใช้ภาพพจน์อติพจน์นี้ผู้แต่งเน้นการกล่าวถึงสิ่งต่าง ๆ ที่มีความเกินจริง ทั้งนี้เพื่อช่วยเน้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้แต่ง ให้ผู้รับสารเข้าใจในเจตนารมณ์ที่ผู้แต่งต้องการสื่อ และทำให้คำกล่าวนั้นมีน้ำหนักและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม ภาพพจน์ประเภทนี้มีลักษณะสำคัญ คือการใช้คำหรือข้อความที่มีความขัดแย้งกัน แต่ความขัดแย้งนั้นทำให้ความหมายมีความสละสลวย น่าอ่าน จากการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบการใช้ภาพพจน์ 1 ชนิด ได้แก่ คำคม (epigram) จำนวน 6 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 5.31 ดังนี้

3.1. คำคม คำคมเป็นภาพพจน์ประเภทหนึ่งที่ใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่มีความหลักแหลมชวนให้คิดตาม มีความหมายภายในตัวเพื่อสื่อให้เกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งให้แก่ผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้ง จากการวิเคราะห์ข้อมูลของเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบว่ามีการใช้คำคมในบทเพลง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(14) **<u>เข้มแข็งไม่พออย่าฝืนลุกขึ้นผจญ จะหักจะล้างให้คิดก่อนจะฟาดจะฟัน เพราะสิ่งที่จะกระทำจะนำพาให้วุ่นวาย</u>**

(เพลงเดินทางไกล : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (14) จากการวิเคราะห์เนื้อเพลงบทนี้เป็นคำคมที่สื่อถึง ความรอบคอบในการดำเนินชีวิต คือการคิดไตร่ตรองให้ดีเสียก่อนที่จะกระทำสิ่งใด เพราะถ้าหากขาดการยั้งคิดอาจจะก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลังได้ และหากสิ่งที่เราเผชิญนั้นหนักเกินจะแบกรับไหวก็อย่าฝืนเผชิญหน้ากับมัน

(15) **<u>ความฝันที่มีตอนนี้จงเริ่มใหม่ ความทุกข์ที่มีได้ผ่านพ้น หลับตาถอนหายใจ ชีวิตราคาแพง จงยิ้มเพื่อเรี่ยวแรงเดินต่อ</u>**

(เพลงบูเดอช่า : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (15) จากการวิเคราะห์เนื้อเพลงผู้แต่งต้องการแสดงเจตนาให้กำลังใจแก่ผู้คนที่กำลังต่อสู้เพื่อความฝันของตนเอง หากระหว่างทางเกิดพบเจอกับปัญหาแล้วรู้สึกท้อใจ ให้ตั้งสติ ปัญหาทุกอย่างล้วนมีทางออก และชีวิตมีโอกาสเริ่มต้นใหม่ได้เสมอ สิ่งที่ผ่านพ้นไปแล้วให้ถือเป็นบทเรียนแก่ชีวิต ทำสิ่งที่เป็นปัจจุบันให้ดีที่สุดและให้กำลังใจแก่ตนเองเพื่อเรี่ยวแรงที่จะทำตามความฝันต่อไปให้บรรลุเป้าหมาย

4. ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ ภาพพจน์ประเภทนี้จะใช้เสียงหรือคำมาเปลี่ยนแปลงความหมายให้ได้ความหมายใหม่ หรือเป็นการเล่นจังหวะของคำ หรือการเลียนเสียงธรรมชาติ จากการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบการใช้ภาพพจน์ประเภทนี้ 2 ชนิด ได้แก่ สัทพจน์หรือการเล่นเสียง (onomatopoeia) การเล่นคำ (pun) การเล่นเสียงมักนิยมใช้การเลียนเสียงตามธรรมชาติและการซ้ำเสียง ส่วนการเล่นคำจะเป็นการซ้ำคำและการซ้ำกลุ่มคำ จำนวน 16 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 14.16 ดังนี้

4.1. การเล่นเสียง จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช พบการใช้ภาพพจน์ประเภทการเล่นเสียง ได้แก่ การเลียนเสียงธรรมชาติ และการซ้ำเสียง จำนวน 10 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(16) **<u>เสียดสี</u>**ย้ำเตือนทุก**<u>เรื่องราว</u>** เสียงที่**<u>ร่ำร้อง</u>** บทเพลง**<u>ล่องลอย</u>**หล่นหาย ลมหนาว **<u>พัดพา</u>**ล่องไป แค่นี้คุ้มแล้วหรือยัง

(เพลงคุ้มแล้วหรือยัง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (16) จากเนื้อเพลงข้างต้นเป็นการซ้ำเสียง พยัญชนะ “ส” คำว่า เสียดสี พยัญชนะ “ร” คำว่า เรื่องราวและร่ำร้อง พยัญชนะ “ล” คำว่า ล่องลอย และพยัญชนะ “พ” คำว่า พัดพา

(17) ดวงฤทัยหรือดวงแก้วตา**ดุจดวงดาราดวงดาวดวง**ไหน

(เพลงแก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (17) จากเนื้อเพลงข้างต้นเป็นการซ้ำเสียงพยัญชนะ “ด” คำว่า ดวงดาวและดุจดวงดารา

(18) **ฮู้.....ฮู้~~~~** แม่น้ำต้นไม้ทะเลเรือใบ ลำธารต้นน้ำแล้วอะไรต่อ

(เพลงบทกวีไม่เก่ง : เขียนไขและวาณิช และสิงโตนำโชค)

ตัวอย่างที่ (18) จากเนื้อเพลงข้างต้นเป็นการเลียนเสียงธรรมชาติ **ฮู้.....ฮู้~~~~** คือการเลียนเสียงของลมในธรรมชาติ

4.2. การเล่นคำ เป็นการปรับเปลี่ยนคำโดยการนำคำที่มีรูปเหมือนกันหรือคล้ายกันมาเล่นในเชิงความหมาย จากการวิเคราะห์บทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิชพบว่ามีการเล่นคำประเภทการซ้ำคำคำเดียวกัน และการซ้ำกลุ่มคำ จำนวน 6 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(19) **ลองมอง**บนฟ้า**ลองมอง**มาในน้ำ มีสิ่งใดในจินตนาการที่เธอเติมแต่ง **คงต้องเป็นแบบนั้น คงต้องเป็นแบบนี้ เวลา**เดินให้คิด**เวลา**มองจงเห็น **เดินไปตรงนั้น เดินมาตรงนี้ อย่ามัวแต่คิดอย่ามัวแต่ฝัน**

(เพลงมัวแต่คิด : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (19) จากเนื้อเพลงข้างต้นเป็นการซ้ำคำ คือ คำว่า “ลองมอง” “คง” และ “เวลา” การซ้ำกลุ่มคำ คือ คำว่า “แบบนั้น” กับ “แบบนี้” “เดินไปตรงนั้น” กับ “เดินมาตรงนี้” และ “อย่ามัวแต่คิด” กับ “อย่ามัวแต่ฝัน”

(20) **ดวงฤทัย**หรือ**ดวงแก้วตา**ดุจ**ดวงดาราดวงดาว**ดวงไหน **วอน**ให้ชายทุกคนเดินผ่าน **วอน**ให้ใจน้องไม่มีใคร **วอน**ให้ลมพัดพาหัวใจพี่ไปถึง หัวใจพี่แทบ**ติดตรึง เพ้อรำพึงรำพัน**ถึงแม่นวลน้อง

(เพลงแก้มน้องนางนั้นแดงกว่าใคร : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (20) จากเนื้อเพลงข้างต้นเป็นการซ้ำคำ คือ คำว่า “ดวงดารา” “ดวงดาว” “ติด” “ตรึง” และ “วอน”

การซ้ำกลุ่มคำ คือ คำว่า “ดวงฤทัย” กับ “ดวงแก้วตา” และ “เพ้อ” กับ “รำพึงรำพัน”

5. ภาพพจน์ประเภทใช้ประโยคคำถาม เป็นการใช้ประโยคคำถามในการเขียนประพันธ์ คำถามดังกล่าว ผู้เขียนไม่ต้องการคำตอบ เพราะทราบคำตอบดีอยู่แล้ว แต่เป็นการถามเพื่อเน้นความสะเทือนใจ ร้องขอ ตัดพ้อ ต่อว่า เตือนสติ หรือให้ผู้รับสารคิดหาคำตอบในปัญหานั้น คำถามยังทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช มีการใช้ภาพพจน์ประเภทคำถามใช้เพื่อบอกเล่าเรื่องราวหรือเพื่อให้ข้อคิดกับผู้ฟัง จำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 15.93 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(21) เดินทางมีปลายทาง เดินตามใคร**หรือเปล่า** วิ่งหนีไม่ยอมรับ ใจคนเป็นเช่นนี้ วนเวียนอยู่ที่เดิม

(เพลงเดินทางมีปลายทาง : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (21) บทเพลงนี้เป็นการใช้ประโยคคำถามเพื่อสร้างอารมณ์สะเทือนใจ จากบทเพลงเป็นการกล่าวเปรียบเทียบหากชีวิตเป็นการเดินทาง เรากำลังเดินทางอยู่บนเส้นทางของคนอื่นอยู่หรือเปล่า ไม่ยอมรับ

ความเป็นจริงถึงตัวตนของตนเองที่แตกต่างกับคนอื่น สุดท้ายจุดจบของชีวิตก็คงวนเวียนอยู่ที่เดิม นั่นคือการไม่บรรลุเป้าหมายในชีวิต

(22) ตรงนั้นมีความสุขบ้าง**ไหม** อยู่ตรงนี้มันทุกข์สัก**แค่ไหน**เธอรู้**ไหม**

(เพลงบุญธรรม : เขียนไขและวาณิช)

ตัวอย่างที่ (22) บทเพลงนี้เป็นการใช้ข้อความคำถามเพื่อการบอกเล่าเรื่องราว จากบทเพลงเป็นการกล่าวอ้างถึงบุคคลที่ล่วงลับไปแล้ว ซึ่งเชื่อว่าเป็นบุคคลที่คงเหลือแต่ความสุขและหลุดพ้นไปจากความทุกข์ทั้งปวง แตกต่างจากบุคคลที่ยังมีชีวิตอยู่บนโลกใบนี้ที่ต้องเผชิญกับทุกสิ่งทั้งสุขและทุกข์

เห็นได้ว่าภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยศิลปิน โจ้ สาโรจน์ ยอดยิ่ง หรือเขียนไขและวานิช จะเห็นได้ว่า ผู้ประพันธ์นิยมใช้ภาพพจน์ ประเภทต่าง ๆ หลากหลายประเภท ทั้งภาพพจน์ประเภทความเปรียบ ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ รวมทั้งภาพพจน์ประเภทคำถาม เพื่อทำให้ผู้ฟังบทเพลงเข้าถึง ความหมาย เนื้อหา รวมทั้งอารมณ์ที่สื่อผ่านบทเพลงได้อย่างชัดเจนมากกว่าการใช้ถ้อยคำธรรมดา

สรุปและอธิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การใช้ภาพพจน์ในวรรณกรรมเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช จากบทเพลงจำนวน 28 บทเพลง พบการใช้ภาพพจน์โดยจำแนกได้ 5 ประเภท ดังนี้ 1) ภาพพจน์ประเภทความเปรียบ จำนวน 48 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 42.48 พบมากที่สุด ได้แก่ อุปลักษณ์ จำนวน 15 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 31.25 นามนัย จำนวน 13 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 27.08 อุปมา จำนวน 12 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 25 และการอ้างถึง จำนวน 8 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ 2) ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการ จำนวน 25 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 22.12 พบมากที่สุด ได้แก่ อติพจน์ จำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 72 และบุคลาธิษฐานหรือบุคคลวัต จำนวน 7 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 28 ตามลำดับ 3) ภาพพจน์ประเภทความแย้งหรือตรงข้าม จำนวน 6 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 5.31 ได้แก่ คำคม 4) ภาพพจน์ประเภทเล่นเสียงและเล่นคำ จำนวน 16 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 14.16 พบมากที่สุด ได้แก่ การเล่นเสียง ประกอบด้วยการซ้ำเสียง และการเลียนเสียงธรรมชาติ จำนวน 10 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 62.5 และการเล่นคำ จำนวน 6 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ 5) ภาพพจน์ประเภทใช้ประโยคคำถาม จำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 15.93

การใช้ภาพพจน์ในบทเพลงที่ประพันธ์โดยเขียนไขและวานิช ผู้วิจัยพบการใช้ภาพพจน์ประเภทความเปรียบมากที่สุด จะเห็นได้ว่าผู้แต่งมักจะใช้ภาพพจน์ประเภทความเปรียบชนิดต่าง ๆ เนื่องจากภาพพจน์ทั้งสองประเภทมีโครงสร้างที่เขียนและเข้าใจได้ง่าย เช่น การใช้อุปลักลักษณ์ อุปมา นามนัย การอ้างถึง และใช้ภาพพจน์ประเภทใช้จินตนาการรองลงมา เช่น การใช้อติพจน์ และบุคลาธิษฐาน ด้วยบทเพลงของศิลปินเขียนไขและวานิช มักเป็นบทเพลงที่นำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ทั้งมุมมองของชีวิต และความรัก การใช้ภาพพจน์นี้จะช่วยให้ผู้แต่งสามารถสื่อความหมาย อารมณ์ความรู้สึกของผู้แต่ง ดังที่ รุ่งฤดี แผลงศร (2561) ได้กล่าวถึงว่าภาพพจน์มีโครงสร้างที่ประกอบด้วยสามส่วน คือ ส่วนที่ต้องการเปรียบ คำช่วยเปรียบ และส่วนที่นำมาเปรียบกล่าวคือ คำช่วยเปรียบ และส่วนที่นำมาเปรียบ ทั้งสองส่วนนี้จะช่วยให้ผู้ที่ฟังบทเพลงเกิดมโนภาพและจินตนาการได้ และสามารถเข้าถึงถึงส่วนที่ต้องการเปรียบได้ ดังเช่น การเปรียบเทียบความรัก ชีวิต หรือความฝันเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ดวงดาวที่ส่องแสง การใช้สิ่งที่มีแสงสว่างมีกล่าวแทนความหวัง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังได้จินตนาการ และเข้าใจในความหมาย อารมณ์ความรู้สึกของผู้แต่งมากกว่าการใช้ถ้อยคำธรรมดาทั่วไป

ประเด็นที่น่าสนใจของการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับการการศึกษาที่ผ่านมา กล่าวคือ การศึกษาโวหารภาพพจน์ในบทประพันธ์เพลงของ ประเสริฐ ณ นคร โดย ภัทรพงศ์ สืบเพ็ง, ทิฆัมพร

รัตนพิทักษ์ และ กนกวรรณ วารีเขตต์ (2563) ที่พบว่า ภาพพจน์ที่ใช้มากที่สุดในการประพันธ์เพลงของประเสริฐ ณ นคร คือ ภาพพจน์อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน และอติพจน์ ตามลำดับ ซึ่งภาพพจน์เหล่านี้เป็นประเภทเดียวกับที่พบมากที่สุดในการประพันธ์บทเพลงของเขียนไขและวานิช ผู้วิจัยจึงเห็นว่าสาเหตุที่มักพบภาพพจน์ประเภทนี้มากที่สุดในการประพันธ์บทเพลง เนื่องจากว่าบทเพลงโดยทั่วไปจะมีข้อจำกัดเรื่องความสั้นยาวของเนื้อหา ผู้ประพันธ์จึงต้องประพันธ์หรือแต่งบทเพลงให้สั้นกระชับ และมีความโดดเด่นในตัวเนื้อหาโดยการอาศัยใช้ศิลปะการทางภาษา เช่น การใช้ถ้อยคำเปรียบเทียบ การใช้ถ้อยคำที่ทำให้เกิดจินตนาการ เพื่อช่วยให้บทเพลงมีความน่าสนใจ และสามารถสื่อสารกับผู้ฟังให้ลึกซึ้งมากที่สุด

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าภาพพจน์เป็นศิลปะการใช้ภาษาแขนงหนึ่งที่ทำให้งานเขียนหรืองานประพันธ์เกิดจินตภาพและมโนภาพ สามารถสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจความหมาย อารมณ์ความรู้สึกของเนื้อหาในงานเขียนได้อย่างแจ่มแจ้งมากยิ่งขึ้น ดังที่พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน ฉบับ พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของภาพพจน์ว่า เป็นคำพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นเป็นภาพ ราชบัณฑิตยสถาน (2554) และจากผลการการศึกษาศิลปินเขียนไขและวานิช ผู้ประพันธ์บทเพลงได้นำศิลปะการใช้ภาษารูปแบบนี้มาเป็นแนวทางในการเขียนบทเพลงได้อย่างมีคุณภาพและสร้างสรรค์ ที่ช่วยให้ผู้รับฟังเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงอย่างลึกซึ้ง สามารถสร้างอรรถรส บรรยากาศ และสร้างอารมณ์สะเทือนใจให้แก่ผู้รับฟังบทเพลงได้อย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในการประพันธ์เพลงของเขียนไขและวานิชในประเด็นอื่น เช่น ศึกษาวิธีการใช้คำในบทเพลง เพื่อให้เห็นมุมมองการใช้ภาษาที่มีความหลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนกฤต กิจธนากาจร. (2561). ภาพพจน์ในเพลงของ จรัล มโนเพ็ชร. ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, **การนำเสนอโครงการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1/2561** (266). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ภัทรพงศ์ สืบเพ็ง, ทิฆัมพร รัตนพิทักษ์ และ กนกวรรณ วารีเขตต์. (2563). โวหารภาพพจน์ในบทประพันธ์เพลงของศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ ณ นคร. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์รำไพพรรณ**, 1(1), 30.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยถสาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

รุ่งฤดี แผลงศร. (2563). การใช้ภาพพจน์ในนิตยสารท่องเที่ยว. **วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 17(1), 4-5 – 10-14.

สยามโซน. (ม.ป.ป.). **เนื้อเพลงเขียนไขและวานิช**. สืบค้น 21 มิถุนายน 2565 จาก https://www.siamzone.com/music/thailyric/เนื้อเพลง-เขียนไขและวานิช

สุกัญญา โกมุททมาศ. (2542). **ศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมเพลงของ เรวัต พุทธินันทน์**. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุนทรี ดวงทิพย์. (2558). การศึกษาวิเคราะห์วรรณศิลป์ในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งของหนูมิเตอร์. **สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)**, 21(2), 67.

สุมาลินี ไชยศรีสุข. (2559). การศึกษาโวหารภาพพจน์ในบทเพลง : เพลงติดอันดับ 25 ในเว็บไซต์ songlyrics.com. **วารสารมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,** 7(2), 325.

อริยานุวัตน์ สมาธยกุล. (2561). การสร้างสรรค์และพลังทางภาษาในบทเพลงของ สุรชัย จันทิมาธร. **วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**, 6(1), 313.

อิสราพร อนันตสุข. (2561). วิธีการใช้คำและการใช้ภาพพจน์ในเพลงของศิลปินนิวจิ๋ว. ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, **การนำเสนอโครงการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1/2561** (210). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน

A lifestyle reflection of the Northeastern In The song By The Northeastern children singer

สุนันทา สังข์แก้ว*[1] จุฑามาศ แถมจันทร์[2] ณิชกานต์ นาคสุวรรณ์[3] และบุษกร โกมลตรี[4]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตของคนถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่ร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสาน เผยแพร่อยู่บนแพลตฟอร์มของยูทูบ ตั้งแต่ปี พ.ศ 2562-2564 ช่องภูไทเร็คคอร์ด รวมทั้งสิ้น 20 เพลง โดยใช้กรอบแนวคิดของนีตา มูซอและปรีดา เกื้อก่ออ่อน (2564, หน้า 378) เรื่องภาพสะท้อนทางสังคมที่ปรากฏในบทเพลงอนาซีดของวง WSEAM และอิสริยาภรณ์ แสงปัญญา (2562, หน้า 124) เรื่องภาพสะท้อนวิถีชีวิตด้านสังคมของชาวไทสิบสองปันนาจากสุภาษิตไทลื้อ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาวิจัยพบภาพสะท้อนวิถีชีวิตของคนถิ่นอีสานทั้งหมด 7 ด้าน โดยเรียงลำดับจากภาพสะท้อนที่พบมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ อันดับหนึ่งภาพสะท้อนด้านที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัว อันดับสองพบในภาพสะท้อน 2 ด้านจำนวนเท่ากัน คือ ภาพสะท้อนด้านอาชีพและการทำมาหากิน ร่วมกับภาพสะท้อนด้านการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิง อันดับสามภาพสะท้อนด้านการแต่งกาย อันดับสี่ภาพสะท้อนด้านครอบครัว อันดับห้าภาพสะท้อนด้านอาหาร และอันดับสุดท้ายภาพสะท้อนด้านความเชื่อและประเพณี ภาพสะท้อนทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าชาวอีสานมีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น มีความผูกพันกับธรรมชาติ ครอบครัวและศาสนาเป็นอย่างมาก สิ่งเหล่านี้ทำให้ชาวอีสานรักและปลูกฝังวิถีชีวิตซึ่งเป็นวัฒนธรรมไปยังคนรุ่นหลังต่อไป

คำสำคัญ : ภาพสะท้อน วิถีชีวิต นักร้องเด็ก ถิ่นอีสาน

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] ดร.บุษกร โกมลตรี อาจารย์ประจำภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
* Corresponding author E-mail: sunantapsu62@gmail.com

Abstract

this is a qualitative research aim at studying reflections on way of life through songs and music video of a song sung by a northeast children singer. It'll publish on the YouTube platform since 2019-2021 In the Phu Tyrek chord channel a total of 20 songs by using the conceptual classification of reflections from Neeta Musor, Prida Kueako-on (2021, p.378) from Social reflections in Wseam's Anasheed Song and Itsariyaporn Sangpanya (2019, p.124) from The Analytical Study of Tai Lue Proverbs in Socio-cultural Tradition in Sipsong Panna be used as a guideline for analysis.

The results of the research reflect the way of life that appears found a reflection of all 7 aspects of life, sorted from the most to the least, as follows: First, the reflection of the habitat and surrounding environment. The second was found in the same number of reflections of 2 aspects, namely the reflection of occupation and livelihood together with the reflection of play or entertainment activities. Third place reflection dress fourth place, family reflection fifth, food reflections and the last one reflecting on beliefs and traditions. All studies found that Isan people have a unique way of life, outstanding, and are strongly connect to nature, family and religion. These things are instilled in northeast people's love. and Instill a way of life that is a culture for future generations.

Keywords : Reflections of life Children singer The Northeastern

บทนำ

พื้นทีทางฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยหรือที่ถูกเรียกกันว่าภาคอีสานเป็นพื้นที่ที่มีความเป็นมาอย่างยาวนาน ดังที่ ปุณชญา ศิวานิพัทน์ และราชันย์ นิลวรรณาภา (2019, หน้า 64) ได้กล่าวถึงภาคอีสานว่าภาคอีสานถือเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ ภาษาและวัฒนธรรมเป็นอย่างมากผู้คนที่อาศัยอยู่ในดินแดนแห่งนี้มีทั้งที่เป็นพื้นถิ่นที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมและที่อพยพเข้ามาอาศัยในภายหลังและสืบทอดเชื้อสายมาจนถึงปัจจุบัน

ภาคอีสานจึงมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยเฉพาะบทเพลงภาคอีสานที่สะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานได้อย่างน่าสนใจดังที่ดังที่ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2015, หน้า 16) กล่าวไว้ในหนังสือ “โสวัฒนธรรมอีสานในงานวิจัย” ว่า “ผลการวิจัยเกี่ยวกับองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ที่สืบต่อจนกลายเป็นจารีต ประเพณีของ ภาคอีสานนั้นแสดงให้เห็นถึงลักษณะการสืบทอด ตอกย้ำ และการผลิตใหม่ของวัฒนธรรมให้สามารถเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา” ดังนั้นการมีอยู่ของสถาบันทางครอบครัวที่มั่นคงเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการสืบทอดส่งต่อวัฒนธรรมมายังรุ่นสู่รุ่น วัยเด็กจึงเป็นวัยที่สำคัญมากในการรับวัฒนธรรมมาเพื่อนำไปต่อยอดและพัฒนาให้วัฒนธรรมยังคงอยู่ต่อไปได้ ในที่นี้กล่าวถึงวัฒนธรรมในด้านของบทเพลงที่ได้รับการขับร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสานซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้สืบสานวัฒนธรรมด้านบทเพลงจากสังคมอีสานโดยตรง

นักร้องเด็กถิ่นอีสาน คือเด็กที่มีถิ่นที่อยู่ในพื้นที่อีสาน มีอายุไม่เกิน 15 ปี และเป็นนักร้องในค่ายเพลงอีสาน กล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านการร้องเพลงและความกล้าที่จะแสดงออกอย่างมาก ดังที่ปรากฏนักร้องเด็กอีสานในค่ายภูไทเร็คคอร์ดปี 2562-2564 ถึงจำนวน 10 คนโดยจินนี่ ภูไท ผู้เป็นเจ้าของค่าย ได้กล่าว

ว่าศิลปินในค่ายจะมีเสียงร้องและเอกลักษณ์เป็นหลักสำคัญ ตามด้วยเสียงเพลงที่เสริมเข้าไปให้ดียิ่งขึ้น (บรรณวัชร (นามแฝง) ,2563) นอกจากนี้บทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่นำเสนอผ่านนักร้องเด็กเหล่านั้นมักสะท้อนโดดเด่นวิถีชีวิตของคนถิ่นอีสานที่สัมพันธ์กับธรรมชาติได้อย่างน่าสนใจ จึงทำให้บทเพลงที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสาน ค่ายภูไทเร็คคอร์ดเป็นที่รู้จักมากขึ้นในปัจจุบัน ดังตัวอย่างเพลงรถแห่รถยู้ [ปี๊ะโล๊งโป๊งฉึ่ง] ของนักร้องเด็ก “ทิวเทน” ที่เผยแพร่ลงบนแพลตฟอร์ม YOUTUBE ผ่านทางช่องที่มีชื่อว่า ภูไทเร็คคอร์ด สถิติการเข้าชมจากผู้เข้าชมใน YOUTUBE ที่มากถึง 100,000,000 การเข้าชม (2564) ทั้งในส่วนของเนื้อหาและวิดีโอเมื่อประกอบเข้าด้วยกันแล้วสื่อให้เห็นถึงกิจกรรมของเด็กอีสาน ที่เชื่อมโยงไปยังภาพสะท้อนวิถีชีวิตอันหลากหลายด้าน เช่นการไปจับกะปอมหรือกิ้งก่า การรวมกลุ่มไปเล่นรถแห่ เป็นต้น

การศึกษาบทเพลงถิ่นอีสานจากนักร้องวัยผู้ใหญ่ที่มีชื่อเสียงนั้นมีผู้สนใจศึกษาอย่างมาก เช่นวิจัยเรื่องภาพสะท้อนสังคมอีสานในบทเพลงลูกทุ่งไทย ของ จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์ และสิริวรรณ นันทจันทูล (2564 ,หน้า 153) ภาพแทนผัว-เมีย ในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน ของ พิชญาวี ทองกลาง และจามจุรี นิศยันต์ (2563 ,หน้า 53) วิเคราะห์การใช้คำยืมภาษาอังกฤษในเพลงลูกทุ่งอีสาน : กรณีศึกษาผลงานเพลงของสาวมาดเมกะแดนซ์ ของ กิ่งกาญจน์ สร้อยจันดา (2558 ,หน้า 105) เป็นต้น แต่ไม่พบงานวิจัยเกี่ยวกับบทเพลงที่ขับร้องโดยร้องเด็กถิ่นอีสาน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตคนถิ่นอีสานผ่านบทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่นำเสนอจากมุมมองความเป็นเด็กในถิ่นอีสานดังกล่าวอันจะทำให้ได้ทราบถึงภาพสะท้อนวิถีชีวิตและเกิดความเข้าใจถึงการดำเนินชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชาวอีสาน อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมสามารถนำข้อมูลภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตผ่านบทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสาน ทำให้ทราบถึงภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานอันจะทำให้เข้าใจถึงการดำเนินชีวิตของชาวอีสานอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมสามารถนำข้อมูลภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้คือ งานวิจัยภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน โดยศึกษาข้อมูลจาก แพลตฟอร์มยูทูบ ช่องภูไทเร็คคอร์ด ซึ่งเป็นค่ายเพลงที่มีนักร้องเด็กถิ่นอีสานจำนวนมาก

ผู้วิจัยได้รวบรวมรายชื่อบทเพลงที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กอีสาน โดยมีขอบเขตด้านระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2564 และขอบเขตด้านเนื้อหากล่าวคือเลือกศึกษาเฉพาะบทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อหาสะท้อนเกี่ยวกับวิถีชีวิตถิ่นสาน พบว่ามีทั้งหมด 20 บทเพลง ดังนี้

1. รถแห่รถยู้ [ปี๊ะโล๊งโป๊งฉึ่ง] 2. หมอลำน้อย 3. คิดฮอด พ่อแม่ 4. คล้องกะปอม 5. บักน้ำบ่อาบ 6. ปั้นข้าวจี่ 7. ติ้งลิงติ่ง ขับร้องโดยทิวเทน 8. แล่นบ่าวนำน้องบ่ 9. เด็กดื้อคือเด็กฉลาด 10. อยากไปเที่ยว 11. กับแก้ 12. ซุปเปอร์ฟาเธอร์ ขับร้องโดยภูไท 13. เต้นยาง ขับร้องโดยพิมมี่ 14. แมงงอด ขับร้องโดยมิกิและต้นน้ำ 15. กะเทยน้อยหอยสังข์ ขับร้องโดยเจ้านาย 16. เด้งดึ๋ง 17. ไปไสไปนำ ขับร้องโดยแมทธิว พชร 18. อิขี้ดื้อ ขับร้องโดยมินิทอยส์ 19. อ้ายเอย ขับร้องโดยเพลง รมิดา และ 20. สไปเดอร์นางเด้อ ขับร้องโดยเอเชีย

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ คือ เพื่อศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานผ่านบทเพลงและมิวสิกวิดีโอที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสาน โดยใช้

แนวคิดของนีตา มูซอและปรีดา เกื้อก่ออ่อน (2564, หน้า 378) เรื่องภาพสะท้อนทางสังคมที่ปรากฏในบทเพลงอนาชีดของวง WSEAM และอิสริยาภรณ์ แสงปัญญา (2562, หน้า 124) เรื่องภาพสะท้อนวิถีชีวิตด้านสังคมของชาวไทสิบสองปันนาจากสุภาษิตไทลื้อมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของผลวิจัยแล้วรายงานผลการวิจัย สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในรูปแบบการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยด้านวิชาการในครั้งต่อไป

ผลการศึกษา

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสาน พบทั้งหมด 7 ด้าน ดังนี้

1. **ภาพสะท้อนด้านที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัว** พบจำนวน 16 บทเพลง ได้แก่ รถแห่รถยู้ [ป๊ะโล๊งโป๊งฉิ่ง], เต้นยาง, ติ้งลิงติ่ง, คล้องกะปอม, แมงงอด, อิขี้ดื้อ, สไปเดอร์นางเด้อ, เด้งดิ๋ง, หมอลำน้อย, คิดฮอดพ่อแม่, กับแก้, อยากไปเที่ยว, บักน้ำบ่อาบ, ซุปเปอร์ฟาเธอร์, เด็กดื้อคือเด็กฉลาด และแลนบ่าวนำน้องบ่ สะท้อนให้เห็นถึงที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัวของชาวอีสาน แสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตของชาวบ้านที่ปรับตัวให้เข้ากับระบบนิเวศและธรรมชาติ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เช่น บ้านไม้ บ้านปูน เถียงนา สิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น แคร่ไม้ไผ่ เสื่อ มุ้ง คอกวัว สุ่มไก่ โอ่ง และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น ทุ่งนา ท้องทุ่ง ลำธาร ฟางข้าว

ตัวอย่างที่อยู่อาศัย ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “แลนบ่าวนำน้องบ่”



ภาพที่ 1 เถียงนา

ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=rNApA-VWNYc (นาทีที่ 0.11)

ตัวอย่างภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงเถียงนาที่ตั้งอยู่บริเวณทุ่งกว้าง ตัวบ้านทำจากไม้มีการยกพื้นสูง หลังคาทำจากสังกะสี ซึ่งเป็นวัสดุที่มีราคาไม่แพงและหาได้ง่าย ด้านล่างเป็นใต้ถุนโล่ง ใกล้เถียงนามีโอ่งสำหรับรองน้ำฝน เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคของชาวนาที่มาพักในช่วงฤดูกาลเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวข้าว

ตัวอย่างสถานที่เล่นและพักผ่อนหย่อนใจ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “เต้นยาง”



ภาพที่ 2 ทุ่งนา

ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=op3J-dAgy6s (นาทีที่ 1.56)

ตัวอย่างภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่มีลักษณะเป็นทุ่งนาสีเขียวออกเหลืองทอง ซึ่งมาจากสีของต้นข้าวที่กำลังอยู่ในช่วงออกรวงข้าว สะท้อนให้เห็นถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ของภาคอีสานที่เหมาะแก่การทำนาข้าว ซึ่งเป็นเหตุผลที่ชาวอีสานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา และมีคันนาที่ยาวพอสมควร เหมาะสำหรับให้เด็ก ๆ ได้วิ่งเล่นเพื่อความเพลิดเพลิน

2. ภาพสะท้อนด้านการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิง พบจำนวน 10 บทเพลงได้แก่ รถแห่รถยู้ [ป๊ะโล๊ง โป๊งฉิ่ง], เต้นยาง, อิขี้ดื้อ, สไปเดอร์นางเด้อ, เด้งดิ๋ง, หมอลำน้อย, กับแก้, เด็กดื้อคือเด็กฉลาด, ไปไสไปนำ และแลนบ่าวนำน้องบ่ สะท้อนให้เห็นถึงการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิงของชาวอีสาน ที่เป็นการละเล่นพื้นบ้านที่มีมาอย่างยาวนาน ได้แก่ การเล่นกระโดดยาง การเล่นหมากเก็บ การวิ่งแข่ง การเล่นว่าว การประดิษฐ์ว่าว การเล่นซ่อนแอบ การเล่นไล่จับ การเล่นกระต่ายขาเดียว การเล่นมอญซ่อนผ้า การเล่นขี้ตม การเล่นพิณ การเล่นแคน การเล่นรถแห่รถยู้และการประดิษฐ์เครื่องดนตรี การร้องหมอลำ และการเซิ้ง

ตัวอย่าง การเล่นว่าวและการประดิษฐ์ว่าว ที่ปรากฏผ่านเนื้อเพลงและมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “แล่นบ่าวนำน้องบ่”



ภาพที่ 3 การเล่นว่าว
ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=rNApA-VWNYc (นาทีที่ 3.16)

“ลมหนาวกะพัดมาแล้วเด้อ อยู่ซิ-เล้อ กะบ่คือบ้านเฮา
ลงท่ง ลงท่ายามเช้า เฮ็ดบ่าว เล่นนำอีพ่อ
พ่อเหลาไม้ไผ่เตรียมไว้ ดัดให้ จนไม้ไผ่งอ
เอาเชือก มัดตรงข้อต่อ แล้วเอากระดาษแปะกาว ก็เป็นบ่าวแล้ว
มาแล่นบ่าวนำน้องบ่ ลมพัดกะต้อ บ่าวขึ้นสูงกินลม”

(ภูไท, 2564)

เนื้อเพลงและมิวสิกวิดีโอข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการเล่นว่าวและการประดิษฐ์ว่าว ซึ่งมักเล่นว่าวกันในช่วงที่มีลมพัดผ่าน ดังที่ว่า “ลมหนาวกะพัดมาแล้วเด้อ อยู่ซิ-เล้อ กะบ่คือบ้านเฮา ลงท่งลงท่ายามเช้า เฮ็ดบ่าวเล่นนำอีพ่อ” (ลมหนาวก็พัดมาแล้ว อยู่ที่ไหนก็ไม่เหมือนบ้านเรา ลงทุ่งนาตอนเช้า ทำว่าวเล่นกับพ่อ) เนื้อเพลงที่ยกมานี้ สะท้อนให้เห็นว่าชาวอีสานมีการเล่นว่าวกันในช่วงลมหนาว เพราะต้องอาศัยลมในการช่วยบังคับว่าวให้ลอยขึ้นไปบนอากาศ ดังที่ว่า “ลมพัดกะต้อ บ่าวขึ้นสูงกินลม” (ลมพัดแรงว่าวขึ้นสูงติดลม) ตามชนบทสถานที่ในการเล่นว่าวคือทุ่งนา ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยอย่างมากสำหรับภาคอีสานที่มีลักษณะเป็นทุ่งกว้างแห้งแล้ง

ตัวอย่าง การร้องหมอลำ ที่ปรากฏผ่านเนื้อเพลงในบทเพลง “หมอลำน้อย”



ภาพที่ 4 การร้องเล่นหมอลำ
ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=y-0pIfZRKO (นาทีที่ 2.20-2.25 ตามลำดับ)

“ตั้งแต่เกิดมาก็มักร้องหมอลำ มักฟ้อนงาม ๆ มักหน้าฮ้านเวที
ตั้งแต่เกิดมากะมักเสียงดนตรี แล่นพุ้นแล่นพี้ถ้าบ้านมีงานบุญ
แล่นพุ้นแล่นพี้ถ้าบ้านมีหมอลำ”

(ทิวเทน, 2563)

เนื้อเพลงข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการร้องหมอลำ ซึ่งเพลงหมอลำน้อยเป็นมุมมองของเด็กอีสานที่กล่าวว่าตั้งแต่เกิดมาก็ชอบร้องหมอลำ ชอบฟ้อนงาม ๆ หน้างานเวที สิ่งเหล่านี้ประกอบออกมาให้เห็นถึงการปลูกฝังเรื่องประเพณีหมอลำให้ ซึมซับสู่เด็กได้อย่างดี เนื้อเพลงยังสะท้อนให้เห็นอีกว่าหมอลำนั้นมักจัดแสดงในทุก ๆ แห่ง หากบ้านไหนหรือที่ไหนมีงานบุญ

3. ภาพสะท้อนด้านอาชีพและการทำมาหากิน พบจำนวน 10 บทเพลง ได้แก่เพลงหมอลำน้อย, คิดฮอดพ่อแม่, คล้องกะปอม, ไปไสไปนำ, ปั้นข้าวจี่, อ้ายเอย, อยากไปเที่ยว, บักน้ำบ่อาบ และซุปเปอร์ฟาเธอร์สะท้อนให้เห็นถึงการประกอบอาชีพและการทำมาหากินของชาวอีสาน รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือที่ช่วยในการทำงาน ได้แก่ อาชีพขายของชำ อาชีพเกษตรกรรม อย่างการดำนา การทำสวนปลูกผัก การเลี้ยงสัตว์ อุปกรณ์เครื่องมืออย่างรถไถหรือรถแทรกเตอร์ แห อุปกรณ์ล่ากะปอม และหุ่นไล่กา

ตัวอย่างอาชีพเกษตรกรรม “การดำนา” ที่ปรากฏในเนื้อเพลง ในบทเพลง “อ้ายเอย”

“ใช้แต่ข่อยดำนา มื้อได๋ข่อยสิขาว”

(เพลง รมิดา, 2564)

การดำนา เป็นขั้นตอนการปลูกข้าว ซึ่งการทำนาเป็นอาชีพที่เกษตรกรส่วนใหญ่ในภาคอีสานนิยมทำ มีทั้งวิธีการหว่านต้นกล้าและการปักต้นกล้า เป็นอาชีพที่ต้องทำงานกลางแดด กลางฝน ใช้ความขยันและอดทนเป็นอย่างมาก เนื้อเพลงข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการประกอบอาชีพทำนาของชาวอีสานมีการใช้บุตรหลานให้ช่วยดำนา ดังที่ปรากฏในเนื้อเพลงท่อน “ใช้แต่ข่อยดำนา” หมายความว่า ใช้แต่ฉันดำนา ทั้งนี้เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระ สอนให้รู้จักการประกอบอาชีพทำมาหากิน และสอนให้รู้คุณค่าของเงินทองที่ได้มา โดยปกติแล้วเด็กจะไม่อยากทำงานซึ่งถือเป็นเรื่องปกติ เพราะอยากมีสีผิวขาวตามค่านิยมของคนไทย อีกทั้งยังเป็นวัยที่กำลังรักสวยรักงาม

ตัวอย่างอาชีพอุปกรณ์เครื่องมือรถไถที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “อ้ายเอยและหมอลำน้อย”



ภาพที่ 5 รถไถ

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=1ENeWqgcxnA (นาทีที่ 0.01)

รถไถหรือรถแทรกเตอร์ เป็นพาหนะที่มีล้อขนาดใหญ่ สำหรับการขับเคลื่อนได้ง่ายในสภาพดินที่มีความอ่อนตัว เหมาะสำหรับการทำการเกษตร อย่างเช่นการทำนา ดังตัวอย่างภาพที่ 5 แสดงให้เห็นถึงรถไถหรือรถแทรกเตอร์ที่มีการปรับเปลี่ยนลักษณะเพื่อใช้งานสำหรับการบรรทุกกองฟาง โดยรถไถนี้มีล้อ 4 ล้อซึ่งเหมาะสำหรับการใช้งานในสภาพดินที่ทำการเกษตรอย่างการทำนา ที่มีทั้งความแห้งแล้งในช่วงฤดูร้อน และความเปียกชื้นในช่วงฤดูฝน

4. ภาพสะท้อนด้านการแต่งกาย พบจำนวน 9 บทเพลง ได้แก่ รถแห่รถยู้ [ป๊ะโล๊ง โป๊งฉึ่ง], ติ้งลิงติ่ง, อิขี้ดื้อ, สไปเดอร์นางเด้อ, หมอลำน้อย, คิดฮอดพ่อแม่, บักน้ำบ่อาบ, ซุปเปอร์ฟาเธอร์ และเด็กดื้อคือเด็กฉลาด สะท้อนให้เห็นถึงการแต่งกายที่แตกต่างกันระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ และการแต่งกายเพื่อการประกอบอาชีพของชาวอีสาน ได้แก่ การแต่งกายของเด็ก เช่น การแต่งกายในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การสวมเสื้อ การสวมกางเกง และการสวมรองเท้า การแต่งกายในกิจกรรมการแสดง เช่น ชุดลูกทุ่งของเด็ก ชุดหมอลำประยุกต์ และการแต่งกายของผู้ใหญ่ ได้แก่ เสื้อลูกไม้ เสื้อคอกระเช้าลายดอก เสื้อแขนยาว ผ้าถุง ผ้าขาวม้า และหมวกไผ่สาน

ตัวอย่างการแต่งกายของเด็กในกิจกรรมการแสดง ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “หมอลำน้อย”



ภาพที่ 6 ชุดหมอลำประยุกต์

ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=y-0pIfZRKO8 (นาทีที่ 1.14, 2.25 ตามลำดับ)

ชุดหมอลำประยุกต์ ดังตัวอย่างภาพที่ 6 แสดงให้เห็นถึงชุดหมอลำประยุกต์ในแบบสมัยใหม่ ดังจะเห็นจากเด็กผู้ชายที่แต่งกายด้วยชุดสีดำตัดกับสีแดงที่มีลวดลายแบบไทยปักอยู่ตรงศีรษะมีผ้าคาดหัวปักคำว่าพระเอกน้อยสื่อให้เห็นว่าผู้สวมใส่เป็นตัวเอกแต่มีอายุน้อย องค์ประกอบในตัวชุดมีหลากหลายทำให้ดูวิจิตรสวยงาม การแต่งกายของหางเครื่องเห็นได้ว่าเป็นการแต่งกายที่มีสีสันโดด

ตัวอย่างการแต่งกายของผู้ใหญ่ในชีวิตประจำวัน ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “คิดฮอดพ่อแม่” และ “ซุปเปอร์ฟาเธอร์”



ภาพที่ 7 นุ่งผ้าขาวม้า



ภาพที่ 8 ผ้าขาวม้าคาดเอว

ที่มา : ภาพที่ 7 https://www.youtube.com/watch?v=vJFu4bu52CI (นาทีที่ 1.27)
ภาพที่ 8 https://www.youtube.com/watch?v=d15m1FzSGZs (นาทีที่ 0.13)

ผ้าขาวม้า ดังตัวอย่างภาพที่ 7 และ 8 จะเห็นได้ว่าผ้าขาวม้าเป็นนิยมใช้ในเพศชาย ใช้นุ่งลำลองทำกิจวัตประจำวันที่บ้าน อย่างสะดวกสบาย และการนำผ้าขาวม้ามาคาดไว้ที่ตรงบริเวณเอวเป็นส่วนประกอบการแต่งกายอีกหนึ่งชิ้น เพื่อความความทะมัดทะแมง และสะดวกในการใช้งานเมื่อมีความจำเป็น โดยจะเห็นได้ว่าการใช้ผ้าขาวม้าทั้งสองภาพมีการใช้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความชอบและความสะดวกใช้ของแต่ละคน

5. ภาพสะท้อนด้านครอบครัว พบจำนวน 7 บทเพลง ได้แก่ ติ้งลิงติ่ง, แมงงอด, กะเทยน้อยหอยสังข์, คิดฮอดพ่อแม่, อิขี้ดื้อ, กับแก้ และซุปเปอร์ฟาเธอร์ สะท้อนให้เห็นความรัก ความสัมพันธ์บุคคลในครอบครัว ระหว่างพ่อ แม่ ลูกและญาติพี่น้อง ได้แก่ การเลี้ยงดู การสั่งสอน และบทบาทผู้นำครอบครัว

ตัวอย่างการเลี้ยงดู ที่ปรากฏผ่านเนื้อเพลงและมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “ติ้งลิงติ่ง”, “กับแก้” และ “คิดฮอดพ่อแม่”



ภาพที่ 9 พี่ดูแลน้อง
ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=F6WzojCdf8A (นาทีที่ 3.01)

“นั่งนับมื้อถ่าแม่กับพ่อ ยังเฝ้ารอมื้อได้พ้อหน้า
มีแต่ถามนำยายกับตา ว่าเพิ่นสิมามื้อได๋
เฮ็ดงานอยู่กรุงเทพ จักยามใด๋สิมาหา
ปีใหม่กะผ่านไป สงกรานต์กะผ่านมา
เพิ่นยังบ่มีเวลา มาหาลูกจักเที่อ”

(ทิวเทน, 2563)

ตัวอย่างจากภาพที่ 9 แสดงให้เห็นถึงพี่ชายที่กำลังดูแลน้องชายที่กำลังนอนดื่มนมจากขวดอยู่ ในขณะเดียวกันก็มองพี่ชายตัวเองที่กำลังถือขนมอยู่ในมือ บริเวณรอบ ๆ สังเกตได้ว่าเป็นช่วงเวลากลางวัน ไม่มีพ่อแม่หรือผู้ใหญ่ เนื้อเพลงข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการเลี้ยงดูเด็กในภาคอีสาน ในเพลงติ้งลิงติ่งและกับแก้ จะเป็นการเลี้ยงดูโดยมีพี่คอยช่วยเลี้ยงน้องในช่วงกลางวันที่พ่อแม่ต้องออกไปทำงาน ซึ่งไม่มีเวลาดูแลบุตรของตน ลูกคนโตหรือเด็กรุ่นพี่ในบริเวณใกล้เคียงจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กโดยมีแม่มีบทบาทสำคัญที่สุด เด็กเล็กจะได้รับการเลี้ยงดูอย่าทะนุถนอมและใกล้ชิด เด็ก ๆ ที่โตว่าจะคอยช่วยเหลือดูแลเด็กเล็ก อย่างเช่น กล่อมนอนระหว่างวัน คอยเฝ้าดูช่วงน้องหลับ ชวนน้องเล่นของเล่น เป็นต้น

ตัวอย่างบทบาทผู้นำ ที่ปรากฏผ่านภาพประกอบ ในบทเพลง “ซุปเปอร์ฟาเธอร์”



ภาพที่ 10 คุณพ่อทำอาหาร



ภาพที่ 11 นั่งกินข้าวด้วยกัน

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=d15m1FzSGZs (นาทีที่ 0.13, 0.38 ตามลำดับ)

บทบาทผู้นำครอบครัวปรากฏผ่านมิวสิกวิดีโอในบทเพลงซุปเปอร์ฟาเธอร์ ดังตัวอย่างภาพที่ 10 แสดงให้เห็นถึงพ่อที่กำลังยืนทำอาหาร มีการถือกระทะและตะหลิว ด้านบนของโต๊ะมีเตาถ่านกับวัตถุดิบการทำอาหาร และภาพที่ 11 แสดงให้เห็นถึงการนั่งรับประทานอาหารทั้งครอบครัว อันประกอบไปด้วย พ่อแม่และลูกชายทั้งสองคน บนโต๊ะอาหารมีทั้งจานกับข้าวและจานข้าวของแต่ละคนวางไว้ ภาพดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงบทบาท ความเป็นพ่อที่มากกว่าการเป็นผู้ที่ทำงานหาเงินให้ครอบครัว คือการเป็นผู้นำที่ดีและหัวหน้าครอบครัวที่ดี การดูแลครอบครัว เช่น การทำอาหารให้ครอบครัวรับประทาน

6. ภาพสะท้อนด้านอาหาร พบจำนวน 4 บทเพลง ได้แก่ ซุปเปอร์ฟาเธอร์, อ้ายเอย, ปั้นข้าวจี่ และคล้องกะปอม สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับอาหารของชาวอีสาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร เช่นก้อย ซอยจุ๊ กะปอม และข้าวจี่ อุปกรณ์ประกอบอาหาร เช่น เตาอั้งโล้ การก่อไฟ

กระติบข้าวเหนียว และครก

ตัวอย่างอาหาร “ก้อย” ที่ปรากฏในเนื้อเพลง ในบทเพลงอ้ายเอยและคล้องกะปอม

“ตัวข่อยเป็นคนอีสาน บ่ได้คร้านเด้อขอบอกไว้
พอฮอดปิดเทอมใหญ่ ข่อยกะไปหาคล้องกะปอม
ของแซบสุดยอดเมนู เอามาก้อยใส่ข้าวคั่วหัวหอม
ซ่อยหมากมาห้อยลงโคม รับรองแซบจนได้เลียมือ”

(ทิวเทน, 2563)

ก้อย เป็นอาหารท้องถิ่นของทางภาคอีสาน มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2562, หน้า 3) ได้กล่าวถึงก้อยไว้ว่า เป็นอาหารประเภทกึ่งสุกกึ่งดิบ หรือทำให้สุกด้วยการใช้กรดจากมะนาว เนื้อเพลงข้างต้นหมายความว่า “ตัวฉันเป็นคนอีสาน ไม่ได้ขี้เกียจนะขอบอกไว้ พอถึงปิดเทอมใหญ่ ฉันก็ไปล่ากิ้งก่าซึ่งของอร่อยสุดยอดเอามาทำเป็นเมนูก้อย ใส่ข้าวคั่วและหัวหอม ซอยลงในกะละมัง รับรองว่าอร่อยจนต้องเลียมือ” สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวอีสานผ่านทางเมนูอาหารที่เรียกว่า ก้อย ที่เด็ก ๆ สามารถใช้เวลาว่างในช่วงปิดเทอมในการออกไปหากะปอม มาทำเป็นก้อย เมนูที่ชาวอีสานนิยมรับประทานกัน

ตัวอย่างอาหาร “ข้าวจี่” ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ในบทเพลง “ปั้นข้าวจี่”



ภาพที่ 12 ข้าวจี่

ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=x7ehjGUeL9k (นาทีที่ 3.41)

ข้าวจี่ ในพจนานุกรมไทยได้ให้ความหมาย ว่าเป็นข้าวเหนียวนึ่งปั้นเป็นวงกลม ทาไข่ แล้วนำไปปิ้ง (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2556, หน้า 176) ดังตัวอย่างภาพที่ 12 แสดงให้เห็นถึงการย่างข้าวที่มีลักษณะเป็นก้อนกลมรีสีเหลือง ถูกเสียบอยู่กับไม้ หรือที่เรียกว่าข้าวจี่ บนความร้อนที่มาจากฟืนที่ถูกเผาจนบางส่วนกลายเป็นขี้เถ้าอยู่ด้านล่างสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการทำข้าวจี่จากเด็ก ๆ โดยมีวัตถุดิบ คือ ข้าวเหนียว ไข่ไก่ และเกลือ ภาคอีสานนิยมทำข้าวจี่ในช่วงเดือนสามของทุกปี หรือเรียกว่างานบุญข้าวจี่เป็นประเพณีที่สืบทอดมาอย่างยาวนานของชาวบ้านภาคอีสาน

7. ภาพสะท้อนด้านความเชื่อและประเพณี พบจำนวน 3 บทเพลง ได้แก่รถแห่รถยู้ [ป๊ะโล๊งโป๊งฉึ่ง], เด้งดึ๋ง และกับแก้ สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อและประเพณีของชาวอีสานที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ความเชื่อเรื่องพญานาค ความเชื่อเรื่องกับแก้ และประเพณีงานบุญ

ตัวอย่างความเชื่อเรื่องพญานาค ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอในบทเพลง “รถแห่รถยู้ [ป๊ะโล๊ง โป๊งฉึ่ง]”



ภาพที่ 13 ความเชื่อเรื่องพญานาค
ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=sz7T8calM10 (นาทีที่ 0.58)

ตัวอย่างภาพที่ 13 ภาพของกลุ่มเด็กอีสานที่กำลังไปเที่ยวเล่นบริเวณวัด โดยตรงประตูทางเข้าของวัดทั้งสองข้าง เห็นได้ว่ามีประติมากรรมภาพปั้นพญานาคประดับไว้ สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องพญานาค โดยประติมากรรมภาพปั้นพญานาคกับศาสนสถาน เป็นสิ่งที่อยู่คู่กันมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันจึงมีการพบเห็นภาพปั้นพญานาคประดับไว้คู่กับศาสนสถานอย่างมากมาย อีกทั้งยังทีการบูชาและนับถือพญานาคกันอย่างแพร่หลาย ด้วยมีความเชื่อว่าพญานาคเป็นสิ่งที่อยู่คู่บุญบารมีของศาสนาพุทธ สามารถช่วยปกป้องคุ้มครอง ผู้ที่นับถือจากสิ่งไม่ดี

ตัวอย่างความเชื่อเรื่องกับแก้ ที่ปรากฏในเนื้อเพลง ในบทเพลง “กับแก้”

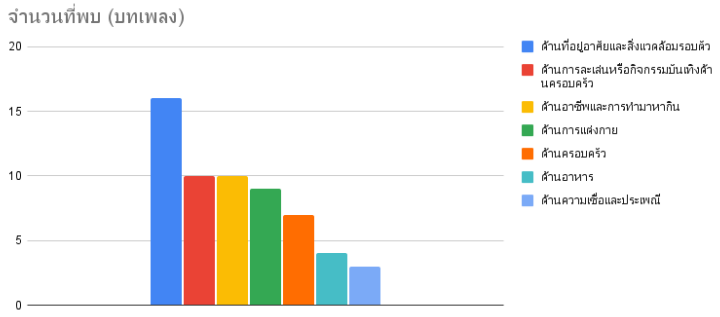
“กับแก้ กับกับกับ กับแก้ ไผบ่หลับ กับแก้กินตา
กับแก้มันมากับคนขี้ดื้อ กับแก้มันมักกับคนบ่นอน
กับแก้มันมาหาคนขี้งอน ไผบ่นอนกับแก้กินตา”

(ภูไท, 2564)

กับแก้เป็นคำในภาษาอีสาน มีความหมายว่า ตุ๊กแก เนื้อเพลงข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องตุ๊กแก เนื่องจากตุ๊กแกมีลักษณะภายนอกที่ไม่สวยงามนัก จึงมีการนำเอาตุ๊กแกมาเป็นกุศโลบายในการหลอกล่อเด็กให้รู้สึกกลัว และทำตามคำพูดผู้ใหญ่ โดยเฉพาะการใช้เพื่อให้เด็กนอนหลับ

สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสานจำนวน 20 บทเพลงจากนักร้องเด็กทั้งหมด 10 คน พบภาพสะท้อนวิถีชีวิตแบ่งได้ 7 ด้าน โดยการศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่ปรากฏ ในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสานสามารถเรียงลำดับจากด้านที่พบมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ภาพสะท้อน ด้านที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ภาพสะท้อนภาพด้านการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิง ภาพสะท้อนด้านอาชีพและการทำมาหากิน ภาพสะท้อนด้านการแต่งกาย ภาพสะท้อนด้านครอบครัว ภาพสะท้อนด้านอาหาร และภาพสะท้อนด้านความเชื่อและประเพณี ดังแผนภูมิแท่งแสดงภาพสะท้อนวิถีชีวิตดังนี้



แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบภาพสะท้อนวิถีชีวิต

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นทั้งในรูปแบบชนบทและเมืองปะปนกันไป พบในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวน 16 บทเพลง โดยภาพสะท้อนด้านที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม ที่พบมากที่สุดคือสถานที่เล่นและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเกี่ยวกับสถานที่ทางธรรมชาติ รองลงมาเป็นที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมบริเวณบ้านเรือน

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบเป็นอันดับสอง พบในภาพสะท้อน 2 ด้านในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวนเท่ากัน ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านอาชีพและการทำมาหากิน และภาพสะท้อนด้านการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิง จำนวน 10 บทเพลง โดยภาพสะท้อนด้านอาชีพและการทำมาหากินที่พบมากที่สุดคือเกษตรกรรม ส่วนภาพสะท้อนด้านการละเล่นหรือกิจกรรมบันเทิงที่พบมีทั้งกิจกรรมและการละเล่นพื้นบ้าน เห็นได้ว่ากิจกรรมการเล่นของเด็ก ๆ เป็นกิจกรรมการเล่นแบบกลุ่มที่มีมาตั้งแต่สมัยก่อน ส่วนกิจกรรมการละเล่นประเภทหมอลำ การเล่นพิณ และการเล่นแคน สะท้อนถึงการร้องเล่นแบบท้องถิ่นซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสาน

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบเป็นอันดับสาม ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านการแต่งกาย พบในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวน 9 บทเพลง โดยภาพสะท้อนด้านการแต่งกายที่พบมากที่สุดเป็นการแต่งกายของผู้ใหญ่ที่แต่งในชีวิตประจำวัน รองลงมาเป็นการแต่งกายในชีวิตประจำวันของเด็ก และสุดท้ายคือการแต่งกายในกิจกรรมการแสดงของเด็ก

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบเป็นอันดับสี่ ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านครอบครัว พบในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวน 7 บทเพลง โดยภาพสะท้อนด้านครอบครัวที่พบมากที่สุด ได้แก่ การเลี้ยงดู และการสั่งสอน ที่ต้องการให้เด็กเป็นเด็กดี มีความรับผิดชอบ อยู่ในกฎระเบียบของสังคม และเติบโตขึ้นมาอย่างมีคุณภาพ

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบเป็นอันดับห้า ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านอาหาร พบในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวน 4 บทเพลง โดยภาพสะท้อนอาหารที่พบจะมีความสอดคล้องความเป็นอยู่ในท้องถิ่นภาคอีสาน

ภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่พบเป็นอันดับหก ได้แก่ ภาพสะท้อนด้านความเชื่อและประเพณี พบในบทเพลงและมิวสิกวิดีโอจำนวน 3 บทเพลง ด้วยบทเพลงที่ร้องผ่านนักร้องเด็กทำให้มีการปรากฏภาพสะท้อนด้านนี้ไม่มาก โดยภาพสะท้อนด้านความเชื่อและประเพณีที่พบ คือ ความเชื่อเรื่องพญานาค ความเชื่อเรื่องกับแก้

และความเชื่อเรื่องประเพณีงานบุญ

ผลการศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสานยังพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่า นิทาน และตำนานในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ของ ผกามาส หลีสกุล, ญาณิศา แก้วมณี, สุดธิดา คงน้อยและบุษกร โกมลตรี (2564) ในประเด็นภาพสะท้อนด้านประเพณี ภาพสะท้อนด้านความเชื่อ ภาพสะท้อนด้านการเลือกทำเลที่อยู่ และการสร้างที่อยู่อาศัย ภาพสะท้อนด้านอาชีพ ภาพสะท้อนด้านอาหารการกิน ภาพสะท้อนด้านการละเล่นและภาพสะท้อนด้านเครื่องใช้อุปโภคบริโภค แต่ต่างกันที่ผลงานวิจัยภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่า นิทาน และตำนานในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาพบภาพสะท้อนด้านภาษา ภาพสะท้อนด้านการคมนาคม ภาพสะท้อนด้านค่านิยม ภาพสะท้อนด้านคติสอนใจและศีลธรรม ภาพสะท้อนด้านยาพื้นบ้าน ภาพสะท้อนด้านการศึกษา และภาพสะท้อนด้านชีวประวัติบุคคลสำคัญด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะงานวิจัยดังกล่าวเป็นการเก็บข้อมูลจากตัวบทและพื้นที่ที่ต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบความสอดคล้องและแตกต่างจากงานวิจัยของ จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์ และสิริวรรณ นันทจันทูล (2564 ,หน้า 151) ที่ศึกษาภาพสะท้อนสังคมอีสานในบทเพลงลูกทุ่งไทยซึ่งเป็นนักร้องวัยผู้ใหญ่พบความสอดคล้องในประเด็นภาพสะท้อนด้านอาชีพเกษตรกรที่มีการทำนามากที่สุด แต่กลับพบความแตกต่างกันตรงที่บทเพลงของนักร้องวัยผู้ใหญ่สะท้อนเรื่องราวความรักระหว่างชายหญิง เรื่องการเมืองการปกครอง และ เรื่องอาชีพที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งการรับจ้าง การทำงานโรงงาน ครู ทหาร และนักร้องคาเฟ่ ขณะที่เรื่องดังกล่าวไม่ปรากฏในบทเพลงของนักร้องเด็กถิ่นอีสานที่ผ่านการประพันธ์เพลงโดยผู้ใหญ่ซึ่งมีมุมมองต่อวัยเด็กว่ายังไม่ควรมีความเกี่ยวข้องต่อเรื่องดังกล่าว จึงทำให้เห็นว่าบทเพลงเหล่านั้นนำเสนอเนื้อหาวิถีชีวิตแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยภาพสะท้อนที่เก็บจากตัวบทประเภทวรรณกรรมชาดกได้แก่งานวิจัยเรื่องวรรณกรรมชาดกพื้นบ้านอีสาน : ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ด้านความเชื่อ วิถีชีวิต ประเพณีและพิธีกรรม ของ ราชันย์ นิลวรรณาภา และพิพัฒน์ ประเสริฐสังข์ (2558) จะพบความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยผลการวิจัยดังกล่าวเห็นภาพสะท้อนอัตลักษณ์ทางความเชื่อในวรรณกรรมชาดก เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับโหราศาสตร์ ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ประเพณีและพิธีกรรมในวรรณกรรมชาดก เช่น วัฒนธรรมด้านกาลเวลา วัฒนธรรมด้านประเพณีและพิธีกรรม อย่างการสู่ขวัญ การลงข่วง พิธีกรรมการโอมสาวหรือการแต่งงาน ขณะที่ผลวิจัยภาพสะท้อนวิถีชีวิตถิ่นอีสานที่ปรากฏในบทเพลงผ่านนักร้องเด็กถิ่นอีสานไม่พบความเชื่อและพิธีกรรมดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตที่ปรากฏในบทเพลงที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กนี้ เป็นเพียงการศึกษาจากบทเพลงที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กถิ่นอีสานเท่านั้น ควรศึกษาบทเพลงที่ขับร้องโดยนักร้องเด็กของภาคอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อจะได้ทราบและเข้าใจถึงความแตกต่างของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยได้อย่างหลากหลายยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาภาพสะท้อนวิถีชีวิตของเด็กไทยจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ นอกเหนือจากบทเพลง เช่นละครหรือซีรีส์ที่เกี่ยวกับเด็กเพื่อได้เห็นแง่มุมในประเด็นอื่น ๆ มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิ่งกาญจน์ สร้อยจันดา. (2558). “วิเคราะห์การใช้คำยืมภาษาอังกฤษในเพลงลูกทุ่งอีสาน : กรณีศึกษาผลงานเพลงของสาวมาด เมกะแดนซ์”. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.* 33(10), 105-110.

จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์ และสิริวรรณ นันทจันทูล. (2564). “ภาพสะท้อนสังคมอีสานในบทเพลงลูกทุ่งไทย”. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.* 15(1), 153-175.

ทิวเทน. (2563). *คล้องกะปอม.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=vJFn8ULyfr8

ทิวเทน. (2563). *คิดฮอดพ่อแม่.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=vJFu4bu52CI

ทิวเทน. (2563). *หมอลำน้อย.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=y-0pIfZRKO8

นีตา มูซอ และปรีดา เกื้อก่ออ่อน. (2564). ภาพสะท้อนทางสังคมที่ปรากฏในบทเพลงอนาชีดของวง Wseam. ใน Humanities and Social Sciences: From New Normal to a Sustainable Future มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ก้าวผ่านนวัตวิถีสู่อนาคตที่ยั่งยืน. การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติครั้งที่ 6. (378-389).

บรรณวัชร (นามแฝง). (2563). *เจ้าพ่ออินดี้ จินนี่ ภูไท ปั้นเพลงไหนก็ปัง.* สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2565, จาก https://www.komchadluek.net/entertainment/410542

ปุณชญา ศิวานิพัทน์ และราชันย์ นิลวรรณาภา. (2019). “โครงสร้างที่มาและความหมายของคำเรียกชาติพันธุ์ใน อีสาน”. *วารสารดำรงวิชาการ*, 18(2), 62-93.

ผกามาส หลีสกุล, ญาณิศา แก้วมณี, สุดธิดา คงน้อย และบุษกร โกมลตรี. (2564). “ภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่า นิทาน และตำนานในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา”. ใน*มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ก้าวผ่านนวัตวิถีสู่อนาคตที่ยั่งยืน*. การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติครั้งที่ 6. (405-420).

พิชญาวี ทองกลาง และจามจุรี นิศยันต์. (2563). “ภาพแทนผัว-เมีย ในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน”. *วิวิธวรรณสาร.* 4(3), 53-85.

เพลง รมิดา. (2564). *อ้ายเอย.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=1ENeWqgcxnA

ภูไท. (2564). *กับแก้.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=V5ACN0xYhbs

ภูไท. (2564). *แล่นบ่าวนำน้องบ่.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=rNApA-VWNYc

ภูไทเร็คคอร์ด. (2564). รถแห่รถยู้ [ปีะโล๊งโป๊งฉิ่ง]. สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565 จาก https://www.youtube.com/watch?v=sz7T8calM10

มณีรัตน์ จันทนะผะลิน. (2562). “อาหารอีสาน”. *วารสารวัฒนธรรมอาหารไทย*. 1(2). 2-7.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธิมงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

ราชันย์ นิลวรรณาภา และพิพัฒน์ ประเสริฐสังข์. (2558). “วรรณกรรมชาดกพื้นบ้านอีสาน : ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ด้านความเชื่อ วิถีชีวิต ประเพณีและพิธีกรรม”. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.* 3(15), 85-97.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2015). โสวัฒนธรรมอีสาน. ค้นจาก http://book.culture.go.th/research/isan/files/assets/common/downloads/publication.pdf

อิสริยาภรณ์ แสงปัญญา. (2019). “ภาพสะท้อนวิถีชีวิตด้านสังคมของชาวไทสิบสองปันนาจากสุภาษิตไทลื้อ”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 1(1), 124-143.

เอกสารอ้างอิงภาพ

ภูไทเร็คคอร์ด. (2019). *ความเชื่อเรื่องพญานาค.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=sz7T8calM10

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *การร้องเล่นหมอลำ.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=y-0pIfZRKO8

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *ข้าวจี่.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=x7ehjGUeL9k

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *ชุดหมอลำประยุกต์.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=y-0pIfZRKO8

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *ทุ่งนา.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=UpELcyZEVfc

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *นุ่งผ้าขาวม้า.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=vJFu4bu52CI

ภูไทเร็คคอร์ด. (2020). *พี่ดูแลน้อง.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=F6WzojCdf8A

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *การเล่นว่าว.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=rNApA-VWNYc

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *คุณพ่อทำอาหาร.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=d15m1FzSGZs

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *เถียงนา.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=rNApA-VWNYc

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *นั่งกินข้าวด้วยกัน.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=d15m1FzSGZs

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *ผ้าขาวม้าคาดเอว.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=d15m1FzSGZs

ภูไทเร็คคอร์ด. (2021). *รถไถ.* [Image]. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=1ENeWqgcxnA

มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ไทย

The Myths about Beauty Standards in Thai Film

ตะวัน ภักษร[1] ธนวรรณ นภาพงศ์[2] เพ็ญนภา ศรีพรหม[3] และณัชรดา สมสิทธิ์[4]

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ของไทยผ่านตัวละครผู้หญิงที่ปรากฏในภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ 1. สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก 2. ตุ๊กกี้เจ้าหญิงขายกบ และ 3. ปอบหน้าปลวก โดยใช้ทฤษฎีมายาคติและแนวคิดทฤษฎีเรื่องความงาม มาเป็นแนวทางในการศึกษาและนำเสนอผลการศึกษาโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องได้ตอกย้ำมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยใน 3 ประเด็น ดังนี้1. ผู้หญิงกับรูปลักษณ์ภายนอกพบว่า ผู้สร้างได้แสดงให้เห็นถึงการกำหนดมาตรฐานความสวยจากรูปลักษณ์ภายนอกโดยกำหนดให้ตัวละครผู้หญิงที่สวยคือ มีผิวที่ขาว สูง รูปร่างผอมเพรียว มีเส้นผมยาวเงาสลวย และมีใบหน้าที่สวยงาม และผู้หญิงที่มีลักษณะต่างไปจากเงื่อนไขข้างต้นคือ ผู้หญิงที่ไม่สวย 2. ผู้หญิงกับการโดนดูถูกเหยียดหยามในความเป็นมนุษย์ และการลดทอนคุณค่าในตนเอง พบว่าผู้สร้างแสดงให้เห็นว่าตัวละครผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความสวย มักจะโดนกล่าวหาว่า คนหน้าตาไม่ดีเป็นคนที่ไม่มีความสามารถ และยังถูกนำไปเปรียบกับสัตว์เช่น ปลวก ตัวเงินตัวทอง หมัดหมา เป็นต้น รวมไปถึงสิ่งที่น่ากลัวและไม่มีตัวตนอย่างผี โดยนำไปสู่การด้อยค่าตัวเอง จึงเกิดความรู้สึกไม่ภาคภูมิใจในตัวเอง 3. ผู้หญิงกับการถูกเลือกปฏิบัติพบว่า ตัวละครผู้หญิงได้รับการถูกเลือกปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมทั้งคำพูดและการกระทำ อีกทั้งยังขาดโอกาสในการทำสิ่งที่ตนต้องการ เพียงเพราะมีหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความสวย ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สร้างมักจะถ่ายทอดมาตรฐานความสวยให้ออกมาดูตลกขบขัน คลายเครียด และสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้รับชม ซึ่งการสร้างภาพยนตร์ในรูปแบบนี้ เป็นการสร้างมายาคติอีกวิธีหนึ่งอย่างเป็นธรรมชาติและกระทำต่อเนื่องจนกลายเป็นปกติ

คำสำคัญ : มายาคติ มาตรฐานความสวย ภาพยนตร์

[1-3]นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4]อาจารย์ ดร., หลักสูตรศิลปศาสตร์บัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
*Corresponding author E-mail: natrada.so@psu.ac.th

Abstract

This research aims to study the myths about beauty standards in Thai cinema. which studies the myths about beauty standards through the female characters appearing in all three movies, namely 1. First love 2. Tukky's Diary 3. The Ugly Ghost. Using the theory of myths and the theory of beauty as a guideline for analysis summarize the research results and discuss the results.

The results showed that the three films reinforced the myths about beauty standards in 3 issues. are 1. Woman with outward appearance. The creators demonstrated setting the standard for beauty standards on the outside by setting a beautiful female character to be fair skin, good looking height, slim figure, long hair and beautiful face. Women whose characteristics are different from the above conditions are unattractive woman. 2. Women and being insulted for their humanity and degradation of self-worth. The creators showed that the female characters had not meet the beauty standards often accused of a bad-looking person is someone who has no talent also has been compared to an ugly looking animal, such as termites, monitor lizard, dog fleas, including scary and non-existent things like ghosts, by leading to self-impairment, the feeling of not being proud of yourself. 3. Women and discrimination, female characters are subject to unequal discrimination in their words and actions, they also lack the opportunity to do what they want just because their appearance does not meet the beauty standards. The results of this study reflect that creators tend to convey the standard of beauty in a way that is funny, stress-relieving, and entertaining for viewers. which the making of movies in this format It is another way of creating myths naturally and continuing until it becomes normal.

Keywords : The myth, the myth about beauty standards, movies

บทนำ

สื่อมีอิทธิพลต่อการกำหนดมาตรฐานความสวยในสังคมไทย นิยาม “ความสวย” ของผู้คนในปัจจุบันได้สร้างมาตรฐานและก่อให้เกิดการกำหนดผู้หญิงในอุดมคติของคนในสังคม เรามักเชื่อตามสื่อว่า ความสวยคือความขาว ความผอม และความอ่อนเยาว์ ส่วนสิ่งที่ไม่น่าปรารถนาคือการมีผิว คล้ำ ความอ้วน และความชรา คุณค่าของผู้หญิงจึงมักถูกผูกติดกับเงื่อนไขทางสรีระ และโฆษณามักจะบอกว่าผู้หญิงต้องทำตัวเองให้สวย ดูแลตัวเองให้ดีแล้วชีวิตจะดีขึ้น จะมีผู้ชายมาหลงรัก จะมีอนาคตที่ดี ทำให้เห็นว่าสถานภาพของผู้หญิงถูกกำหนดจากสังคมโดยสรีระและความไม่เสมอภาคทางเพศ ที่ทำให้ผู้หญิงต้องหันมาจัดการกับรูปร่างหน้าตาของตัวเองเพื่อมาเป็นสิ่งเรียกร้องความสนใจและดึงดูด เพศชาย ต้องสวยถึงจะมีคุณค่า ทำให้ผู้หญิงที่ไม่สามารถเป็นไปตามแบบที่สื่อนำเสนอรู้สึกหมดคุณค่าในตนเองและรู้สึกขาดอำนาจ สื่อจึงมีอำนาจในการสร้างความเชื่อและมีผลต่อการสร้างตัวตนของมนุษย์ยุคปัจจุบัน (กมลทิพย์ จึงเลิศศิริ, 2558, น.1) ทัศนะดังกล่าวขัดแย้งกับความเป็นจริงที่ว่าคนเรามีรูปลักษณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้หญิงหลายคนดิ้นรนพยายามเพื่อให้ตัวเองใกล้เคียงมาตรฐานความสวยที่สังคมกำหนดและปฏิเสธไม่ได้ว่าคำตัดสินของคนรอบข้างย่อมมีอิทธิพลกับการแสดงออก

ทางพฤติกรรมของคนเราอย่างมาก ส่งผลต่อความมั่นใจและความเชื่อมั่นในตัวเอง แต่ถึงอย่างนั้นมาตรฐานความสวย (Beauty standard) เกิดการหล่อหลอมขึ้นในสังคมตามที่ กมลทิพย์ จึงเลิศสิริ (2558) ได้กล่าวว่า ความงามตามสื่อนั้นมีอยู่เพียงไม่กี่แบบคือ ความขาว ความผอม ผิวเรียบเนียน จมูกโด่ง ผมยาวสลวย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นมาตรฐานความสวยที่สังคมกำหนดขึ้น ดังนั้นความสวยถือเป็นมายาคติอย่างหนึ่ง

รัฐพงศ์ ภิญโญโสภณ (ม.ป.ป อ้างถึงใน นพพร ประชากุล 2547) ได้กล่าวถึง มายาคติ (myth) ไว้ว่า มายาคติเป็นการสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรม ซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ มายาคตินั้นมิได้ปิดบังอำพรางสิ่งใดทั้งสิ้น ทุกสิ่งปรากฏต่อหน้าเราอย่างเปิดเผยแต่เราต่างหากที่คุ้นเคยกับมันเสียจนไม่ทันสังเกตว่ามันเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม

มาตรฐานความสวยที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อถือว่าเป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลและเป็นการเน้นย้ำให้เห็นว่าเฉพาะความสวยงามตามที่สื่อนำเสนอเท่านั้นจึงจะถือว่าเป็น “ความงามที่แท้จริง” ที่คนในสังคมต้องยึดถือ เช่น ในแคมเปญโฆษณาที่ใช้ที่นั่งบนรถไฟฟ้าเขียนว่าที่มาตรฐานนั่งสำหรับคนขาว เพื่อสื่อความหมายว่าคนผิวขาวเท่านั้นที่จะได้รับสิทธิพิเศษ หรือโฆษณาที่นำเสนอภาพว่าผู้หญิงรูปร่างผอมบางคือ คนสวยที่มักมีคนรุมล้อม ในขณะที่ผู้หญิงรูปร่างอวบอ้วนมักไม่มีคนสนใจหรือถูกมองข้าม จนทำให้เกิดเป็นมายาคติเรื่องความสวยว่า ผู้หญิงผิวขาวและรูปร่างดีเท่านั้นที่ถือว่าเป็นผู้หญิงสวยและผู้หญิงสวยเท่านั้นที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตและมีโอกาสทางสังคมดีกว่า (สหภาพ พ่อค้าทอง, 2563, น.15) มายาคติเกี่ยวกับความสวยหรือมาตรฐานความสวยมักถูกถ่ายทอดลงในสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ แอพพลิเคชัน และสื่อออนไลน์สตรีมมิ่งตามช่องทางต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันภาพยนตร์กับละครชุดของไทยยังคงได้รับความนิยมจากคนในสังคม โดยผู้คนมักเลือกการรับชมสื่อเหล่านี้เพื่อความเพลิดเพลิน ทั้งนี้ สหภาพ พ่อค้าทอง (2563, น.15) ได้กล่าวไว้ว่า “สื่อ” มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างมายาคติเรื่องความสวยแก่ผู้คนในสังคมที่สื่อเป็นผู้กำหนดขึ้นเองและบ่มเพาะให้ผู้คนในสังคมเห็นดีเห็นงามกับมาตรฐานความสวยนั้นว่า เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ทว่ากว่าจะตระหนักได้ว่าการมีรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามตามมาตรฐานของคนไทยได้นั้น กลายเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความพยายาม ใช้เงินและปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้มาตรฐานความสวยยังส่งผลให้หลายคนขาดความมั่นใจ และลดทอนคุณค่าในตัวเอง เกิดการเลือกปฏิบัติในสังคม และถูกพูดจาเหยียดหยามอยู่เสมอ จะเห็นได้ว่าสื่อเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดมายาคติเกี่ยวกับความสวยความงาม อิทธิพลเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสังคมปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษามายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ของไทย ซึ่งภาพยนตร์ไทยได้ถ่ายทอดและเน้นย้ำอย่างต่อเนื่องและส่งต่อมายาคติเกี่ยวกับความสวยได้ในวงกว้าง โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีมายาคติเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นว่า มาตรฐานความสวยถูกผลิตและส่งต่อซ้ำจนกลายเป็นมายาคติที่มีอิทธิพลกับผู้หญิงเป็นอย่างมากและเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสวยว่าไม่ได้ขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ที่บริบททางสังคมสร้างขึ้นมา แต่ทุกคนล้วนแล้วมีความสวยในแบบฉบับของตัวเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยที่ปรากฏในภาพยนตร์ของไทย ทั้งหมด 3 เรื่อง ได้แก่ 1. เรื่อง “สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก” เริ่มฉายเมื่อ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2553, 2. เรื่อง “ตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ” เริ่มฉายเมื่อ 16 กันยายน พ.ศ. 2553 และ3. เรื่อง “ปอบ หน้าปลวก” เริ่มฉายเมื่อ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2557

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ของไทย

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาภาพยนตร์ไทยทั้งหมด 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง “สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก”, เรื่อง “ตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ” และเรื่อง “ปอบ หน้าปลวก”โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับมายาคติและแนวคิดทฤษฎีเรื่องความงามมาวิเคราะห์ประเด็นที่เชื่อมโยงกับตัวละครในสื่อภาพยนตร์ไทยทั้ง 3 เรื่อง ใช้ประเด็นกรณีศึกษาดังนี้ 1. ผู้หญิงกับรูปลักษณ์ภายนอก 2. ผู้หญิงกับการโดนดูถูกเหยียดหยามในความเป็นมนุษย์ และการลดทอนคุณค่าในตนเอง 3. ผู้หญิงกับการถูกเลือกปฏิบัติ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการรับชมภาพยนตร์ และทำการวิเคราะห์มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยที่พบเห็นในสื่อภาพยนตร์ ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับมายาคติและแนวคิดทฤษฎีเรื่องความงามมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วจึงทำการสรุปและอภิปราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสังคมไทย โดยศึกษาผ่านสื่อภาพยนตร์ของไทย
2. เพื่อให้ทุกคนตระหนักรู้ถึงคุณค่าของจิตใจในตัวเอง ไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปลักษณ์ภายนอก ตามกลไกของชุดความคิดของสังคมนิยม

นิยามศัพท์เฉพาะ

มายาคติ (myth) หมายถึง การสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ

มาตรฐานความสวย (Beauty Standard) คือ คุณค่าความงามที่ถูกกำหนดขึ้นจากคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง ส่งผลตีตราให้ผู้ที่มีลักษณะตรงตามมาตรฐานที่สังคมตั้งไว้ ผู้ที่มีความงามไม่ตรงกับเกณฑ์ที่สังคมต้องการ ส่งผลให้ลดความมั่นใจในตัวคนที่ไม่ตรงตามมาตรฐานความสวย (Beauty Standard) ไม่ว่าจะชายหรือหญิงก็รู้สึกทุกข์และไม่เท่าเทียมกับผู้อื่น

ภาพยนตร์ (movie) หมายถึง กระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม แล้วนำออกฉายให้เห็นภาพเคลื่อนไหว ภาพที่ปรากฏบนฟิล์มภาพยนตร์หลังจากผ่านกระบวนการถ่ายทำแล้วเป็นเพียงภาพนิ่งจำนวนมาก ที่มีอิริยาบถหรือแสดงอาการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อยต่อเนื่องกันเป็นช่วง ๆ ตามเรื่องราวที่ได้รับการถ่ายทำและตัดต่อมา ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นการแสดงให้เหมือนจริงหรืออาจเป็นการแสดงและสร้างภาพจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “**มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ไทย**” ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ของไทยผ่านตัวละครผู้หญิง โดยนำตัวอย่างจากภาพยนตร์มา

วิเคราะห์ให้เห็นถึงมาตรฐานความสวยที่ปรากฏผ่านตัวละครผู้หญิง โดยใช้ทฤษฎีมายาคติและแนวคิดทฤษฎีเรื่องความงาม มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ผู้หญิงกับรูปลักษณ์ภายนอก

ปัจจุบันภาพลักษณ์ในสังคมเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งหลายคนให้ความใส่ใจดูแลตัวเองเพื่อให้ดูดีอยู่เสมอ เพื่อสร้างรูปลักษณ์ภายนอกให้ออกมาเหมือนกันหรือใกล้เคียงกับมาตรฐานความสวย ซึ่งผู้หญิงหลายคนตกอยู่ในห่วงโซ่ของมายาคติในสังคมที่ว่า การมีผิวพรรณที่ขาวผ่อง รูปร่างสูงโปร่ง หน้าตาดูอ่อนเยาว์โดยเป็นมาตรฐานความสวยของรูปลักษณ์ภายนอกที่ผู้หญิงหลายคนปรารถนาอยากที่จะเป็นไปตามกรอบความคิดของคนในสังคม ซึ่งจากการศึกษาภาพยนตร์ในประเด็นของผู้หญิงกับรูปลักษณ์ภายนอกถูกพบว่า มีการเน้นย้ำให้เห็นว่ารูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งสำคัญผ่านภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่อง ดังนี้

ภาพยนตร์เรื่องสิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก ได้แสดงภาพของน้ำที่มีลักษณะรูปลักษณ์ภายนอก เป็นเด็กสาวผมสั้น ผิวสีแทน ใส่แว่น เรียนไม่เก่ง โดยแสดงตัวอย่างจากฉากหนึ่งเป็นตอนที่น้องสาวของน้ำพูดว่า “หน้าตาแบบพวกพี่น้ำอ่ะนะ” “ไม่มีใครเขาจะอยากคบด้วยหรอก” แม่ของน้ำได้พูดต่อว่า “คนเราไม่ได้คบกัน ไม่ได้ดูหน้าตาอย่างเดียวนะลูก” แป้งก็พูดต่อว่า “แต่ก็น่าจะดูก่อนอย่างอื่นนี่คะ”



รูปที่ 1 น้ำโดนแป้งพูดจาดูถูกรูปลักษณ์ภายนอก
(ภาพยนตร์เรื่อง สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก : 2553 นาทีที่ 4.34)

จากบทสนทนาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การที่น้ำมีรูปลักษณ์ภายนอกแตกต่างจากพิมพ์นิยมของคนในสังคมไทยที่มักให้ความสำคัญกับผิวขาว ส่งผลให้น้ำถูกตัดสินว่าเธอเป็นคนไม่สวย หรือแม้กระทั่งคนในครอบครัวเอง ซึ่งเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดมากที่สุดก็เลือกที่จะตัดสินน้ำว่าเธอไม่มีเพื่อนหรือผู้ชายอยากคบหาด้วยเพียงแค่เพราะว่า เธอไม่ได้มีรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณสะสวยตามแบบที่คนในสังคมต้องการ

นอกจากผู้สร้างภาพยนตร์เรื่อง ตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ ได้ชี้ให้เห็นว่า “ความสูง” เป็นมาตรฐานความสวยที่สำคัญที่ผู้หญิงควรมี โดยปรากฏในฉากที่เจ้าหญิงตุ๊กกี้ต้องขึ้นขี่หลังม้า แต่เจ้าหญิงตุ๊กกี้พยายามเท่าไหร่ก็ไม่สามารถขึ้นขี่ม้าได้ตรงประโยคที่ว่า “โอ๊ย ขึ้นไม่ถึงค่ะ” จนครูฝึกให้เจ้าหญิงตุ๊กกี้เหยียบหลังเพื่อขึ้นหลังม้า



รูปที่ 2 ตุ๊กกี้เหยียบหลังอาจารย์ศิลป์ อาชา เพื่อขึ้นขี่ม้า
(ภาพยนตร์เรื่อง ตุ๊กกี้เจ้าหญิงขายกบ : 2553 นาทีที่ 35:47)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการตอกย้ำว่า เจ้าหญิงตุ๊กกี้มีขาที่สั้นและไม่สามารถขึ้นขี่หลังม้าได้ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเจ้าหญิงตุ๊กกี้นั้นมีส่วนสูงไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยของสังคมไทย

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นเป็นเสมือนสารที่เน้นย้ำให้ผู้หญิงต้องมีรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูดี หน้าตาสวย ผิวขาวใส หุ่นดี และมีความสูงที่ได้มาตรฐาน เพื่อทำให้ตัวเองมีจุดยืนเป็นของตัวเอง และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ซึ่งการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมได้นั้น ต้องทุ่มเทและตั้งใจให้กับการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ภายนอก

2. ผู้หญิงกับการโดนดูถูกเหยียดหยามในความเป็นมนุษย์ และการลดทอนคุณค่าในตนเอง

ปัจจุบันความงามเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับผู้หญิงในสังคมมาตลอด การที่ผู้หญิงมีรูปร่างหน้าตาที่ดูดีตรงตามเกณฑ์มาตรฐานความสวยส่งผลให้เป็นที่นิยม ได้รับความสนใจ และมีคนมองเห็นคุณค่าในตัว แต่เมื่อผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์แตกต่างจากมาตรฐานความสวยของสังคม ส่งผลให้ถูกผู้คนล้อเลียน ดูถูกเหยียดหยาม นำรูปลักษณ์ไปเปรียบเทียบกับสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์ หรือสิ่งที่น่ากลัว น่าขนลุก พยายามเล่นมุขตลกหรือถูกกระทำให้ดูเหมือนตัวตลกโดยไม่คำนึงถึงจิตใจของผู้ที่ได้รับฟัง และเมื่อโดนต่อว่าหลายคราก็ส่งผลให้ผู้หญิงเหล่านี้เกิดความไม่มั่นใจในตัวเอง เพราะคิดว่าตัวเองไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมจึงพยายามที่จะเปลี่ยนตัวเองให้ตรงตามเกณฑ์มาตรฐานความสวยในสังคมไทย เพื่อหลีกเลี่ยงการโดนสังคมดูถูกเหยียดหยาม ซึ่งภาพยนตร์ไทยเรื่อง สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก และเรื่องตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ ได้แสดงให้เห็นถึงประเด็นดังกล่าวไว้ ดังนี้

ผู้สร้างภาพยนตร์เรื่อง สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก ต้องการแสดงให้เห็นถึงการด้อยคุณค่าของผู้หญิงว่า การที่ผู้หญิงเองยอมรับว่าการมีรูปลักษณ์ภายนอกที่แตกต่างจากมาตรฐานความสวยของสังคม คือการไม่เป็นคนสวย จากเหตุการณ์ที่เมื่อน้ำมีความสวยตรงตามกรอบของสังคมแล้ว ได้กลายเป็นดีไซด์เนอร์ชั้นนำ ต่างเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม และได้ให้สัมภาษณ์กับสื่อโทรทัศน์แห่งหนึ่ง ซึ่งพิธีกรได้กล่าวกับน้ำว่า “ครั้งหนึ่งคุณน้ำเคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า สมัยเด็ก ๆ คุณหน้าปลวกมาก ๆ แล้วก็แต่งตัวได้จอมปลวกมาก ๆ ซึ่งจะแตกต่างจากตอนนี้โดยสิ้นเชิง” ซึ่งน้ำก็ยอมรับอย่างไม่รู้สึกโกรธเคือง



รูปที่ 3 น้ำพูดคุยให้สัมภาษณ์เกี่ยงกับอดีตของตนเอง
(ภาพยนตร์เรื่อง สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก : 2553 นาทีที่ 1.50.25 – 1.50.32)

จากบทสนทนาข้างต้น การที่น้ำยอมรับสถานะตนเองว่าในสมัยก่อนเป็นคนไม่สวยจากการชี้นำของคนในสังคมซึ่งระบุว่าการมีผิวสีดำ ผมสั้นแห้งชี้ฟู สวมใส่แว่นตาหนา รูปร่างไม่ดี คือการเป็นคนไม่สวย แต่เมื่อน้ำมีการเปลี่ยนแปลงตัวเองให้มีรูปร่างหน้าตาสวยตามรูปแบบของมาตรฐานความสวยทำให้น้ำมีความมั่นใจในตัวเอง กล้าที่จะพูด กล้าที่จะแสดงความคิดเห็น และกล้าที่จะแสดงความสามารถ ผู้คนรอบตัวต่างให้ความชื่นชม เป็นที่รู้จักมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และการทำสิ่งต่าง ๆ ไม่กลายเป็นเรื่องที่ยากเหมือนเมื่อก่อน ถือเป็นการยินยอมตกอยู่ภายใต้มาตรฐานความสวยที่สังคมกำหนด

นอกจากนี้การที่น้ำพูดถึงรูปลักษณ์ภายนอกที่ไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยในสมัยก่อนของตนเองโดยเปรียบเทียบกับปลวก เป็นการด้อยคุณค่าของตัวเองอย่างเห็นได้ชัด และแสดงให้เห็นว่าความสวยได้กลายเป็นเครื่องมือกำหนดคุณค่าของมนุษย์

เพื่อเป็นการตอกย้ำให้เห็นการโดนดูถูกที่รุนแรงขึ้น ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยเรื่องตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบจึงได้ใช้สัตว์อีกชนิดหนึ่งคือ ตัวเงินตัวทองหรือตัวเหี้ย ซึ่งผู้คนมักเอาชื่อสัตว์ชนิดนี้ไว้ด่าทอกัน เช่นในเหตุการณ์ในตอนที่อาจารย์ศิลป์ อาชา สอนขี่ม้าให้เจ้าหญิงตุ๊กกี้และพูดว่า “เหมือนตัวเหี้ย นั่งบนหลังม้า”

นอกจากผู้หญิงจะโดนดูถูกโดยใช้ชื่อสัตว์ในการเปรียบเทียบแล้ว ผู้สร้างยังต้องการสื่อให้เห็นถึงการดูถูกเหยียดหยามจนไม่เหลือความเป็นมนุษย์เลยก็คือ การล้อเลียนผู้หญิงกับสัตว์ว่ามีความสัมพันธ์ที่เหมือนคู่รักปฏิบัติต่อกัน ในเหตุการณ์ที่ตุ๊กกี้กำลังจะจูบกับกบที่ตนจูบเป็นประจำ แต่กบกลับกระโดดหนีตัวเงินตัวทองจนทำให้ตุ๊กกี้จูบกับตัวเงินตัวทองแทน กลุ่มแม่ค้าและผู้คนในตลาดเห็นจึงหัวเราะเยาะและพูดว่า “เมียจูบผัว”



รูปที่ 4 ตุ๊กกี้จูบกับตัวเงินตัวทอง
(ภาพยนตร์เรื่อง ตุ๊กกี้เจ้าหญิงขายกบ : 2553 นาทีที่ 06:37)

จากคำพูดล้อเลียนข้างต้น ในความเป็นจริงแล้วคนกับสัตว์จะมีความสัมพันธ์แบบสามีภรรยากันไม่ได้ แต่ผู้สร้างต้องการจะสร้างความตลก โดยได้นำผู้หญิงมาเปรียบเทียบกับตัวเงินตัวทองหรือตัวเหี้ย เนื่องจากตัวเหี้ยเป็นสัตว์ประเภทเลื้อยคลานที่มีรูปลักษณ์ภายนอกที่น่าเกลียด และยังเป็นที่รังเกียจของคนในสังคมไทย อีกทั้งยังมีความเชื่อในอดีตว่าหากตัวเหี้ยเข้าบ้านจะต้องทำบุญเลี้ยงพระ เพื่อปัดเป่าสิ่งอัปมงคลออกจากบ้าน จะเห็นได้ว่าผู้สร้างแสดงถึงการดูถูกผู้หญิงที่ไม่สวยตรงตามมาตรฐานความสวย โดยการนำลักษณะภายนอกของตัวเหี้ยที่มีรูปลักษณ์น่าเกลียดและยังเป็นที่น่ารังเกียจของสังคมนั้น มาเปรียบเทียบเพื่อเป็นการดูถูกผู้หญิงที่ไม่สวย

มาตรฐานความสวยยังคงเป็นเครื่องมือในการวัดคุณค่าของผู้หญิงอย่างต่อเนื่อง โดยปรากฏการแสดงให้เห็นถึงผู้หญิงที่โดนด้อยค่าจากรูปลักษณ์ภายนอกผ่านตัวละครตุ๊กกี้ด้วยการส่องกระจก ซึ่งทั้งเรื่องปรากฏฉากส่องกระจกให้เห็นถึงสองครั้ง ตุ๊กกี้ได้ถามกระจกว่า “กระจกวิเศษ บอกข้าเถิดใครงามเลิศในปฐพี” หลังจากถามเสร็จกระจกบานนั้นเองก็แตกทันทีและกระจกได้แตกถึงสองครั้ง ซึ่งกระจกแตกครั้งแรกตุ๊กกี้มีสีหน้าแววตาที่ผิดหวัง แต่ในครั้งที่สองตุ๊กกี้ไม่ได้รู้สึกผิดหวังที่กระจกบานนั้นแตกเลย แต่กลับพูดว่า “ช่างมันเถอะ ชินละ” เป็นการใช้คำพูดที่ดูเหมือนไม่สนใจกับการที่กระจกบานนั้นแตกและชินชากับสถานการณ์แบบนี้ไปแล้วราวกับว่าพบเจอและเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ถึงแม้กระจกเป็นอุปกรณ์ความสวยความงามที่มีไว้เพียงแค่ส่องดูรูปลักษณ์ภายนอกก็ตาม แต่ในเรื่องกระจกได้ทำหน้าที่ของการปฏิเสธผู้หญิงที่ไม่สวยด้วยลักษณะของการแตก ซึ่งเป็นการไม่ให้ค่ากับผู้หญิงที่ไม่สวย



รูปที่ 5 กระจกแตกหลังจากที่ตุ๊กกี้ถาม
(ภาพยนตร์เรื่อง ตุ๊กกี้เจ้าหญิงขายกบ : 2553 เวลา 27:23)

จากคำพูดของตุ๊กกี้ตรงนี้เองเป็นการตอกย้ำภาพจำเดิมของเจ้าหญิงในอุดมคติที่ต้องสวยงามโดดเด่น ซึ่งขัดแย้งกับตัวละครตุ๊กกี้ที่ไม่สวย มีผิวพรรณดำคล้ำ รูปร่างอ้วนเตี้ย ไม่มีคุณสมบัติที่จะเป็นเจ้าหญิงได้ ทำให้เห็นว่าผู้หญิงหลาย ๆ คนที่ตกเป็นเหยื่อของมาตรฐานความสวยเหล่านี้ มักจะไม่มีความมั่นใจในรูปร่างหน้าตาของตัวเองและนำไปสู่การด้อยค่าตนเองในที่สุด

จากการศึกษาประเด็นผู้หญิงกับโดนดูถูกเหยียดหยามในความเป็นมนุษย์ และการลดทอนคุณค่าในตนเองพบว่า ผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความสวยของสังคมไทยมักโดนดูถูกจากคนรอบข้าง ซึ่งการดูถูกที่ปรากฏมีหลากหลายรูปแบบ และมีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกัน ทั้งการโดนดูถูกเหยียดหยามและโดนตัดสินความสามารถจากรูปลักษณ์ภายนอกจนกระทั่งการใช้คำพูดดูถูกเหยียดหยามเปรียบเทียบผู้หญิงกับสัตว์หรือผี โดยนำไปสู่การด้อยค่าตัวเอง จึงเกิดความรู้สึกไม่ภาคภูมิใจในตัวเอง

3. ผู้หญิงกับการถูกเลือกปฏิบัติ

สังคมไทยในปัจจุบันเกิดการเลือกปฏิบัติกับผู้คนที่มีรูปลักษณ์ภายนอกมาเป็นตัวกำหนด เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงอยู่บ่อยครั้ง โดยองค์ประกอบในสังคมต้องการให้ผู้หญิงมีรูปร่างหน้าตาสวย ซึ่งขัดแย้งกับความเป็นจริงที่ผู้หญิงมีรูปร่างหน้าตาที่แตกต่างกันไปหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งคนในสังคมเกิดการเลือกที่จะตัดสินผู้หญิงจากมาตรฐานความสวย ซึ่งผู้หญิงสวยที่มีรูปร่างดูดี กับผู้หญิงที่ไม่สวย และยังมีรูปร่างอ้วนเตี้ย มีภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ส่งผลให้ผู้คนในสังคมเกิดการเลือกปฏิบัติทั้งทางคำพูดและการกระทำโดยที่ให้เกียรติผู้หญิงสวย และมองข้ามผู้หญิงไม่สวยให้เห็นอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการคบเพื่อนที่หน้าตา การเข้าร่วมทำกิจกรรม และการทำงานประกอบอาชีพ

ภาพยนตร์เรื่องสิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารักได้สื่อให้เห็นว่า ผู้หญิงมักจะถูกเลือกปฏิบัติโดยตัดสินจากรูปลักษณ์ภายนอก โดยแสดงผ่านบทสนทนาจากเพื่อน ๆ ของน้ำที่กำลังสมัครเข้าร่วมชมรมในโรงเรียน นิ่มได้พูดขึ้นมาว่า “กี่ปี ๆ นะครูอรเขาก็คัดแต่เด็กเก่ง ๆ สวย ๆ เข้าชมรมรำอ่ะ แล้วพอรำทีหนึ่งนะ คนก็แห่กันไปทั้งโรงเรียนเลยอ่ะ” กี้ก็ได้พูดอีกว่า “เออว่ะ ไม่เหมือนพวกเล่นละคร มีแต่หน้าตาเห่ย ๆ เล่นแสดงไปก็ไม่มีใครดู”



รูปที่ 6 น้ำกับเพื่อน ๆ ต่อแถวสมัครเข้าชมรมนาฏศิลป์
(ภาพยนตร์เรื่อง สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก : 2553 นาทีที่ 35.59- 36.13)

จากเรื่องสิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารักผู้สร้างต้องการสื่อให้เห็นว่า การจะสามารถเข้าร่วมชมรมนาฏศิลป์ได้ต้องเป็นคนที่มีรูปลักษณ์ภายนอกสวยตรงตามมาตรฐานความสวย ไม่ว่าจะเป็นการมีผิวพรรณที่ขาวผ่อง รูปร่าง

สูงโปร่ง หุ่นผอมเพรียวขาเรียว และมีใบหน้าสวยใส ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคนเข้าร่วมชมรม ผู้หญิงที่ไม่ได้สวยตามกรอบความคิดของคนในสังคม มักจะขาดโอกาสในการทำสิ่งต่าง ๆ อย่างการเข้าร่วมชมรมนาฏศิลป์ที่ปรากฏในเรื่อง นั่นทำให้กลุ่มเพื่อน ๆ ของน้ำ ไม่สามารถเข้าร่วมได้โดยการถูกตัดสินจากรูปลักษณ์ภายนอกของแต่ละคนที่มีรูปร่างอ้วนท้วมบ้าง ส่วนสูงเตี้ยบ้าง จมูกบานบ้าง อีกทั้งยังไม่ได้มีหน้าตาจิ้มลิ้มตามมาตรฐานความสวยของสังคม ทำให้ขาดโอกาสในการแสดงความสามารถ และคนในโรงเรียนต่างพากันไปนั่งการแสดงชมรมนาฏศิลป์มากกว่าชมรมละครเวที เนื่องจากตัดสินการเข้าชมจากหน้าตา ก่อนที่จะตัดสินใจจากความสนใจของตนเอง

ภาพยนตร์เรื่องตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ ผู้สร้างต้องการถ่ายทอดให้เห็นว่า ผู้หญิงที่ไม่สวยมักตกเป็นเหยื่อของกลุ่มคนในสังคมที่มักจะตัดสินผู้หญิงจากรูปลักษณ์ภายนอกมาก่อนเป็นอันดับแรก จากเหตุการณ์ในตลาดที่กลุ่มประสงค์เดินเก็บค่าเช่าแผงในตลาด เมื่อมาถึงร้านตุ๊กกี้กลุ่มประสงค์พูดเสียงดัง เอะอะโวยวายหน้าร้านของตุ๊กกี้ และยังได้กระชากเงินจากในมือตุ๊กกี้มา ซึ่งเงินที่ประสงค์เอามานั้นเกินจำนวนเงินค่าเช่าแผง ประสงค์ได้บอกว่า “กูขึ้นแล้ว” ตุ๊กกี้เลยถามไปว่า “คิดจะขึ้นก็ขึ้น คิดจะลงก็ลง หนูอยากถามว่ามันขึ้นตอนไหนอะ” และประสงค์ตอบไปว่า “มันก็ขึ้นตอนนี้ไง” พร้อมทำท่าทางยืนข่มให้ตนสูงกว่าตุ๊กกี้ แต่เมื่อตนไปเก็บค่าเช่าแผงอีกร้านหนึ่ง ซึ่งเป็นแม่ค้าขายน้ำหอมที่มีหน้าตาสวย กลุ่มประสงค์ทั้งใช้คำพูดที่ไพเราะ ไม่หยาบคายและการกระทำที่สุภาพต่างกับที่ทำกับตุ๊กกี้อย่างสิ้นเชิง



รูปที่ 7 กลุ่มประสงค์เลือกปฏิบัติระหว่างร้านตุ๊กกี้กับร้านแม่ค้าขายน้ำหอมให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจน
(ภาพยนตร์เรื่อง ตุ๊กกี้เจ้าหญิงขายกบ : 2553 นาทีที่ 06:06)

จากเหตุการณ์ข้างต้นผู้สร้างต้องการให้เห็นว่า รูปลักษณ์ภายนอกก็ยังมีผลต่อการใช้ชีวิตและกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความไม่เท่าเทียม การประกอบอาชีพต่าง ๆ รวมถึงอาชีพแม่ค้า ซึ่งผู้หญิงที่มีหน้าตาสวยตรงตามมาตรฐานของสังคมมักจะได้รับการปฏิบัติที่ดีจากเพศตรงข้ามเสมอ ไม่ว่าจะเป็นทั้งคำพูดและการกระทำที่ให้เกียรติ ต่างจากผู้หญิงที่ไม่สวยมักถูกละเลยหรืออาจได้รับการถูกปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม ทั้งคำพูดที่หยาบคาย น้ำเสียงที่ไม่นุ่มนวลและการกระทำที่ถูกปฏิบัติเหมือนกับเป็นผู้ชายด้วยกัน ทั้งที่แม่ค้าทั้งสองร้านเป็นผู้หญิงเหมือนกันก็ตาม

การที่ผู้หญิงถูกเลือกปฏิบัติได้ปรากฏในเรื่องปอบหน้าปลวกด้วยเช่นกัน โดยปรากฏให้เห็นผ่านตัวละครหญิงคือแหลมและตุ๊ยตุ่ย ที่ถูกปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียมในฉากที่ว่าแหลม ตุ๊ยตุ่ย และแบงค์ ทั้ง 3 คนกำลังจะกลับไปโรงงานด้วยรถกระบะด้วยกันแต่แบงค์ได้ให้แหลมซึ่งเป็นผู้หญิงสวยนั่งในรถ ส่วนตุ๊ยตุ่ยนั่งท้ายกระบะ

ในระหว่างเดินทางตุ๊ยตุ่ยรู้สึกน้อยใจ จึงโยนรองเท้าออกไปประชดชีวิตที่ไม่มีคู่ครองของตนเอง



รูปที่ 8 ตุ๊ยตุ่ยน้อยใจแบงค์
(ภาพยนตร์เรื่อง ปอบหน้าปลวก : 2557 นาทีที่ 1.20.35 - นาทีที่ 1.22.01)

จากเหตุการณ์ข้างต้นผู้สร้างต้องการสื่อให้เห็นว่า ผู้หญิงที่มีหน้าตาสวยตรงตามมาตรฐานของสังคมมักจะได้รับการปฏิบัติที่ดีจากเพศตรงข้ามเสมอ ต่างจากผู้หญิงที่หน้าตาไม่สวยมักจะถูกตีตัวออกห่างจากเพศตรงข้ามเพราะกลัวจะมีการเข้าใจผิดและได้รับการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม แม้จะเป็นผู้หญิงเหมือนกันก็ตาม

ผู้สร้างภาพยนตร์เรื่อง ปอบหน้าปลวก ต้องการสื่อให้เห็นมุมมองของผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาที่ไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยในสังคม ที่ได้รับการถูกเลือกปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมทั้งคำพูดและการกระทำจากเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน อีกทั้งยังขาดโอกาสในการทำสิ่งต่าง ๆ เพียงเพราะมีหน้าตาที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้คนในสังคม

ผลการวิเคราะห์มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในภาพยนตร์ไทย จากภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ สิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่ารัก ตุ๊กกี้ เจ้าหญิงขายกบ และปอบหน้าปลวก โดยวิเคราะห์มายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยที่ปรากฏในตัวละครผู้หญิง จาก 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ผู้หญิงกับรูปลักษณ์ภายนอก 2. ผู้หญิงกับการโดนดูถูกเหยียดหยามในความเป็นมนุษย์ และการลดทอนคุณค่าในตนเอง 3. ผู้หญิงกับการถูกเลือกปฏิบัติ พบว่าผู้สร้างต้องการสื่อให้เห็นมุมมองของผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความสวยของสังคม ซึ่งผู้หญิงเหล่านี้มัก โดนคนรอบข้างดูถูก และโดนตัดสินความสามารถจากรูปลักษณ์ภายนอก ทำให้ผู้หญิงเหล่านี้ขาดโอกาสในการทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การลดทอนคุณค่าตัวเองของผู้หญิง อีกทั้งยังได้รับการถูกเลือกปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมทั้งคำพูดและการกระทำจากเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน จึงเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ตรงตามมาตรฐานความสวยที่สังคมกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนสังคม ทั้งที่ความจริงแล้วมาตรฐานความสวยเป็นมายาคติที่ปรากฏในสังคม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษามายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยในสื่อภาพยนตร์ไทยพบว่า มีการกำหนดผู้หญิงสวยจากรูปลักษณ์ภายนอก ตัวละครผู้หญิงทุกคนจะต้องมีผิวที่ขาว ส่วนสูงที่ดูดี รูปร่างผอมเพรียว มีเส้นผมยาว เงาสลวย และมีใบหน้าที่สวยงาม ความสวยสามารถสร้างความมั่นใจ และสร้างจุดยืนให้ผู้หญิงในหลาย ๆ

ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของหน้าที่การงาน การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และแม้กระทั่งเรื่องของความรัก ซึ่งการที่ผู้หญิงพยายามเปลี่ยนแปลงตัวเองอยู่เสมอก็เพื่อต้องการที่จะถูกคนในสังคมให้การยอมรับ ผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความสวย มักจะโดนกล่าวหาว่า คนหน้าตาไม่ดีเป็นคนที่ไม่มีความสามารถ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าคนที่แตกต่างจากมาตรฐานความสวยในสังคมจะถูกตัดสิน และถูกมองว่าเป็นคนไม่มีความสามารถ อีกทั้งยังถูกนำไปเปรียบกับสัตว์ที่หน้าตาน่าเกลียด รวมไปถึงสิ่งที่น่ากลัวและไม่มีตัวตนอย่างผี ซึ่งการดูถูกนี้ นำไปสู่การด้อยค่าตัวเองผ่านตัวละครผู้หญิงที่มีรูปร่าง หน้าตารวมถึงความรู้ความสามารถที่ไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยของสังคม เมื่อผู้หญิงตกอยู่ในสภาวะการด้อยคุณค่าในตัวเองก็เป็นเรื่องยากที่จะเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเอง และเริ่มจมอยู่กับความรู้สึกไม่ดีต่อตนเอง การศึกษาในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นว่ามายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยยังคงวนเวียนอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้หญิงทุกคนในสังคมไทย ผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาที่ไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยในสังคม มักถูกเลือกปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมทั้งคำพูดและการกระทำ อีกทั้งยังขาดโอกาสในการทำสิ่งต่าง ๆ เพียงเพราะมีหน้าตาที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้คนในสังคม โดยตัดสินจากรูปลักษณ์ภายนอกตามมาตรฐานความสวยของคนในสังคมนั้น ผู้หญิงที่สวยมักได้รับการปฏิบัติที่ดีอยู่เสมอ แต่ผู้หญิงที่ไม่สวยตรงตามมาตรฐานความสวยกลับได้รับการถูกเลือกปฏิบัติจากเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน

ผู้หญิงที่ไม่สวยตามมาตรฐานความสวยจะถูกนำหน้าตาไปเปรียบเทียบกับสัตว์ สิ่งอัปมงคล หรือแม้กระทั่งผีที่เป็นสิ่งน่ากลัว เมื่อผู้หญิงถูกนำไปเทียบกับสิ่งต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้งก็ส่งผลให้เริ่มมีกระบวนการคิดที่จะด้อยคุณค่าในตัวเอง จึงพยายามปรับเปลี่ยนตัวเองให้ตรงตามมาตรฐานความสวยของสังคมไทย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนสังคม โดยสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็น beauty standards จนกลายเป็นมายาคติที่ครอบงำตัวละครผู้หญิงทั้ง 3 เรื่อง

การนำเสนอภาพของผู้หญิงข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สร้างภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง มักจะถ่ายทอดให้ออกมาดูตลกขบขัน คลายเครียด และสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้รับชม โดยจะเห็นได้ว่าตัวละครผู้หญิงจากทั้ง 3 เรื่อง ถูกนำเสนอให้เห็นว่าคนที่มีรูปลักษณ์ไม่ตรงกับมาตรฐานความสวยของสังคม ถูกนำมาเป็นตัวตลกในเรื่อง ซึ่งขัดแย้งกับ beauty standards ส่งผลให้ผู้ชมเชื่อตามจนรู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติ ซึ่งการสร้างภาพยนตร์ในรูปแบบนี้ เป็นการสร้างมายาคติอย่างเป็นธรรมชาติ จึงส่งผลให้มายาคติเรื่องความสวยมีอิทธิพลต่อผู้หญิงและความเชื่อของคนในสังคม

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาตัวละครผู้หญิงผ่านละคร ซีรีส์ หรือแม้แต่รายการโทรทัศน์อื่น ๆ ซึ่งอาจพบมายาคติเกี่ยวกับมาตรฐานความสวยที่ปรากฏให้เห็นหลากหลายมุมมองมากขึ้น

บรรณานุกรม

กมลทิพย์ จึงเลิศศิริ. (2558). *วาทกรรมความเป็นหญิงกับความงามในสังคมไทย.* (ศิลปนิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ

กฤษฎิ์ กอสุวรรณ. (2557). *การศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีรูปร่างหน้าตาที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีต่อเรื่องความวิตกกังวลต่อร่างกายและความงามของตนเอง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชริตา ปรมะธนวัฒน์. (2559). อิทธิพลสื่อกับค่านิยมสวยด้วยแพทย์: ความงามแบบธรรมชาติที่บิดเบือนความเป็นจริง. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, *2*(1), 153

ปิยะดนัย วิเคียน. (2560). *ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับของภาพยนตร์.* สืบค้น 17 มกราคม 2565, จาก https://krupiyadanai.wordpress.com.

พงศภัค ราชาภรณ์. (2561). *สัญญะในภาพยนตร์โฆษณาโฟมล้างหน้าแบรนด์การ์นิเย่.* การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัฐพงศ์ ภิญโญโสภณ. (ม.ป.ป.). *การสร้างมายาคติเรื่อง “การทำแท้ง” ผ่านละครชุด เรื่อง ฮอร์โมนวัยว้าวุ่น.* คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทวัส ทองเขียว. (2559). *มายาคติแห่งอำนาจในสังคมไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ

วิสาขา เทียมลม. (2561). *สวยสั่งได้: ผู้หญิงไทยกับศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี* (ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ

สหภาพ พ่อค้าทอง. (2563). “สื่อสร้างสวย” มายาคติจากการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, *6*(1), 15

อภิเชฐ กำภู ณ อยุธยา. (2560). *มายาคติในโฆษณาแบรนด์หรู* (ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ

อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล. (2549). วาทกรรม “ความสวย” และการต่อรองอัตลักษณ์วัฒนธรรมบริโภค. *วารสารสังคมศาสตร์*, (2), 134

Paepear. (ม.ป.ป.). *ว่ากันด้วยเรื่องของ Beauty Standard.* สืบค้น 17 มกราคม 2565, จาก https://www.afterklass.com/post/detail/.

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา

The format of the content presentation on the Youtube channel Thep Leela

มาริศา ปรีบุญ*[1] และอรทัย สุทธิ[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา จำนวน 50 คลิป ผลการศึกษาพบว่า มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเปิดเรื่อง การนำเสนอเนื้อเรื่อง และการปิดเรื่อง 1) ด้านการเปิดเรื่องพบ 3 ลักษณะเรียงลำดับจากมากไปน้อย อันดับที่ 1 พบการเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ การเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคนต้นเรื่อง และอับดับที่ 3 การเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบแบบคู่ตรงข้าม 2) ด้านการนำเสนอเนื้อเรื่องพบ 5 ลักษณะเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การบรรยายความรู้สึกพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือการบรรยายฉาก การบรรยายเหตุการณ์ การบรรยายบุคคล และพบน้อยที่สุดคือการบรรยายข้อเท็จจริง 3) ด้านการปิดเรื่องพบ 4 ลักษณะโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามและการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือการปิดเรื่องโดยการสรุปความ และพบน้อยที่สุดคือการปิดเรื่องให้ข้อคิด ตามลำดับ

คำสำคัญ: รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ช่องยูทูบ เทพลีลา

[1] นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2]อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

*Corresponding auther E-mail: 62010110110@msu.ac.th

Abstract

The objective of this article was to study the format of content presentation on YouTube Thep Leela channel of 50 video clips. presentation of the story and closing the story 1) The opening aspect found 3 characteristics in order from highest to lowest. followed by opening the story about providing information to the origin of the story and the third place opening the story by comparing opposite pairs 2) In terms of the presentation of the story, 5 characteristics were found in descending order as follows: Describing feelings found the largest number. followed by the narrative of the scene event description person narrative and the least frequent was the description of facts. 3) There were 4 types of closing aspects, in descending order, the closing by questioning and closing the story by expressing the highest number of comments. followed by closing the story by summarizing and the least common was to close the subject for comment, respectively.

Keywords: content presentation style YouTube channel Thep leela

บทนำ

“ยูทูบ” เว็บไซต์วิดีโอ แชร์ริง (Video Sharing) เป็นหนึ่งในโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยม และมีผู้ใช้งานจำนวนมากในประเทศไทย จากผลสำรวจของกูลเกิล ประเทศไทย และทีเอ็นเอส ระบุ ว่า 62% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตไทย ใช้เวลากว่าครึ่งหนึ่งในโลกออนไลน์กับยูทูบ คนไทยส่วนใหญ่ชอบดูยูทูบเพราะมีเนื้อหาที่หลากหลาย การนำเสนอที่น่าสนใจกว่าทีวี การค้นหาเนื้อหาที่ต้องการทำได้ง่ายและเลือกชมได้ในเวลาที่ต้องการ ซึ่งแตกต่างจากทีวีที่ต้องรอเวลาออกอากาศ และยูทูบยังเปิดให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถอัพโหลดคลิปวีดีโอสร้างช่องส่วนตัวเสมือนทีวีให้ผู้ติดตามสามารถรับชมได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในปัจจุบันเกิดผู้ผลิตคอนเทนต์หน้าใหม่บนยูทูบจำนวนมาก ซึ่งจะเรียกผู้ผลิตช่องรายการเหล่านี้ว่า ยูทูบเบอร์ (YouTuber) หมายถึง “คน” หรือกลุ่มคนที่มีความสนใจ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ ทำการผลิตคลิปวิดีโอในลักษณะของการบอกเล่าเรื่องราว อธิบายรายละเอียด หรือบอกเล่าประสบการณ์ ทำให้คนที่มีความชอบในแบบเดียวกันเกิดความสนใจและติดตามชม ยอดการรับชมของผู้ใช้ยูทูบ (viewer) คือสิ่งที่บ่งบอกถึงความนิยมในช่องรายการของยูทูบเบอร์ได้เป็นอย่างดี (ประณาลี เหมเวช, 2560 : 3)

การนำเสนอคอนเทนต์ต่าง ๆ ของยูทูบเบอร์มีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายในรูปแบบของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันมี คอนเทนต์ที่ผู้คนให้ความสนใจแตกต่างกันตามความชอบส่วนบุคคล เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สอนแต่งหน้า พูดให้กำลังใจ รีวิวภาพยนตร์ สอนถ่ายภาพและตกแต่ง สอนทำอาหาร เป็นต้น (เสกสรร เทิดสิริภัทร, 2560) การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เข้ามามีส่วนสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหา รวมถึงวิธีการสื่อสารของสื่อกับผู้ชมได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 : 471) เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าวส่งผลให้ผู้คนมีช่องทางการบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตรายการและสื่อสารมวลชนจึงแข่งขันกันพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารให้หลากหลายและมีการพัฒนาด้านการใช้ภาษาให้มีความโดดเด่นไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้นตามไปด้วยเพื่อช่วงชิงพื้นที่ทางการตลาด จากการบริโภคข่าวสารของผู้คนให้ได้มากขึ้น

ช่องยูทูบ เทพลีลา เป็นช่องที่ให้ความบันเทิงพร้อมสอดแทรกความรู้ทัศนคติต่าง ๆ ลงในคอนเทนต์ โดยมีภูศณัฏฐ์ การุณวงศ์วัฒน์ (เหว่ง) และ ภูถิรพัฒน์ อ่องศร (เต๊ิด) เป็นผู้ดำเนินรายการหลักของช่อง ปัจจุบันมีผู้ติดตามมากกว่า 1,010,000 คน ซึ่งเป็นช่องยูทูบของคนไทย และปัจจุบันมียอดการเข้าชมบนยูทูบสูงถึง 183,223,081 ครั้ง (ข้อมูลเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2565) ช่องยูทูบ เทพลีลา เข้าร่วมกับทางยูทูบครั้งแรกเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2559 โดยในช่วงแรกของการเริ่มต้นทำคลิปวิดีโอเผยแพร่ลงบนยูทูบจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของผู้ชายสองคนที่ร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเริ่มต้นของช่องยูทูบเทพลีลาเพื่อสร้างความบันเทิง และภายหลังได้มีการคิดคอนเทนต์ที่จริงจังสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการคิดที่หลายขั้นตอนขึ้น พร้อมสอดแทรกความรู้ลงไปในคอนเทนต์ด้วย และมีกระบวนการในการถ่ายทำคลิปวิดีโอมากขึ้นทั้งสมาชิกในการทำคอนเทนต์ โปรดักชั่น คลิปวิดีโอในช่องเทพลีลามีหลากหลายคอนเทนต์ให้เลือกสรรดูตามช่วงอายุวัย ไม่ว่าจะเป็นคอนเทนต์เกี่ยวกับเรื่องเพศ คอนเทนต์พรายกระซิบ ทดสอบความรู้ต่าง ๆ ลองทายคำศัพท์ เป็นต้น

ช่องยูทูบ เทพลีลา เป็นช่องยูทูบที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่โดดเด่น คลิปวิดีโอจะมีหลากหลายประเภทที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมความนิยม (Pop culture) ไว้อย่างลงตัว เพื่อมอบความบันเทิงและได้เปิดมุมมองการมองโลกพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลากลายเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมอยากติดตามคลิปวิดีโอที่มีความสร้างสรรค์และไร้พรมแดนทางด้านภาษาโดยผู้สร้างสรรค์คอนเทนต์มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการใช้ภาษาที่น่าสนใจดึงดูดผู้ชมและยังช่วยเป็นทางเลือกในการเลือกดูช่องยูทูบที่มีสาระพร้อมด้วยความบันเทิงอีกด้วย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. ขั้นตอนการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดหัวข้อในการศึกษา กำหนดข้อมูล และแนวทางในการศึกษา

2. ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากช่องยูทูบเทพลีลา โดยอากาศทาง Youtube channel เทพลีลา โดยเลือกจากคลิปวิดีโอที่มียอดผู้เข้าชมสูงที่สุดในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 จำนวน 50 คลิปวิดีโอ ซึ่งแต่ละตอนมีความยาวประมาณ 10-30 นาที

3. ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในคลิปวิดีโอช่องยูทูบ เทพลีลา จำนวน 50 คลิปวีดิโอ โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดของสุมาลี พลขุนทรัพย์ (2555) มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

3.2 แสดงรายละเอียดของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา ทั้งหมดพร้อมยกตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประกอบและอ้างอิงแหล่งที่มา

4. ขั้นตอนสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5. ขั้นตอนการนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของสุมาลี พลขุนทรัพย์ (2555) มาปรับใช้ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่ามีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การปิดเรื่อง 2. การนำเสนอเนื้อเรื่อง 3. การปิดเรื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.การเปิดเรื่อง

การเปิดเรื่องมีความสำคัญในการนำเข้าสู่เนื้อหาที่จะนำเสนอ เพื่อทำให้ผู้ชมทราบว่ามีเรื่องราวน่าติดตามอย่างไร มีประเด็นเกี่ยวกับอะไร การเปิดเรื่องในช่องยูทูบเทพลีลาแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถาม

การเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถาม เป็นการกล่าวนำเข้าสู่เนื้อหาโดยการตั้งคำถามให้ผู้ชมเร้าความสนใจให้มุ่งติดตามเนื้อหาค้นหาคำตอบจากเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความใคร่รู้ติดตามเนื้อหาต่อไป (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 24) จากการศึกษาการตั้งเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามพบจำนวน 32 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.77 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ทีมงาน : เดี๋ยววันนี้จะให้พี่เหว่งเนี่ย มาลองท่องแฟนชานท์กัน
เต๊ิด : ตื่นเต้นมาก
ทีมงาน : รู้จักแฟนชานท์ไหม ?
เหว่ง : แปลว่าไรนะลืม
ทีมงาน : พี่เหว่งทายไปแล้วไง
หมี : เป็นเวลาแบบเลาเหมือนศิลปินขึ้นสเตจอะไรอย่างนี้แล้วก็มันจะมีท่อนสำหรับแฟนชานท์เอาไว้ร้องใช่ไหม ?

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ท่องแฟนชานท์)

จากตัวอย่างการเปิดเรื่องข้างต้นมีการใช้คำว่า “รู้จักแฟนชานท์ไหม ?” และ “ใช่ไหม ?” ซึ่งเป็นคำที่ทีมงานได้มีการตั้งคำถามถึงสมาชิกเทพลีลาว่ารู้จักแฟนชานท์ไหม ซึ่งเป็นคำเฉพาะกลุ่มที่น่าสนใจเพื่อทดสอบว่ามีความรู้มากน้อยแค่ไหนเกี่ยวกับหัวข้อนั้น ๆ โดยทีมงานต้องการให้ผู้สนทนาตอบกลับมา

1.2 การเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่อง

การเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่อง เป็นการให้ข้อมูลของคนต้นเรื่องเพื่อทำให้ผู้ชมได้ทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของคนต้นเรื่องในตอนนั้น ๆ เช่น เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เพื่อเป็นการแนะนำให้ผู้ชมรู้จักกับคนต้นเรื่อง (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 30) จากการศึกษาการตั้งเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่องพบจำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.35 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เต๊ิด : สวัสดีครับและนี่คือรายการคำต้องห้าม EP.นี้นะครับ POP มั้ย มาร่วมแข่งกับเรานะครับและมีอีกคนนึง นะครับเป็นสมาชิกใหม่ของ POP มั้ย นะครับชื่อน้องเอ้ เขาเป็นสาวสวย เป็น Editor อยู่ในช่อง Let’s girl และเขามีความสามารถในการเต้นและร้องนะครับอะโชว์

เหว่ง : เพลงไหนที่มั่นใจเปร่งออกมาเธออยู่ POP มั้ยเธอต้องมีเสียงที่เป็นสวรรค์

(ช่องยูทูบเทพลีลา, คำต้องห้าม EP.3 เทพลีลา x POP มั้ย)

จากตัวอย่างการเปิดเรื่องข้างต้นผู้ดำเนินรายการหลักได้มีการบอกชื่อ เพศ ความสามารถพิเศษและตำแหน่งหน้าที่การงานในบริษัทให้กับผู้ชมได้ทราบถึงข้อมูลของคนต้นเรื่อง

1.3 การเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบคู่ตรงข้าม

การเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) หมายถึง การนำเข้าสู่เนื้อหาโดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้ผู้ชมเห็นถึงลักษณะมุมมองที่แตกต่าง หรือสิ่งที่ตรงกันข้ามกัน 2 สิ่งที่นำมากล่าวในเนื้อหา ซึ่งการเปิดเรื่องรูปแบบดังกล่าวมีการใช้ภาษาเพื่อแสดงการเปรียบเทียบ (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 32) จากการศึกษาการตั้งเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบคู่ตรงข้ามพบจำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.88 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เต๊ิด : สวัสดีครับท่านผู้ชมทุกท่านครับวันนี้นะครับถือว่าเป็นวันดีผมพาน้อง ๆ นะครับมีน้องโต้ จาก Pop มั้ยนะ ครับ ขนุนนะครับจาก Let’s girl นะครับและชีบิวจากทุกที่วันนี้นะครับผมจะพาน้อง ๆ ไปดูแลน้องชายน้องสาวหรือภาษาอังกฤษเรียกว่า brother and sister วันนี้เราจะเอา brother กับ sister ไปอัปเกรดแบบจัดเต็ม ให้แบบทรงคุณค่า คุณดูแล brother ของคุณบ้างรึเปล่า ?

(ช่องยูทูบเทพลีลา, พาน้องไปดูแลจุดซ่อนเร้นแบบจัดเต็ม!!)

จากตัวอย่างการเปิดเรื่องข้างต้นผู้ดำเนินรายการได้เปรียบเทียบให้เห็นถึงคู่ตรงข้ามก็คือน้องสาวและน้องชายซึ่งหมายถึงอวัยวะเพศหญิงและอวัยวะเพศชายนั่นเอง เป็นการเปิดเรื่องที่ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงคู่ตรงข้ามระหว่างสิ่ง 2 สิ่งเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบที่ชัดเจนจนนำไปสู่การนำเสนอเนื้อเรื่องต่อไป

2. การนำเสนอเนื้อเรื่อง

การนำเสนอเนื้อเรื่องที่ดีต้องมีรูปแบบที่น่าติดตามตั้งแต่เริ่มต้นจนจบเรื่อง ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ คือ การร้อยเรียงภาษา เพื่อใช้ในการบรรยายและการดำเนินเรื่องอย่างมีสัมพันธภาพ (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 33) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลาพบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา 5 ลักษณะดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การบรรยายฉาก

การบรรยายฉากเป็นการบรรยายภาพ สถานที่ เวลาและสภาพแวดล้อมที่ปรากฏในเหตุการณ์ให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 33) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลาพบการบรรยายฉากจำนวน 84 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.88 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เต๊ิด : เดี๋ยวไปเจอกันที่ Gentle Clinic ครับ สวัสดีครับคุณหมอเจษครับ ตอนนี้เราอยู่กันที่ Gentle Clinic นะครับคุณหมอเจษครับก่อนที่เราจะไปทำการตัด...

นัท : ขลิบดีกว่าเขาเรียกว่าขลิบ

เต๊ิด : ก่อนที่เราจะทำการขลิบผมก็อยากจะถามข้อมูลก่อนครับการขลิบคืออะไรครับคุณหมอครับ คุณหมอ การขลิบเนี่ยเป็นการผ่าตัดเอาหนังหุ้มปลายอวัยวะเพศส่วนปลายที่มันเป็นส่วนเกินออกไปครับ

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ขลิบครั้งแรก)

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ดำเนินรายการได้บรรยายถึงสถานที่ที่จะพาน้อง ๆ ในออฟฟิศไปขลิบ ทำให้ผู้ชมได้ทราบถึงฉากหรือสถานที่ของ Gentle Clinic สำหรับการขลิบเป็นการให้ข้อมูลสถานที่ให้กับผู้ชมอีกด้วย

2.2 การบรรยายบุคคล

การบรรยายบุคคลเป็นการบรรยายโดยลักษณะทั่ว ๆ ไปทางด้านกายภาพของบุคคล โดยชี้ให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพของบุคคลนั้น ๆ และยังสะท้อนถึงตัวตนของคน ๆ นั้น (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 31) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลาพบการบรรยายบุคคลจำนวน 73 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.01 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

พีช : ทำไมพี่ถึงชวนพีชมาวันนี้อยากรู้ทำไมถึงชวนมาออกยกกำลังทำไมถึงชวนมาเทพลีลา

เต๊ิด : <u>เพราะผมเห็นคุณเป็นแบบ YouTuber เบอร์ต้นแล้วก็ปลื้มคุณในฐานะแบบที่เป็นผู้หญิงสวยแล้วก็เก่งแล้ว ผมก็อยากมีคนเก่ง ๆ อยู่รอบตัว</u>

(ช่องยูทูบเทพลีลา, คำต้องห้าม EP.9 | เทพลีลา x @PEACHII)

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ดำเนินรายการได้บรรยายถึงแขกรับเชิญว่าเป็นคนที่มีความสามารถรอบด้าน เป็นผู้หญิงที่สวยและเก่ง ทำให้ผู้ชมทราบถึงลักษณะนิสัยความสามารถของแขกรับเชิญที่มาในตอน ๆ นั้น

2.3 การบรรยายความรู้สึก

การบรรยายความรู้สึกเป็นการบอกเล่าความรู้สึกนึกคิดไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกจากประสบการณ์ที่เคยผ่านมาหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 34) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการบรรยายความรู้สึกจำนวน 102 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.56 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เหว่ง : ถ้าเป็นวัยรุ่นแบบ..ตอนที่พี่เป็นวัยรุ่นพี่อาจจะเป็นติ่งก็ได้ดูอาการแล้วน่าจะไม่รอดน่าจะเสร็จ เสร็จ Blackpink เลย

เต๊ิด : <u>มี girl’s gen เจ๋งสุดละฮะและ</u>นั้นคือด้อมที่ผมจะไป จริง ๆ เป็นผู้ชายก็อยากจะไปอยู่ในด้อมผู้หญิง เหมือนกัน

หมี : <u>สนุก ชอบมาก ผมชอบมากจริง ๆ ชอบอะไรที่เป็นอย่างนี้มาก</u>

ทีมงาน : น่าจะชอบจริง เห็นอยากเต้นตลอด ใส่อารมณ์ตลอด

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ท่องแฟนซานท์)

จากตัวอย่างข้างต้นได้บรรยายถึงความรู้สึกที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีเป็นอย่างมาก โดยประโยคที่สื่อความหมายก็คือ “เจ๋ง” “สนุก ชอบมาก” ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความรู้สึกของผู้บรรยายไปด้วย

2.4 การบรรยายเหตุการณ์

การบรรยายเหตุการณ์ คือการเล่าเรื่องของแขกรับเชิญใช้การบรรยายเหตุการณ์ในการ นำเสนอเนื้อหาโดยถ่ายทอดเรื่องราวของแขกรับเชิญว่าทำอะไรและเหตุการณ์ดำเนินไปอย่างไร เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ เข้าใจในเรื่องนั้น ๆ อย่างละเอียด (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 35) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการบรรยายเหตุการณ์พบจำนวน 82 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.35 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เต๊ิด : เออ อกหักอยู่ แล้วก็มันก็เหล้ายาปลาปิ้งก็เอาหมดกินเหล้าทุกวัน ตอนนั้นวัยรุ่นนะก็เข้าผับเข้าบาร์ไปกับ เพื่อน เมาอะแล้วทุกครั้งที่ไปก็คือเละ เราก็ไป...ร้องไห้เวลาเราไปเราก็ไปผับคนไทยมันก็เปิดเพลงไทยเราก็กิน เหล้า ก็เปิดเพลงไทยแล้วคนมันก็มาคุยอะคนมันก็มาปลอบมาอะไร เราก็ร้องไห้คือเราเพี้ยนจัดเลยสิ่งที่เวลาพี่ทำ 2 อย่าง คือแบบเละ เจ้าชู้ด้วยนะมีใครแทรกซึมเข้ามากูจีบ ๆ หมด

ทีมงาน : จัดหมด

เต๊ิด : อย่าเรียกว่าจัดหมด เรียกว่าจีบหมด

(ช่องยูทูบเทพลีลา, อกหักครั้งที่เจ็บที่สุด)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการบรรยายถึงเหตุการณ์อกหักครั้งแรกของผู้เล่าประสบการณ์ว่าในวันนั้นเกิดอะไรขึ้น ซึ่งก็มีพฤติกรรมตอนวัยรุ่นที่หลังจากโดนบอกเลิกก็ทำตัวเละเทะเมากลับบ้านทุกวัน ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงเหตุการณ์ในวันนั้นวันที่อกหักครั้งที่เจ็บที่สุดของผู้บรรยาย

2.5 การบรรยายข้อเท็จจริง

การบรรยายข้อเท็จจริงเป็นการบรรยายที่มุ่งเสนอความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องมีหลักฐานแสดงหรือข้อมูลที่ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 38) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการบรรยายข้อเท็จจริงจำนวน 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.19 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เต๊ิด : มดลูกบีบตัวมันเกิดจากสารตัวนี้ครับที่เรียกว่า อ่านยากมากครับ ผมไม่แน่ใจเลยว่าจะออกเสียงถูกมั้ย สารเคมีในร่างกายที่เรียกว่า โปสตาแกลนดินส์ (Protaglandins) สารเคมีเนี่ยจะกระตุ้นกล้ามเนื้อในมดลูกให้ หดเกร็งเพื่อขับเอาประจำเดือนออกมาแล้วทำให้เกิดการ เกิดการปวด...ที่ท้องน้อยนะครับ ยิ่งสารเนี้ยหลั่ง ออกมาเยอะเท่าไหร่

เหว่ง : ยิ่งปวดเยอะ ?

เต๊ิด : ยิ่งปวดเยอะ!

เหว่ง : ถ้าคนที่ไม่ปวดเลย แปลว่าสารน้อย ?

เต๊ิด : ไม่รู้ครับ! อย่าถามครับเดี๋ยวยากเตรียมมาแค่นี้

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ผู้ชายลองปวดท้องเมนส์)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการบรรยายให้ข้อเท็จจริงถึงสารเคมีในร่างกายที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดการบีบรัดของมดลูกซึ่งสารเคมีในร่างกายที่เรียกว่า โปสตาแกลนดินส์ (Protaglandins) จะทำให้เกิดการปวดท้องประจำเดือน เป็นการนำเสนอเนื้อหาโดยบรรยายให้เห็นถึงข้อเท็จจริงที่ถูกต้องเกี่ยวกับการปวดท้องประจำเดือนของผู้หญิงว่ามีสาเหตุเกิดจากอะไร

3. การปิดเรื่อง

การปิดเรื่องเป็นการสรุปเนื้อหาสาระที่ได้นำเสนอมาตั้งแต่ต้นจนจบ การปิดเรื่องมีความสำคัญในการสร้างความประทับใจและการติดตามต่อไปตอนถัดไป (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 38) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการปิดเรื่องแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การปิดเรื่องโดยการตั้งคำถาม

การปิดเรื่องโดยการตั้งคำถาม เป็นรูปแบบการตั้งคำถามเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมได้ขบคิดถึงประเด็นสำคัญของเนื้อหาและเพื่อสร้างความสนใจในการติดตามเนื้อหาตอนต่อไปของช่องยูทูบ (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 39) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามจำนวน 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.31 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ทีมงาน : <u>แล้วพอจะเข้าใจศัพท์ที่เค้าใช้กันในทวิตเตอร์มากขึ้นบ้างมั้ย ?</u>
บอล : เอาจริง ๆ นะเดี๋ยวอีก 5 นาทีก็ลืมแล้ว มันเหมือนแบบว่าเราไม่ได้ใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในนั้นยิ่งคิดว่าถ้า เกิดคนไม่ได้เล่นก็อาจจะแบบไม่เก็ตฟีล
ทีมงาน : โปรโมทช่องด้วยการใช้ภาษาทวิตเตอร์ครับ อะ เริ่ม

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ทายคำศัพท์ทวิตเตอร์)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้คำว่า “พอจะเข้าใจศัพท์ที่เค้าใช้กันในทวิตเตอร์มากขึ้นบ้างมั้ย ?”เป็นการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามของทีมงานถึงความรู้สึกในการลองทายคำศัพท์ในทวิตเตอร์ว่ามีความเข้าใจมากน้อยแค่ไหนเป็นการทดสอบและเพื่อการนำไปใช้ได้จริงในทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นการทำให้ผู้ชมได้รู้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มใหม่ ๆ มากขึ้น

3.2 การปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็น

การปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็น เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ ผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ อาจจะเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวหรือแสดงความคิดเห็นที่มีต่อบุคคลอื่น (รัตนากร ชมาฤกษ์, 2562 : 40) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นจำนวน 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.31 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

<u>ขนุน : มันก็เป็นศัพท์ที่พลิกแพลงตีความหลายชั้นซับซ้อนหลายชั้นอยู่เหมือนกันกว่ามันจะออกมาเป็น..เขา เรียกว่าอะไรความหมายที่แท้จริงที่ผู้ชายเขาใช้พูดกันอะไรอย่างงี้ก็ถ้าผู้ชายพูดก็น่าจะรู้</u>
<u>ทอย : ก็ไม่น่าแปลก ถ้าเขาจะเอาไว้พูดในสิ่งที่ไม่อยากให้คนอื่นรู้อะก็เป็นสิ่งที่มันก็ไม่น่ารู้ถ้าสิ่งที่ให้คนอื่นอยากรู้ ไอ้เขาก็คงพูดภาษาปกติออกมาแล้วอะ</u>
เชน : ก็แปลกดีดีเนอะ ที่เขาต้องหาศัพท์อะไรมาเรียกแบบนี้เพราะอะไร เพราะกลัวแฟนจับได้เหรอ

(ช่องยูทูบเทพลีลา, ผู้หญิงทายศัพท์อาบ อบ นวด)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นถึงคำศัพท์ในวงการอบอบนวดว่าผู้หญิงมีความคิดเห็นอย่างไร แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกของผู้หญิงต่อคำศัพท์เฉพาะกลุ่มของผู้ชายและทำให้ผู้ชมได้รู้ถึงความหมายของคำศัพท์นั้น ๆ อีกด้วย

3.3 การปิดเรื่องให้ข้อคิด

การปิดเรื่องให้ข้อคิดเป็นรูปแบบการปิดเรื่องที่เป็นการสะท้อนให้เห็นข้อคิดตลอดจนแง่มุมดี ๆ ซึ่งนำแนวคิดหลักหรือใจความสำคัญของเรื่องราวที่ถ่ายทอดมานำเสนอต่อผู้ชม (ศศิธร พลอยสมบูรณ์, 2562 : 42) จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบการปิดเรื่องให้ข้อคิดจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.86 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

> คุณหมอ : ก็ในเรื่องของการตรวจ DNA จริง ๆ อยากให้ดูไว้เป็นเรื่องของเป็นไกด์นะครับเป็นไกด์ในการดูแลสุขภาพนะครับหรือว่าบางคนอยากจะดูใช้ในการเรียนนะครับหรือว่าใช้ในการปรับตนเองในการพัฒนาตนเองนะครับบางคนเขาก็จะมียีนในเรื่องของการจัดการความเครียดได้ไม่ดีเท่าไหร่ดังนั้นเรารู้ไว้เราก็จะได้มีแนวทางหรือบางคนอาจจะหาว่าในเรื่องแง่ของ DNA แล้วร่างกายเรามีอะไรส่งมาบ้างนะครับแล้วเราอาจจะตัดสินใจเป็นเส้นทางหรือว่าเป็นหนทางในการที่เราจะไปเรียนรู้เพิ่มเติมนะครับเป็น guideline ให้เรานะครับ
>
> (ช่องยูทูบเทพลีลา, ตามหาพรสวรรค์ผ่าน DNA)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการปิดเรื่องโดยการให้แง่มุมดี ๆ ซึ่งสามารถนำแนวคิดหลักของเรื่องราวที่เกี่ยวกับการตรวจ DNA มาใช้เป็นแนวทางหรือการตัดสินใจได้ในอนาคตได้ เพื่อทำให้ผู้ชมได้ตั้งคำถามขบคิดกับเส้นทางในอนาคตของตนเองมากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการใช้ภาษาในช่องยูทูบ เทพลีลา ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ เทพลีลา แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

การเปิดเรื่อง ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้รูปแบบการนำเสนอในช่องยูทูบ เทพลีลา 3 ลักษณะ โดยพบการเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือการเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคนต้นเรื่องและพบน้อยที่สุดคือการเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบแบบคู่ตรงข้าม

การนำเสนอเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้รูปแบบการนำเสนอในช่องยูทูบเทพลีลา 5 ลักษณะ พบการบรรยายความรู้สึกพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือการบรรยายฉาก การบรรยายเหตุการณ์ การบรรยายบุคคล และพบน้อยที่สุดคือการบรรยายข้อเท็จจริง

การปิดเรื่อง ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้รูปแบบการนำเสนอในช่องยูทูบเทพลีลา 4 ลักษณะ โดยพบการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามและการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นพบจำนวนมาก ที่สุด รองลงมาคือการปิดเรื่องโดยการสรุปความ และพบน้อยที่สุดคือการปิดเรื่องให้ข้อคิด

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลาพบการนำเสนอเนื้อหาทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเปิดเรื่อง การนำเสนอเนื้อหา และการปิดเรื่อง ด้านการเปิดเรื่องพบ 3 ลักษณะโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยอันดับที่ 1 พบการเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามจำนวนมากที่สุดเนื่องจากช่องยูทูบเทพลีลามักใช้คำถามเกริ่นนำเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมก่อนที่จะเข้าสู่การนำเสนอเนื้อหาต่อไป รองลงมาคือการเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคนต้นเรื่องเนื่องจากเป็นช่องยูทูบที่มีแขกรับเชิญมาร่วมรายการตลอดจึงเป็นการทำให้ผู้ชมได้รู้จักข้อมูลเบื้องต้นของแขกรับเชิญ และอับดับที่ 3 การเปิดเรื่องโดยการเปรียบเทียบแบบคู่ตรงข้ามช่องยูทูบเทพลีลามักนำเสนอเนื้อหาประเด็นเกี่ยวกับคู่ตรงข้ามไม่ว่าจะเป็นความคิดของผู้ชายและผู้หญิงทำให้เห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจนมากขึ้น ด้านการนำเสนอเนื้อเรื่องพบ 5 ลักษณะโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การบรรยายความรู้สึกพบจำนวนมากที่สุดเนื่องจากเป็นรายการที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดระหว่างกันได้อย่างเปิดเผยถึงประสบการณ์ของแขกรับเชิญและทีมงานเทพลีลา จึงทำให้พบกับหลากหลายความรู้สึกที่มีต่อเหตุการณ์นั้น ๆ รองลงมาคือการบรรยายฉาก การบรรยายเหตุการณ์ การบรรยายบุคคล และพบน้อยที่สุดคือการบรรยายข้อเท็จจริง ด้านการปิดเรื่องพบ 4 ลักษณะโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามและการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือการปิดเรื่องโดยการสรุปความ และพบน้อยที่สุดคือการปิดเรื่องให้ข้อคิด ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลามีเนื้อหาทั้งให้ความบันเทิงพร้อมสอดแทรกสาระความรู้ควบคู่กันไป กล่าวคือ มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจและการลองพาไปทำอะไรใหม่ ๆ ลักษณะการเปิดเรื่องที่มีความน่าสนใจทำให้ผู้ชมกดเข้าไปติดตามดูเรื่องราวในคลิปวีดิโอต่อ ๆ ไป ตลอดจนการปิดเรื่องที่มีการให้ข้อคิดการตั้งคำถามให้ผู้ชมได้ขบคิดในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ทำให้ช่องเทพลีลาเป็นช่องที่มีคุณภาพในเรื่องของการนำเสนอเนื้อหา การถ่ายทอดเรื่องเล่าประสบการณ์ การให้สาระความรู้เชิงสุขศึกษาที่มีประโยชน์ต่อผู้ชม การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลา พบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาทั้งหมด 3 ขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี พลขุนทรัพย์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องวัจนลีลาของ สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นคน ในส่วนของการเปิดเรื่องพบการเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามมากที่สุดโดยเป็นการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้ชมได้ทราบถึงข้อมูลที่จะนำไปสู่การนำเสนอเนื้อหาต่อไปและมีวิธีดำเนินรายการที่เป็นกันเองเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความสนิทสนมกันระหว่างผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ และเนื่องจากช่องยูทูบเทพลีลาเป็นช่องที่มีแขกรับเชิญมาร่วมสนุกในรายการตลอด การเปิดเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคนต้นเรื่องจึงได้รับการกล่าวถึงข้อมูลของแขกรับเชิญที่มาในตอนนั้น ๆ หรือเป็นการแนะนำสมาชิกในช่องยูทูบ

ผู้วิจัยยังพบการเปิดเรื่องที่นอกเหนือจากกรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์นั้นโดยพบการเปิดเรื่องโดยการเล่าเรื่องที่ผู้ดำเนินรายการและทีมงานเทพลีลามาเล่าถึงประสบการณ์ชีวิตหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นกับตัวเองทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามเรื่องราวในเนื้อหาต่อไป ทั้งการให้ความบันเทิงและสาระความรู้ในเนื้อหาทำให้ผู้ชมได้รับความรู้ใหม่ ๆ และการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นระหว่างกัน ในส่วนที่แตกต่างคือผลการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบเทพลีลาพบการบรรยายความรู้สึกมากที่สุด เนื่องจากเป็นรายการที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดระหว่างกันได้อย่างเปิดเผยถึงประสบการณ์ของแขกรับเชิญและทีมงานเทพลีลา จึงทำให้พบกับหลากหลายความรู้สึกที่มีต่อเหตุการณ์นั้น ๆ แตกต่างจากผลการวิจัยของสุมาลี พลขุนทรัพย์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องวัจนลีลาของ สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นคนที่พบการบรรยาย

ฉากมากที่สุด เนื่องจากเป็นรายการเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของแขกรับเชิญในรายการทำให้มีการบรรยายฉากเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพของเหตุการณ์นั้นชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งเน้นการบรรยายฉากหรือสถานที่โดยเป็นการให้รายละเอียดเพิ่มเติมที่สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและการใช้ภาษาจากช่องยูทูบอื่น ๆ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏในเนื้อหา

เอกสารอ้างอิง

ประณาลี เหมเวช. (2560). อิทธิพลของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจมีส่วนร่วมของผู้ใช้โซเชียลมีเดียยูทูบในช่องส่วนตัวของยูทูบเบอร์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัตนากร ชมาฤกษ์. (2564). รูปแบบการนำเสนอและการใชถ้อยคำในรายการเจ๊คิ้มกินรอบวง. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศศิธร พลอยสมบูรณ์. (2564). รูปแบบการนำเสนอรายการและการใช้ภาษาในรายการกินไปทั่ว (I Eat Around). สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุมาลี พลขุนทรัพย์. (2555). วัจนลีลาของสุทธิพงษ์ธรรมวุฒิในรายการคนค้นคน. วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอ้างอิงออนไลน์

เสกสรร เทิดสิริภัทร. (2560). *30 ไอเดียทำช่องยูทูบเพื่อหารายได้เสริม.* [ออนไลน์]. ได้จาก : https://www.facebook.com/sekyoutube/posts/461627937549130. [สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2565].

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบ: กรณีศึกษารอบโลก by กรุณา บัวคำศรี
The Types of Contents on YouTube Channel: A Case Study of Roblok by Karuna Buakamsri

อรัญ ภูสุดสูง*[1] และอรทัย สุทธิ[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ซึ่งเลือกศึกษาตอนที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุดทั้งหมด 60 ตอน (ข้อมูล ณ วันที่ 20 มกราคม 2565)

ผลการศึกษาพบว่าการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเปิดเรื่อง 2) การนำเสนอเนื้อเรื่องและ 3) การปิดเรื่อง 1) ด้านการเปิดเรื่องมี 8 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ การเปิดเรื่องให้เห็นความสำคัญของเรื่อง การเปิดเรื่องด้วยการบรรยาย การเปิดเรื่องด้วยฉาก การเปิดเรื่องด้วยเสียง การเปิดเรื่องด้วยโควทหรืออ้างคำพูด การเปิดเรื่องโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่อง การเปิดเรื่องโดยการดึงดูดใจด้วยความน่าฉงน 2) ด้านการนำเสนอเนื้อเรื่องพบ 5 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ การบรรยายเหตุการณ์ การบรรยายความรู้สึก การบรรยายข้อเท็จจริง การบรรยายฉาก การบรรยายบุคคล 3) ด้านการปิดเรื่องพบ 6 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ การปิดเรื่องโดยการสรุปความ การปิดเรื่องแบบหักมุม การปิดเรื่องโดยการตั้งคำถาม การปิดเรื่องด้วยการเปิดมุมมองใหม่ การปิดเรื่องด้วยด้านตรงกันข้าม การปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็น

คำสำคัญ: รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี

[1] นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
[2] อาจารย์ ดร. ประจำภาคสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
*Corresponding author E-mail: aranphu08@gmail.com

Abstract

This article aims to study the presentation style of content on YouTube channel Roblok by Karuna Buakamsri, which selected all 60 episodes with the highest number of views (data as of January 20, 2022)

Results of a study consist of 4 elements, 1) opening story 2) presentation of the story 3) closing the story. 1) There are 8 forms of opening of the story, in descending order as follows: Opening the story to show the importance of the story, Opening the story with narration, Opening the story with scenes, Opening the story with sound, Opening the story with a quote, Opening with information about the person who started the story, Opening the story by engaging with wonder 2) In terms of the story presentation, there were 5 forms, in descending order as follows: Narrative of event, Narrative of feelings, Narrative of facts, Narrative of scene, Narrative of person. 3) There were 6 types of closing the story, in descending order as follows: Closing the story by summarizing, Closing the story with a twist, Closing the story by asking, Closing the story with Open a new perspective, Closing the story with the opposite side, Closing the story by commenting

Keywords: Content presentation style, Roblok by Karuna Buakamsri

บทนำ

รายการสารคดีเชิงข่าวเป็นรายการที่ผู้ผลิตนำเสนอเกี่ยวกับเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อหาข้อเท็จจริง แล้วนำมาตีแผ่ให้สาธารณชนได้รับรู้ข้อมูลอย่างถูกต้องและกว้างขวางรวมไปถึงรูปแบบการนำเสนอต้องน่าสนใจและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้และเนื่องจากรายการสารคดีเชิงข่าวเป็นการแสวงหาข้อเท็จจริงทั้งด้านลึกและด้านกว้างจึงถือเป็นรายการที่แสดงถึงการทำหน้าที่บทบาทและอิทธิพลของสื่อมวลชนได้อย่างชัดเจนที่สุด (พรชนก พงษ์ใหญ่, 2556: 2)

ปัจจุบันการผลิตสารคดีเป็นที่นิยมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ ยูทูบ แอปพลิเคชันที่เข้าถึงง่ายที่สุดและได้รับความนิยมอย่างมาก ผลรายงานสถิติ Thailand Digital State 2021 จากแหล่งเว็บไซต์ We Are Social พบว่าคนไทยใช้สื่อออนไลน์เฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที ซึ่งสถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้ามากที่สุด 3 อันดับแรกคือกูเกิ้ล ยูทูบ และเฟซบุ๊ก (การตลาดวันละตอนรายงานสถิติ, 2563) โดยช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี คือช่องรายการสารคดีเชิงข่าวที่ได้รับความนิยมในประเภทสารคดีออนไลน์ กรุณา บัวคำศรี ให้สัมภาษณ์กับสำนักข่าว The Cloud ว่ารายการร้อยเรื่องรอบโลกเป็นผลผลิตของประสบการณ์และทักษะที่สั่งสมมาทั้งชีวิต ซึ่งช่องดังกล่าวมียอดผู้ติดตามประมาณ 436,000 ผู้ติดตาม และมีผู้เข้าชมเนื้อหาของช่องรวมทั้งหมดกว่า 47,000,000 ครั้ง รายการร้อยเรื่องรอบโลกเป็นรายการเดียวที่กรุณา บัวคำศรี ผลิตเพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิต การเมืองและวัฒนธรรมของผู้คนต่างดินแดน เวลาเพียง 2 ปี นับตั้งแต่การปล่อยคลิปตอนที่ 1 “โชลิตา” ชีวิตต้องสู้ของนักมวยปล้ำหญิง เผยแพร่เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563

รายการร้อยเรื่องรอบโลกผลิตจำนวนตอนมากถึง 146 ตอน อาทิ ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์ ตอนที่ 39 มียอดผู้เข้าชมสูงถึง 2,316,302 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 14 มกราคม 2565) และในตอนอื่น ๆ ที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยมา ซึ่งกรุณา บัวคำศรี ให้สัมภาษณ์กับสำนักข่าว The Cloud อีกว่า “สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำ

รายการรอบโลกที่มีข้อจำกัดขนาดนี้คือการใช้ทรัพยากรที่ต้องใช้อย่างคุ้มค่า มีจินตนาการในการต่อจิ๊กซอว์เชื่อมเรื่องราวให้ได้ว่าแก่นหัวใจของประเด็นที่อยากนำเสนอคืออะไร และที่สำคัญคือความสนุกในการบอกเล่าแต่ละประเด็นออกมาต้องแปลก ใหม่ เฉียบคมและผสมผสานไปกับความเป็นตัวเรา อย่างช่วงการเลือกตั้งของประเทศสหรัฐอเมริกา เราไม่รายงานการเลือกตั้งเฉย ๆ แต่เลือกที่จะบิดมุมมองเสนอเรื่องบทบาททางการเมืองของนักการเมืองหญิงในสหรัฐฯที่กำลังเบ่งบานที่สุดในประวัติศาสตร์แทน ซึ่งต้องอาศัยทักษะในการจับประเด็นเพื่อร้อยเรียงเป็นเนื้อเรื่อง” (The Cloud, 2563)

ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลแล้วพบว่าการศึกษาสารคดีเชิงข่าวเฉพาะรายการยังไม่พบมากนัก ผนวกกับช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรีเป็นช่องรายการสารคดีที่มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี เพื่อให้ทราบถึงวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาที่ทำให้ช่องยูทูบดังกล่าวเป็นที่กล่าวถึงและได้รับความนิยมจากผู้ชมจำนวนมาก

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มีขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสารคดีและสารคดีเชิงข่าว

2. ถอดเทปรายการจากช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี โดยคัดเลือกจากคลิปที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด ณ วันที่ 20 เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ทั้งหมดจำนวน 60 คลิป

3. ผู้ศึกษาได้นำกรอบแนวคิดของสุมาลี พลขุมทรัพย์ (2555) มาปรับใช้เพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี โดยเก็บผลการวิเคราะห์แบบเชิงปริมาณและคิดค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ

ผลการศึกษา

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การเปิดเรื่อง การนำเสนอเนื้อเรื่อง การปิดเรื่อง สรุปผลได้ดังนี้

1. การเปิดเรื่อง คือการนำเข้าสู่เนื้อหาที่จะนำเสนอเพื่อทำให้ผู้ชมทราบว่าเรื่องราวน่าติดตามอย่างไร มีประเด็นเกี่ยวกับอะไรหรือใครคือค้นต้นเรื่อง ซึ่งช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มีรูปแบบการเปิดเรื่อง 7 รูปแบบ โดยพบว่าการเปิดเรื่องให้เห็นความสำคัญของเรื่องพบมากที่สุดพบจำนวน 22 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองมาคือการเปิดเรื่องด้วยการบรรยาย พบจำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 26.67 การเปิดเรื่องด้วยฉากพบจำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.33 การเปิดเรื่องด้วยเสียงพบจำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 8.33 การเปิดเรื่องโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่อง การเปิดเรื่องด้วยโควทหรืออ้างคำพูดและการเปิดเรื่องโดยการดึงดูดใจด้วยความน่าฉงนซึ่งเป็นกลวิธีที่พบน้อยที่สุด พบจำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 5 มีรายละเอียดดังนี้

1.1 การเปิดเรื่องให้เห็นความสำคัญของเรื่อง คือการเปิดเรื่องด้วยการกล่าวถึงบุคคล เหตุการณ์ สถานที่สำคัญ เพื่อให้ผู้ชมสนใจที่จะดูเนื้อหาต่อ ดังตัวอย่าง

ในอินเดียเมื่อมีผู้ชายสักคนเสียชีวิต ภรรยาหม้ายของเขามีทางเลือกอยู่สามทาง ทางแรกคือกระโดดเข้ากองไฟไปพร้อม ๆ กับศพสามี ทางที่สองตกเป็นภรรยาของพี่ชายน้องชายสามีต่อ หากว่าครอบครัวสามียินยอม และสุดท้ายคือมีชีวิตอยู่โดยถูกกีดกันถูกตัดขาดและถูกรังเกียจจากครอบครัวและสังคม

(ตอนที่ 72 “เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า)

ตัวอย่างนี้รายการกล่าวถึงทางเลือกของผู้หญิงอินเดียหลังสามีเสียชีวิต หรือเรียกว่า “แม่หม้าย” จะถูกจำกัดความเป็นอยู่ด้วยขนบวิถีความเชื่อ ได้แก่ ทางแรกคือกระโดดเข้ากองไฟไปพร้อม ๆ กับศพสามี ทางที่สองตกเป็นภรรยาของพี่ชายน้องชายสามีต่อ และสุดท้ายคือถูกตัดขาดจากครอบครัวและสังคม การเปิดเรื่องด้วยเหตุการณ์สำคัญเช่นนี้ช่วยดึงดูดความสนใจผู้ชมเพื่อติดตามจนจบเรื่อง

1.2 การเปิดเรื่องด้วยการบรรยาย คือการเปิดเรื่องโดยการอธิบายข้อมูลข่าวสารอย่างละเอียดประกอบภาพและเสียง โดยอาจเป็นข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม หรือด้านอื่น ๆ ของสถานที่ ประเทศหรือกลุ่มชนเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาหลัก ดังตัวอย่าง

ประชากรเกือบ 8 ล้านคนในพื้นที่ 1,096 ตารางกิโลเมตร ทำให้ฮ่องกงเป็นหนึ่งในเมืองที่มีผู้คนอาศัยหนาแน่นที่สุดในโลก ด้วยอัตราเฉลี่ย 6,936 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร แม้ว่าฮ่องกงจะเคยมีระบบการเคหะที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียแต่บ้านในระบบดังกล่าวก็กลายเป็นสินค้าที่ได้รับการขายทอดตลาดไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งราคาพุ่งสูงลิบ อสังหาริมทรัพย์ในฮ่องกงเรียกได้ว่าราคาสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก

(ตอนที่ 39 ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์)

ตัวอย่างนี้รายการเปิดเรื่องด้วยการบรรยายข้อมูลสำมะโนประชากรของฮ่องกง และอัตราส่วนของจำนวนประชากรต่อพื้นที่ของฮ่องกงเพื่อเชื่อมโยงสู่เนื้อหา ทั้งนี้มีการอ้างอิงข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์สมาชิกองค์การนอกภาครัฐหรือเอ็นจีโอ (NGO) และชาวฮ่องกงเพื่อให้การบรรยายมีความน่าเชื่อถือ

1.3 การเปิดเรื่องด้วยฉาก คือการเปิดเรื่องด้วยการบรรยายรายละเอียดของเรื่องประกอบกับภาพและวิดีทัศน์ ทั้งรูปแบบลักษณะ เวลา กลิ่น รส มุ่งเน้นให้เกิดสุนทรียภาพ โดยการเปิดเรื่องลักษณะนี้มักจะใช้กับฉากสำคัญของเรื่องดังตัวอย่าง

กองขยะจำนวนไม่น้อยในฟิลิปปินส์ เวลา 03:00 น. บนภูเขาขยะข้าง ๆ ตลาดขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงมะนิลามีความเคลื่อนไหวเกิดขึ้น จุดมุ่งหมายของคนกลุ่มนี้คืออาหารขยะโดยเฉพาะกระดูกไก่

(ตอนที่ 58 “Pag pag” อาหาร (จาก) ขยะ)

ตัวอย่างนี้รายการเปิดเรื่องด้วยฉากการคัดไก่ในกองขยะ โดยใช้เวลาบรรยายฉากนี้มากที่สุดเพราะเป็นต้นทางสำคัญของเมนูอาหารยอดนิยมในสลัมประเทศฟิลิปปินส์ที่ชื่อว่า “Pag pag”

1.4 การเปิดเรื่องด้วยเสียง คือการใช้เสียงเป็นตัวนำเรื่อง ซึ่งไม่นับรวมเพลงโฆษณา (Jingle) ของรายการ ซึ่งเสียงดังกล่าวนั้นมาจากบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ที่รายการต้องการสื่ออารมณ์ แสดงเหตุการณ์ให้กับผู้ชม เช่น เสียงรถ เสียงเด็ก เสียงคนดังตัวอย่าง

เสียงดนตรีกระหึ่มอยู่ภายในอาคารขนาดใหญ่ แฟนเพลงชูแท่งไฟสีสดร่วมสนุกไปกับการแสดงของศิลปินบนเวที พระในชุดคลุมตัวนอกสีเหลืองลายธรรมจักรกำลังสวดมนต์

(ตอนที่ 47 พระญี่ปุ่นทำอะไรก็ได้!)

ตัวอย่างนี้รายการเปิดเรื่องโดยกล่าวถึงเสียงดนตรีเป็นสิ่งแรก มุ่งสื่อถึงการแสดงของพระผู้เผยแผ่ศาสนาพุทธด้วยวิธีร้องเพลง เล่นดนตรี หรืออื่น ๆ มากมายอย่างเสรีเพื่อปรับศาสนาเข้าหาคนรุ่นใหม่

1.5 การเปิดเรื่องด้วยโควทหรืออ้างคำพูด คือการอ้างคำพูดที่มาจากคนไทยทั้งคำเปรียบเปรย คำขวัญ คำคมหรือข้อมูลที่เคยมีคนกล่าวไว้ก่อนหน้าซึ่งอาจจริงหรือเท็จเพียงแค่โควทเหล่านั้นทำให้การเปิดเรื่องน่าสนใจและได้อรรถรส ดังตัวอย่าง

โลกร้อนไม่ใช่เรื่องลวงโลกอย่างที่ใครบางคนกล่าวอ้าง ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์สถิติและประสบการณ์จริงบอกเช่นนั้น การขาดความรู้ที่ถูกต้อง ความโลภของอุตสาหกรรมพลังงานผู้นำที่ขาดวิสัยทัศน์และความรับผิดชอบทำให้เกิดการใช้พลังงานจากฟอสซิลอย่างมหาศาลจนก่อมลพิษและภาวะเรือนกระจก

(ตอนที่ 133 ผู้ลี้ภัยจากสภาพอากาศ)

ตัวอย่างนี้ยกประเด็นเรื่อง “โลกร้อนคือเรื่องลวงโลก” ซึ่งเป็นคำแถลงของลอร์ด มังค์ตัน (Lord Monckton) ในที่ประชุม UN สหประชาชาติว่าด้วยเรื่องเรื่องสนธิสัญญาโลกร้อน (www.mgrnline.com) ซึ่งเขาได้อ้างถึงข้อมูลจากนักวิทยาศาสตร์หลายคนที่ให้ข้อสรุปว่า โลกไม่ได้กำลังแตกอย่างที่ลือกัน แต่เป็นเพียงข้ออ้างที่ทำให้คนกลัวแล้วก็ลงนามในสนธิสัญญาเท่านั้น

1.6 การเปิดเรื่องโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่อง คือการเปิดเรื่องโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับคนต้นเรื่องเพื่อทำให้ผู้ชมทราบถึงประวัติความเป็นมา ข้อมูลส่วนตัวของบุคคลที่จะมากล่าวถึงในตอนนั้น ๆ รวมไปถึงการทำให้สารคดีมีชีวิตและนำเสนอมุมมองของบุคคลโดยไม่ด่วนตัดสิน ดังตัวอย่าง

ซานดราสาวน้อยวัย 20 ต้น ๆ กำลังออกมาทำงานตามปกติ ที่ทำงานของเธอคือห้องสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ ด้านหลังและด้านข้างปิดทึบ ส่วนด้านหน้ามีกระจกใสบานกว้างให้คนข้างนอกมองเห็นได้ คนทั่วไปเรียกที่ทำงานของเธอว่าหน้าต่าง งานของเธอคือขายบริการทางเพศ

(ตอนที่ 46 ทัวร์ช่องถูกกฎหมายดัตช์)

ตัวอย่างนี้รายการเปิดเรื่องโดยการพูดถึง “ซานดรา” หญิงชาวดัตช์ บุคคลที่ทำงานขายบริการทางเพศในสถานประกอบการแห่งหนึ่งของประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยให้ซานดราเป็นมัคคุเทศก์เพื่อเดินเรื่องให้ผู้ชมเห็นมุมมองของอาชีพใหม่ที่ยังไม่ถูกยอมรับมากนัก

1.7 การเปิดเรื่องโดยการดึงดูดใจด้วยความน่าฉงน คือการเปิดเรื่องด้วยการนำเสนอมุมที่คนไม่รู้ คาดไม่ถึง หรือหักมุมเรื่องราวที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบันพบการใช้คำว่า “แต่ ท่ามกลาง” เพื่อเปิดเรื่องให้เห็นภาพของสองเหตุการณ์ที่มีความต่างกัน ดังตัวอย่าง

เป็นเวลา 1 ปีครึ่งแล้วที่โลกชอบช้ำจากโควิด-19 ผู้คนล้มตายตกงานยากจนแต่ท่ามกลางวิกฤตที่ใหญ่ที่สุดในรอบ 100 ปี มีประเทศหนึ่งไม่มีผู้ติดเชื้อเลยแม้แต่คนเดียว นั่นคือเกาหลีเหนือในช่วงที่ โควิดร่วมแพร่ระบาดในเมืองอู่ฮั่นของจีน

(ตอนที่ 99 เกาหลีเหนือไม่มีผู้ป่วยโควิด?)

ตัวอย่างนี้รายการเปิดเรื่องโดยกล่าวถึงภัยพิบัติของไวรัสโควิด-19 ที่ผู้คนติดกันทั่วโลก แต่ประเทศเกาหลีเหนือคือหนึ่งเดียวที่ยืนกรานว่าไม่มีผู้ติดเชื้อ เท่าที่รู้คือประเทศเกาหลีเหนือติดกับประเทศจีนซึ่งเป็นต้นทางของการแพร่ระบาด ความสงสัยจึงเกิดขึ้นได้ว่ารัฐบาลเกาหลีเหนือมีวิธีป้องกันเชื้อไวรัสโควิด-19อย่างไร

2. การนำเสนอเนื้อเรื่อง คือสิ่งสำคัญที่ทำให้รายการน่าติดตามโดยปัจจัยสำคัญคือการใช้ภาษาเพื่อบรรยาย ซึ่งร้อยละ 70 ของรายการใช้วิธีการบรรยายโดยนับทั้งการบรรยายในห้องอัดเสียงและการบรรยายสด ส่วนร้อยละ 30 คือการสัมภาษณ์คนในพื้นที่โดยมีการแปลภาษาแนบไว้ในคลิป ซึ่งการนำเสนอเนื้อเรื่องด้านการบรรยายพบ 5 รูปแบบ จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการนำเสนอเนื้อเรื่องที่พบมากที่สุดคือการบรรยายเหตุการณ์ พบจำนวน 235 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมาคือการบรรยายความรู้สึกพบจำนวน 153 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.21 การบรรยายข้อเท็จจริง พบจำนวน 126 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.94 การบรรยายฉาก พบจำนวน 77 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.18 และรูปแบบที่พบน้อยที่สุดคือการบรรยายบุคคล พบจำนวน 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.49 มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การนำเสนอเนื้อเรื่องโดยบรรยายเหตุการณ์ เป็นการเล่าเรื่องที่มีบุคคลอยู่ในเหตุการณ์ใดก็ตามโดยมีช่วงเวลาและสถานที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นเป็นส่วนประกอบในการบรรยายเหตุการณ์โดยอาจจะเลือกเหตุการณ์ที่มีความโดดเด่นและสำคัญมาบรรยาย ดังตัวอย่าง

กรุณา บัวคำศรี : “คือถ้าเกิดเราขับรถบนถนนในจาการ์ตาบางสายก็จะมีคนเร่ขายบุหรี่แบบนี้นะคะที่น่าสนใจคือเมื่อสักครู่ถามล่ามของเราก็คือว่า เขาจะแยกขายเป็นมวน ๆ ด้วย ซึ่งในเมืองไทยเนี่ย มีกฎหมายว่าห้ามทำเพราะว่าต้องการที่จะป้องกันไม่ให้เด็กซึ่งอาจมีเงินไม่พอซื้อทั้งซองคือซื้อแบบเป็นมวน แต่ที่นี่เนี่ยยังทำได้และถูกกฎหมายด้วยก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เด็กสามารถที่จะเข้าถึงและสูบบุหรี่ได้”

(ตอนที่ 98 ดิสนีย์แลนด์แห่งบุหรี่)

ตัวอย่างนี้บรรยายเหตุการณ์การจำหน่ายบุหรี่ในจาการ์ตาซึ่งกล่าวถึงวิธีการจำหน่ายในราคาที่ถูกเพราะแยกบุหรี่เป็นมวน ๆ ซึ่งทำให้เด็กมีกำลังเงินพอซื้อได้ ลักษณะการขายที่เป็นไปอย่างเสรีเช่นนี้คือเหตุการณ์สำคัญที่ทำให้ทราบได้ว่าทำไมประเทศอินโดนีเซียจึงพบเด็กสูบบุหรี่มากมาย

2.2 การนำเสนอเนื้อเรื่องโดยบรรยายความรู้สึก เป็นการบอกเล่าความรู้สึกนึกคิดของคนต้นเรื่องของรายการแต่ละตอนให้ผู้ชมได้รับรู้ และยังรวมถึงการบรรยายความรู้สึกของผู้ดำเนินรายการที่มีต่อคนต้นเรื่อง ดังตัวอย่าง

มุสตาฟา นักศึกษาชาวตุรกี : “เป็นความจริงที่ว่าโซเชียลถูกควบคุมโดยรัฐบาล ซึ่งวิธีนี้ทำให้ผู้คนกังวลและทำให้พวกเขาเกิดความสงสัย แต่วัยหนุ่มสาวอย่างผมพวกเราก็คอยสังเกตในเรื่องนี้ว่าพวกเรายังจะสามารถหาข้อมูลอย่างเสรีบนโลกโซเชียลได้ไหมการแสดงความคิดเห็นบนโลกโซเชียลจะเกิดปัญหาไหม”

(ตอนที่ 80 คนรุ่นใหม่ตุรกีแสวงหาชีวิตที่ดีกว่าในต่างแดน)

ตัวอย่างนี้ผู้บรรยายได้สัมภาษณ์ “มุสตาฟา” นักศึกษาชาวตุรกีท่านหนึ่ง ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงซึ่งหวั่นใจในขีดจำกัดการใช้งานสื่อสารสนเทศของตนเองที่มีรัฐบาลคอยควบคุม

2.3 การนำเสนอเนื้อเรื่องโดยบรรยายข้อเท็จจริง เป็นรูปแบบการบรรยายที่มุ่งแสดงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นหรือความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ซึ่งต้องมีหลักฐานเป็นองค์ประกอบสำคัญหลักฐานดังกล่าวอาจได้จากการพบเห็นค้นคว้าศึกษาหาข้อมูล หรือการบอกกล่าวของบุคคลต่าง ๆ ดังตัวอย่าง

ฮุ่ย เหริน ชาวสิงคโปร์ : “คือตัวงานก็เครียดอยู่แล้ว เพราะมีอะไรให้ต้องคิดตลอดเวลาแต่ก็จะมีเรื่องเล็กน้อยที่เพิ่มความเครียดมาเรื่อย ๆ เวลาทำงานในแต่ละวันก็ยาวนานแบบไม่จำเป็น”

ผู้สัมภาษณ์ : “กี่โมงถึงกี่โมงคะ”

ฮุ่ย เหริน ชาวสิงคโปร์ : “ก็เริ่มงานตอน 8:45 น หรือ 9:00 น แล้วก็ออกจากออฟฟิศ 1 ทุ่ม 2 ทุ่ม แต่ช่วงที่งานเยอะ ๆ ค่อยเครียดก็กลับ 3 ทุ่ม 4 ทุ่ม หรือเที่ยงคืนค่ะ”

(ตอนที่ 90 เครียดทั้งชาติ ถ้าเกิดเป็นคนสิงคโปร์)

ตัวอย่างนี้บรรยายข้อเท็จจริงจากคำให้สัมภาษณ์ของ “ฮุ่ย เหริน” สาวัยทำงานชาวสิงคโปร์ประกอบกับการสำรวจข้อมูลของ Cigna ซึ่งเป็นองค์กรให้บริการด้านประกันสุขภาพของโลก Cigna ทำให้เห็นข้อมูลเชิงสถิติ และรายละเอียดเรื่องความเครียดที่กำลังเป็นปัญหาของคนสิงคโปร์

2.4 การนำเสนอเนื้อเรื่องโดยบรรยายฉาก คือการบรรยายสถานที่ซึ่งมีความน่าสนใจ แปลกใหม่และมีความสำคัญกับเนื้อหา ส่วนใหญ่ได้จากการที่กรุณา บัวคำศรี และทีมงานลงพื้นที่เอง บางครั้งการบรรยายฉากจึงมีการใช้ภาษาแสดงความรู้สึกกับฉากที่พบเห็นด้วย ดังตัวอย่าง

ฟ้ากว้างไร้สิ่งบดบัง ท้องทุ่งสีเขียวกว้างใหญ่ชุ่มฉ่ำ ลมพัดเอื่อย เป็นภาพขัดแย้งกับกรงเล็ก ๆ ที่อับทึบในตัวอาคาร ไม่ต้องถามเลยว่าที่ไหนเหมาะจะเป็นที่อยู่อาศัยมากกว่ากัน

(ตอนที่ 39 ชีวิตรูหนูในเมืองศิวิไลซ์)

ตัวอย่างนี้บรรยายฉากของธรรมชาติเพื่อนำเสนอความเป็นอิสระจากบ้านกรงหรือบ้านโลงศพที่พักคับแคบของชาวฮ่องกงบางกลุ่ม การบรรยายฉากดังกล่าวนอกจากจะทำให้เห็นมุมเมืองที่แตกต่างกันแล้ว ยังช่วยกระตุ้นอารมณ์ให้ผู้ฟังคล้อยตามอีกด้วย

2.5 การนำเสนอเนื้อเรื่องโดยบรรยายบุคคล คือการนำเสนอลักษณะบุคคลของเรื่อง โดยแสดงให้เห็นลักษณะทางกายภาพของบุคคลว่าเป็นอย่างไรหรือควรเป็นอย่างไรให้สอดคล้องกับงาน อาชีพ สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตที่พวกเขาเผชิญอยู่ ดังตัวอย่าง

เสื้อเปิดไหล่สีขาวกับกางเกงขาสั้นมาก ถุงน่องและบูทสั้นสีดำ ผมยาวกลางหลัง เมคอัพจัดเต็ม เรียวขางาม ก้าวถี่ ๆ ไปยังรถยนต์ที่จอดอยู่ริมทาง ส่งสินค้าให้กับผู้ซื้อที่ลดกระจกรถลงรอรับเงินกล่าวคำขอบคุณพร้อมรอยยิ้ม รถค่อย ๆ เคลื่อนออกไป

(ตอนที่ 119 หญิงงามขายหมาก)

ตัวอย่างนี้บรรยายลักษณะเครื่องแบบการทำงานของ “ปิงหลางซีซือ” หรือคนขายหมากในประเทศไต้หวันและรูปแบบการทำงานที่ไล่เรียงอย่างเป็นขั้นตอนให้เห็นประเด็นสำคัญในบุคคลที่ทำอาชีพนี้

3. การปิดเรื่อง มีความสำคัญในการสร้างภาพจำ ความประทับใจ รวมถึงการให้ข้อคิดกับผู้ชมซึ่งเป็นแนวทางในการใช้ชีวิตร่วมกันของคนในสังคม รายการมีรูปแบบการปิดเรื่อง 6 รูปแบบ จากการศึกษาพบว่าการปิดเรื่องโดยการสรุปความพบมากที่สุดจำนวน 32 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือการปิดเรื่องแบบหักมุมและการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามพบจำนวน 11 เรื่องเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.33 การปิดเรื่องด้วยการเปิดมุมมองใหม่พบจำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 5 การปิดเรื่องด้วยด้านตรงกันข้ามจำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.33 และการปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็นพบน้อยที่สุดจำนวน 1 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 1.67 มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การปิดเรื่องโดยสรุปความ เป็นการรวบประเด็นสำคัญทั้งหมดของเรื่องเพื่อให้ผู้ชมทราบสารัตถะของเนื้อหาตามที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารซึ่งเป็นการปิดเรื่องที่มีความสำคัญกับการเปิดเรื่องมากที่สุด ดังตัวอย่าง

ที่ไต้หวันหมากเป็นพืชสำคัญจนได้ชื่อว่า ทองคำสีเขียว และวัฒนธรรมการกินหมากของพวกเขาก็พิเศษแตกต่างไม่เหมือนที่ไหนใด ๆ ในโลก หลังจากผ่านการรักษาหลายรูปแบบ และรอดชีวิตมาได้เพื่อตรวจเช็คและทำกายภาพบำบัดเพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายอย่างต่อเนื่อง การกินหมากทำให้ร่างกายกระปรี้กระเปร่า คนขายหมากก็ช่วยให้หัวใจกระชุ่มกระชวยแต่ถ้าผู้ป่วยคนอื่น ๆ และ ชิว เจิ้น หวงที่ตั้งอกตั้งใจกับการเดินบนลู่ ปั่นจักรยานออกกำลังกาย

(ตอนที่ 119 หญิงงามขายหมาก)

ตัวอย่างนี้รายการปิดเรื่องโดยกล่าวถึงว่า “ทำไมคนไต้หวันจึงชอบกินหมากและจุดจบของพวกเขาเป็นอย่างไร” การสรุปเช่นนี้มีความสัมพันธ์กับตอนเปิดเรื่อง จากตัวอย่างเปิดเรื่องด้วยวัฒนธรรมการกินหมากและผลเสียของการกินหมากซึ่งเชื่อมโยงกับตอนสุดท้ายนั่นคือจุดจบของนักกินหมากในโรงพยาบาล

3.2 การปิดเรื่องแบบหักมุม คือกลวิธีที่ทำให้เนื้อหาสนุกและผิดจากความคาดหมาย รายการเลือกใช้วิธีดังกล่าวเมื่อบุคคลต้นเรื่องหรือเนื้อหาหลักมีสาเหตุมาจากอารมณ์ความรู้สึกและความไม่เท่าเทียมของสังคม การหักมุมจึงเป็นกลวิธีที่เนื้อหาเอื้ออำนวยด้วยดังตัวอย่าง

นักสังคมวิทยาพบว่าจำนวนคนไร้บ้านแปรผันตามความเจริญของเมือง เมืองยิ่งเจริญมากยิ่งเป็นคนไร้บ้านมากจำนวนคนไร้บ้านที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้รัฐบาลอังกฤษเตรียมจัดสรรงบประมาณกว่าพันล้านปอนด์เพื่อแก้ไขปัญหา แต่ลำพังเพียงการสร้างที่พักอาศัยและแจกอาหารไม่อาจทำให้คนไร้บ้านหมดไปได้ เพราะตามข้างถนนและซอกตึกนั้นมีทั้งที่กลายเป็นคนไร้บ้านด้วยความจำใจและด้วยความตั้งใจ

(ตอนที่ 142 ผู้ดีข้างถนน)

ตัวอย่างนี้การหักมุมของเรื่องอยู่ที่การปูเรื่องให้เห็นว่าการเป็น “Rough sleeper” หรือคนนอนข้างถนนเกิดจากความจำใจเพราะไร้บ้าน ไร้งาน และไร้ที่พึ่งแต่ทว่ารัฐบาลอังกฤษมีสวัสดิการที่ดีพอสำหรับพวกเขา ความตั้งใจของการเป็น Rough sleeper ของพวกเขาส่วนหนึ่งจึงมาจากปัญหาส่วนตัวด้วย

3.3 การปิดเรื่องด้วยการตั้งคำถาม ส่วนใหญ่เป็นการตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นให้คิด ส่วนการตั้งคำถามเพื่อติดตามต่อนั้นพบเพียง 1 ตอนที่มีตอนที่ 2 โดยการตั้งคำถามมีจุดมุ่งหมายให้ผู้ชมไปพิจารณาต่อ ดังตัวอย่าง

หนึ่งในวิธีแก้คือการสร้างที่กั้นน้ำซึ่งเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งไม่ถูกจุดซ้ำยังสร้างปัญหาอื่นขึ้นมาอีก อีกวิธีคือการย้ายเมืองหนีน้ำซึ่งอาจจะเป็นการแก้ปัญหาที่ครอบคลุมกว่า เป้าหมายคือจังหวัดกาลิมันตันตะวันออกบนเกาะบอร์เนียวโดยแผนงานระบุว่า ทางการจะเริ่มสร้างเมืองใหม่ในปี 2021 เริ่มย้ายคนไปอยู่อาศัยในปี 2024 และที่สำคัญคือการย้ายเมืองขนาดใหญ่ระดับมหานครที่มีผู้คนอาศัยอยู่กว่า 10 ล้านคน ด้วยเงื่อนไขหลายอย่างนั้นจะสามารถทำได้ทันเวลาหรือไม่

(ตอนที่ 37 “จาการ์ตา” เมืองที่กำลังจมน้ำ)

ตัวอย่างนี้รายการได้ตั้งคำถามกระตุ้นให้ผู้ชมคิดตาม “ด้วยเงื่อนไขหลายอย่างนั้นสามารถทำได้ทันเวลาหรือไม่” ปัญหา ประชาชน ระยะเวลา หลายปัจจัยที่การตั้งเมืองหลวงแห่งใหม่ของอินโดนีเซียไม่ใช่เรื่องทันใจเพื่อให้ผู้ชมคิดและรอติดตามตอนต่อไป

3.4 การปิดเรื่องด้วยการเปิดมุมมองใหม่ คือการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการกระทำนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมเห็นแง่มุมอื่น ๆ นอกจากการสรุปความดังตัวอย่าง

ศรัทธานำมาซึ่งความหวัง ขณะเดียวกันศรัทธาที่มากไปก็ก่อปัญหาแต่ในฐานะมนุษย์ร่างกายที่แข็งแรงไม่เพียงพอขจัดโรคหากยังต้องพึ่งพาจิตใจอันแข็งแกร่งด้วยท่ามกลางการระบาดใหญ่ที่สุดในรอบร้อยปี โลกกำลังเรียนรู้และปรับตัว ไม่มีสูตรสำเร็จในการต่อสู้กับโควิด-19 วันนี้ทั้งศาสนาและวิทยาศาสตร์ต้องร่วมมือกันในการขจัดวิกฤต

(ตอนที่ 92 “ศรัทธา” ดาบสองคมในวิกฤตโรคระบาด)

ตัวอย่างนี้รายการปิดเรื่องโดยการกล่าวถึงข้อดีและข้อเสียของ “ศรัทธา” ซึ่งนำพามาให้ผู้ชมคิดตามได้ว่าแรงศรัทธาในศาสนาก็อาจช่วยให้ผู้คนมีจิตใจที่กล้าแกร่งไปพร้อมกับร่างกายที่แข็งแรงด้วยผลปฏิบัติงานทางวิทยาศาสตร์

3.5 การปิดเรื่องด้วยด้านตรงกันข้าม คือการสะท้อนสังคมที่อยู่ตรงข้ามกันเพื่อให้ผู้ชมตระหนักถึงปัญหาและเห็นแนวทางในการแก้ปัญหาดังตัวอย่าง

ภาพที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศมาลีและมาดากัสการ์ ภาวะโลกร้อนส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกมากน้อยต่างกันไป ภาพเช่นนี้อาจไม่พบในประเทศมั่งคั่งและผู้คนร่ำรวยที่มีหนทางป้องกันและเอาตัวรอดได้มากกว่า แต่นั่นเป็นแค่การประวิงเวลา หากว่ายังเพิ่งเคยเจอสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภาวะแห้งแล้งรุนแรงน้ำท่วมซ้ำซากจะทำให้ปัญหาการขาดแคลนอาหารคืบคลานไปทุกส่วนของโลกเมื่อถึงจุดหนึ่งภาวะโลกร้อนจะทำลายทุกอย่างและทุกคน

(ตอนที่ 132 อดตายเพราะโลกร้อน)

ตัวอย่างนี้รายการปิดเรื่องโดยยกเหตุการณ์ของสองเมืองที่ต่างกันระหว่างประเทศมาลีและประเทศมาดากัสการ์ที่กำลังลำบากจากภัยโลกร้อน ขณะเดียวกันรายการก็นำเสนอกลุ่มประเทศที่มีชีวิตแบบขั้วตรงข้ามที่ยังสุขสบายด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3.6 การปิดเรื่องโดยการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่ได้จากการสัมภาษณ์ของผู้ที่ประสบปัญหาโดยตรง ซึ่งผู้บรรยายจะสรุปเนื้อหาหรือปัญหา ก่อนที่จะปิดท้ายด้วยความคิดเห็นของผู้คนบางกลุ่มเพื่อแสดงทัศนะและสะท้อนสังคมนั้น ๆ โดยส่วนใหญ่คือผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ดังตัวอย่าง

เรกา พามานิก หญิงหม้ายชาวอินเดีย : “ฉันขอให้พระเจ้ามารับฉันไป ฉันไม่อยากอยู่แบบนี้แล้ว”

มุกติ ราย หญิงหม้ายชาวบังกลาเทศ : “ฉันขอพรให้พระเจ้าเอาฉันไปที ชีวิตนี้ฉันพอแล้ว”

(ตอนที่ 72 “เมืองแม่หม้าย” ที่พำนักสุดท้ายของหญิงไร้ค่า)

ตัวอย่างนี้ผู้บรรยายได้กล่าวสรุปเนื้อหาก่อนปิดท้ายรายการด้วยการสัมภาษณ์เหล่าหญิงหม้ายได้แก่ เรกา พามานิก และมุกติ ราย ถึงหนทางชีวิตของเธอที่อยากเลือกในอนาคต ซึ่งเธอให้ความคิดเห็นตรงกันว่าการจากโลกไปอยู่กับพระเจ้าคือการดับทุกข์ของชีวิตที่เร็วที่สุด

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ผู้ศึกษาแบ่งประเด็นศึกษาออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การเปิดเรื่อง การนำเสนอเนื้อเรื่อง และการปิดเรื่อง สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

การเปิดเรื่องมีความสำคัญในการนำเรื่องเข้าสู่เนื้อหาที่ต้องการจะเสนอ เพื่อทำให้ผู้ชมทราบว่าเรื่องราวน่าติดตามอย่างไร มีประเด็นใดบ้างที่น่าสนใจ คนต้นเรื่องเป็นใครและมีภูมิหลังอย่างไร รายการร้อยเรื่องรอบโลกมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา 7 รูปแบบ ซึ่งรูปแบบการเปิดเรื่องที่พบมากที่สุด ได้แก่ การเปิดเรื่องให้เห็นความสำคัญของเรื่องเพื่อกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมและช่วยชี้ประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดความอยากรู้ของผู้ชมในเนื้อเรื่อง สอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยของศิริลักษณ์ ศรีกล่ำ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ภาษาในงานเขียนสารคดีอัตชีวประวัติเรื่อง “เกิดวังปารุสก์”พระนิพนธ์ในพระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าจุลจักรพงษ์ เริ่มด้วยการเล่าเท้าความการอธิบายการเล่าความเป็นมาของเหตุการณ์ การบอกเจตนาของผู้แต่ง และการเล่าข่าวหรือเหตุการณ์ การแสดงทัศนะ การเล่าการเดินทาง การแสดงความรู้สึก แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี พลขุมทรัพย์ (2555) ที่ศึกษา “วัจนลีลาของ สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นคน” ซึ่งพบการเปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามมากที่สุด เนื่องจากรายการคนค้นคนเป็นรายการประเภทสารคดีอัตชีวประวัติ โดยดำเนินรายการด้วยการบรรยายเพื่อดึงดูดผู้ชม การตั้งถามจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ชมอยากติดต่อว่าชีวิตของบุคคลคนนั้นมีความเป็นมาอย่างไร ส่วนสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่พบการเปิดเรื่องให้เห็นความสำคัญของเรื่องมากที่สุด เนื่องจากช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรีเป็นช่องรายการสารคดีเชิงข่าวและมีความยาวของคลิปขนาดสั้น การเปิดเรื่องด้วยประเด็นสำคัญจึงทำให้เนื้อหามีความกระชับ รัดกุม รวมไปถึงประเด็นที่นำเสนอมุ่งเน้นไปที่เหตุการณ์โดยตรงประกอบการบรรยายภาพและการสัมภาษณ์บุคคล และการเปิดเรื่องในช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี

การนำเสนอเนื้อเรื่อง คือองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ชมจะตัดสินว่าช่องยูทูบน่าติดตามต่อหรือไม่ ด้วยกระบวนการนำเสนอสารคดีผ่านแอปพลิเคชันยูทูบที่มีการแข่งขันด้วยยอดวิว การนำเสนอเนื้อเรื่องในรายการร้อยเรื่องรอบโลกจึงมีความหลากหลายโดยรูปแบบการนำเสนอเนื้อเรื่องที่พบมากที่สุดคือการบรรยายเหตุการณ์ เพราะการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นคลิปเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง อาทิ สงคราม ผลการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่การบรรยายเหตุการณ์ช่วยให้เนื้อหามีความชัดเจนและเพิ่มสุนทรียภาพในการชมคลิปมากขึ้น แตกต่างกับงานวิจัยของของสุมาลี พลขุมทรัพย์ (2555) ที่ศึกษา “วัจนลีลาของ สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นคน” ที่พบการบรรยายฉากมากที่สุด เนื่องจากเนื้อหาของรายการเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคน การอธิบายให้เห็นความละเอียดและการเคลื่อนไหวให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับเนื้อเรื่องจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรีที่นำเสนอภาพของวิถีชีวิต บุคคล เหตุการณ์ต่าง ๆ ทั่วโลกแต่ด้วยระยะเวลาอันสั้นและเนื้อหาที่กว้าง ลึก ทำให้การบรรยายเหตุการณ์เป็นวิธีที่ช่วยกระชับเวลาและทำให้ผู้ชมเข้าใจรายละเอียดมากที่สุด

การปิดเรื่องเป็นการสรุปเนื้อหาสาระที่ได้นำเสนอตั้งแต่ต้นจนจบ การปิดเรื่องที่ทำให้ผู้คนจดจำได้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับรายการออนไลน์เพื่อให้ผู้ชมติดตามต่อ ช่องยูทูบรอบโลก by กรุณา บัวคำศรีมีวิธีการการปิดเรื่อง 6 วิธี ซึ่งพบการปิดเรื่องโดยการสรุปความมากที่สุด เพราะเนื้อหาของรายการมีความซับซ้อนและเจาะลึกในแต่ละประเด็นการสรุปความในตอนท้ายเป็นการเน้นย้ำสาระสำคัญให้กับผู้ชม แตกต่างกับงานวิจัยของสุมาลี พลขุมทรัพย์ (2555) ที่ศึกษา “วัจนลีลาของ สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นคน” ที่พบการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามมากที่สุด เนื่องจากรายการมุ่งเน้นให้เห็นความขัดแย้งของมนุษย์กับสังคมเป็นส่วนใหญ่ จึงมีการปิดเรื่องโดยการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้ชมขบคิด แต่สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษารายการร้อยเรื่องรอบโลก

ที่มุ่งเน้นให้เห็นความหลากหลายของคน สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งการสรุปความในตอนท้ายคือสิ่งที่ทำให้ประเด็นที่แยกย่อยออกมาระหว่างการดำเนินรายการได้รับการย่อส่วนสาระสำคัญให้ผู้ชมเข้าใจว่าตอนดังกล่าวต้องการสื่ออะไรเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการสารคดีเชิงข่าวจากช่องยูทูบอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

พรชนก พงษ์ใหญ่. (2556). กระบวนการผลิตรายการสารคดีเชิงข่าว ศึกษาเฉพาะกรณีรายการเหยื่อ. สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต กลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริลักษณ์ ศรีกล่ำ. (2554). การวิเคราะห์ภาษาในงานเขียนสารคดีอัตชีวประวัติเรื่อง “เกิดวังปารุสก์” พระนิพนธ์ในพระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าจุลจักรพงษ์. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุมาลี พลขุมทรัพย์. (2555). วัจนลีลาของสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ในรายการคนค้นตน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เอกสารอ้างอิงออนไลน์

การตลาดวันละตอนรายงานสถิติ. (2563). Thailand Digital Stat 2021. [ออนไลน์]. ได้จาก: https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital- stat-2021-we-are-social/[สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2565].

The Cloud. (2563). ประวัติกรุณา บัวคำศรี. [ออนไลน์]. ได้จาก: https://readthecloud.co/karuna-buakamsri/ [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2565].

วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า”

ศุภณัฐ สลักคำ[1] เสาวลักษณ์ อิสโร[2] และอารียา จันหุณี[3]
และสุรพงษ์ ยิ้มละมัย[4]

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” โดยใช้แนวคิด ภาพแทนมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ตัวละคร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวละคร คือ คัดเลือกเฉพาะตัวละครเอกที่แสดงให้เห็นถึงมิตรภาพจากตัวละครหลักในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” เพื่อให้เห็นลักษณะและการแสดงออกของตัวละครได้เด่นชัดยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยนำเสนอภาพแทนตัวละครเอกที่แสดงให้เห็นถึงมิตรภาพจากตัวละครหลักในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ในหลายรูปแบบ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพแทนของตัวละครเอกที่เป็นภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ 1)ภาพแทนความทรงจำที่แสนหวาน เป็นภาพแทนที่สื่อผ่านตัวละครเอกกับบุคคลต่าง ๆ ภายในเรื่อง ที่สื่อให้เห็นถึงความทรงจำทั้งดี และไม่ดีปะปนกัน 2) ภาพแทนของความหวัง ความผูกพัน เป็นความสัมพันธ์ของตัวละครต่าง ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ 3) การเดินทางการตัดสินใจ และการจากลา เป็นภาวะการตัดสินใจของตัวละครเอกว่าท้ายที่สุดแล้วจะเลือกตัดสินใจอย่างไร

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” แสดงให้เห็นถึงภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอก ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งภาพแทนดังกล่าวที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์ อาจหยิบยกหรือสร้างมาจากเหตุการณ์หรือความเป็นจริงในสังคมเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงมิตรภาพในมุมมองต่าง ๆ ผ่านตัวละครเอก ที่ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์นั้น ๆ

คำสำคัญ: มิตรภาพ, ภาพแทน, ภาพยนตร์

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

*Corresponding Author E-mail: supanat.sa@outlook.com

Abstract

This Research is qualitative research to study friendship representation of the protagonist from “Where we belong” by using the concept of representation to study and analyze players. Researchers used criterions to choose players. A protagonist who was chosen from the film “Where we belong” was the representation of friendship to obvious manners and characters clearly. There are many types of friendship representation research results from the film “Where we belong”

Research found that, there are 3 types of a friendship representation protagonist in the film “Where we belong” 1) Sweet memory representation 2) Hope and relationship 3) Journey, deciding and Leave taking

Consequently, Research of a protagonist friendship representation in the film “Where we belong” show variety protagonist friendship representation that had been presented by the film. It might be created from social situations. Audients can see the perspective of friendship though a protagonist and understand each relationship

Keywords: Friendship, Representation, The film

บทนำ

มนุษย์ทุกคนเป็นสัตว์สังคม ไม่สามารถอาศัยอยู่ตามลำพังได้ ย่อมมีสังคม ครอบครัว เพื่อนฝูง และสิ่งเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของ “มิตรภาพ” ในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ ชัยยา ทองอาบ (2553 อ้างถึงใน พระครูปลัดสัมพิพัฒนธรรมาจารย์ 2561 , น. 2) ได้มีการกล่าวถึงมนุษย์เอาไว้ว่า “มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มีการอยู่ร่วมกันและดำเนินชีวิตร่วมกัน

วัยว้าวุ่น หรือวัยรุ่น เป็นวัยที่กำลังเติบโต เป็นวัยที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่ และที่สำคัญยังถือเป็นอนาคตของชาติในวันข้างหน้า ว้าวุ่นหรือวัยรุ่น ในช่วงวัยนี้จะเป็นช่วงของการเรียนรู้ การอยากรู้ อยากลองตามเพื่อนหรือติดเพื่อน เป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ ดังที่ พูลศักดิ์ อุดมโภชน์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2557, น.380) ได้กล่าวเอาไว้ว่า วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่มีความสำคัญ และเป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงจากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ วัยรุ่นมีความจำเป็นในการปรับตัวหลายด้าน ไม่ว่าเป็นทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม

วัยรุ่น เป็นช่วงวัยที่กำลังเรียนรู้ และเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนเป็นความหวังของสังคม ซึ่งวัยรุ่นในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ก็อยู่ในช่วงของมัธยมที่มีความใฝ่ฝันอยากมีชีวิตที่ดี มีความคิดเป็นของตนเอง ไม่ชอบการบังคับ ติดเพื่อน มีการออกไปเที่ยวสังสรรค์เหมือนวัยรุ่นทั่วไปที่อยากมีชีวิตเป็นของตนเอง ยิ่งในโลกปัจจุบัน เป็นยุคของกระแสโลกาภิวัฒน์ เด็กในช่วงนี้มีการพัฒนาและเรียนรู้จนเท่าทันเทคโนโลยี ทำให้ง่ายต่อการใช้ชีวิตและนำไปพัฒนาสังคม ประเทศชาติได้ ดังที่ วราลี ตั้งวินิต (2560, น.100)

กล่าวเอาไว้ว่า วัยรุ่นถือว่าเป็นอนาคตของชาติ เพราะจะเติบโตนำพาประเทศชาติให้พัฒนาสืบไป แต่ในโลกปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างเต็มที่ในทุก ๆ ด้านทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจนยากที่จะต้านทาน หรือห้ามวัยรุ่น ไม่ให้หลงตามกระแสของยุคโลกาภิวัฒน์ที่มีทั้งผลดีและผลเสีย

มิตรภาพในที่นี้ อาจมีหลายความหมาย มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นมิตรภาพในประเทศ มิตรภาพในสังคม มิตรภาพในครอบครัว มิตรภาพในเพื่อนฝูง หรือมิตรภาพของความรัก ไม่ว่าจะเป็นมิตรภาพในรูปแบบใด หากขึ้นต้นหรือลงท้ายด้วยคำว่ามิตรภาพ ล้วนแต่ทำให้มีความสุข มีความทรงจำที่ดีเสมอ ดังที่ ศรีเรือน แก้วกังวาน (2545 , น. 233-238, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ โดดหนู และธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน, 2558, น. 151) ได้มีการกล่าวถึงมิตรภาพไว้ว่า “การมีมิตรภาพที่ดีเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ซึ่งการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นก็จะทำให้บุคคลมีสุขภาพจิตที่ดี”

การศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่ามีความจำเป็นอย่างมาก ในสังคมปัจจุบันให้ความสำคัญกับการศึกษา ยิ่งการศึกษาสูงมากเท่าไหร่ หน้าที่การงาน คุณภาพชีวิต และฐานะทางการเงินจะสูงมากเท่านั้น เมื่อการศึกษาดี สังคม และประเทศชาติจะเจริญรุ่งเรืองตามไปด้วย มนุษย์จึงมีการศึกษาหาความรู้กันอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย ดังที่ จริยาภรณ์ โตเผือก (2562 ,น. 57) กล่าวไว้ว่า การศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพของมนุษย์ด้านต่าง ๆ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นรากฐานและเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีการแข่งขันกันสูง การศึกษาเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์และยังเป็นตัวชี้วัดระดับความสามารถของมนุษย์ มนุษย์จึงมีความจำเป็นในการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา

การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนา เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม การเข้าสังคมจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก อาจเรียกได้ว่า เราเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และ สังคมก็เป็นส่วนหนึ่งของเรา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์เราทุกคน จะมีส่วนเกี่ยวพันธ์กันไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ดังที่ Goodenow (2536 อ้างถึงใน วิลาวัณย์ สายสุวรรณ,พัชรินทร์ นินทจันทร์,โสภิณ แสงอ่อน,นันทิยา เอกอธิคมกิจ ,2563 , น. 68) กล่าวไว้ว่า “ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคมนั้น เกิดจากการที่บุคคลมีความรู้สึกได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากสังคม สิ่งแวดล้อมของตน โดยเฉพาะในช่วงวัยรุ่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน และโรงเรียนถือเป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ที่วัยรุ่นพยายามสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นเจ้าของ

การใช้ภาพแทนเพื่อสื่อความหมายของผู้ที่ต้องการจะสื่อ โดยไม่สามารถพูด อธิบาย ออกมาตรง ๆ ได้ จึงได้มีการสร้างภาพแทนสิ่งนั้นหรือชุดความคิดนั้น ๆ ขึ้นมา ดังที่ ชุณพฤทธิ์กร จิรบวรกิจ (จิรบวรกิจ, 2559 , น. 20 อ้างถึงใน พิชญาวี ทองกลาง และ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ 2564, น. 213) กล่าวว่า “ภาพแทนไม่ได้นำเสนอหรือเล่าเรื่องให้ผู้รับสารรู้เกี่ยวกับความเป็นจริงทั้งหมดแต่เป็นภาพที่ถูกประกอบสร้างและตีความตามความต้องการของผู้ส่งสาร โดยมีภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้าง ตอกย้ำและผลิตซ้ำภาพแทนที่ไปมีผลต่อการควบคุมความเชื่อ ทัศนคติค่านิยม และการกระทำบางอย่างของคนในสังคมทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้”

ภาพยนตร์เป็นสื่อประเภทหนึ่ง เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ได้ทุกที่ ทุกเวลา เป็นสื่อที่ดูเพื่อความบันเทิง อีกแง่มุมหนึ่งก็อาจสร้างภาพจำหรือทำให้เกิดการเรียนแบบทั้งที่ดีและไม่ดีได้ ซึ่งนั่นก็เปรียบเสมือนดาบสองคม หากผู้รับชมมีวิจารณญาณตรงกับผู้สร้างก็สามารถเข้าใจในสิ่งที่ผู้สร้างต้องการที่จะสื่อได้ แต่หากผู้ชมมีชุดความคิดและวิจารณญาณในการรับชมไม่ตรงกับผู้สร้างอาจทำให้ไม่เข้าใจ หรือเข้าไม่ถึงในสิ่งที่ต้องการที่จะสื่อได้ ดังที่ สุรศักดิ์ บุญอาจ (2564 , น.17) กล่าวว่า “การรับชมภาพยนตร์ถือเป็นการเสพงานศิลปะไม่ต่างจากศิลปะแขนงอื่น ๆ สิ่งที่ผู้ชมภาพยนตร์ได้กระทำ คือ การทบทวนถึงเรื่องหรือฉากอันประทับใจของภาพยนตร์ที่เพิ่งได้รับชมจบไป พร้อมทั้งลงความเห็นว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นมอบอะไรให้กับตนเองหรือมีการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นในวงสนทนาหรือสื่อสังคมออนไลน์”

เหตุผลในการเลือกการใช้ภาพแทนมาเปรียบเทียบกับตัวภาพยนตร์เรื่องนี้เพราะภาพยนตร์เรื่องนี้มีเนื้อหาที่แอบแฝงแต่ต้องการนำเสนอในรูปแบบที่ให้ผู้ชมต้องมีการตีความเนื้อหาของภาพยนตร์ซึ่งการเลือกใช้ภาพแทนจึงมีความเหมาะสมที่สุด ดังที่ จามจุรี นิศยันต์ และ มารศรี สอทิพย์ (2559 , น. 33) พูดถึง ภาพแทนเอาไว้ว่า “สิ่งที่ถูกคัดสรรออกมาเพื่อเลือกนำเสนอให้เป็นภาพแทนของสิ่งที่บุคคลต้องการให้ปรากฏ ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษาเพื่อสื่อสารอย่างมีความหมายกับผู้อื่น”

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาในประเด็นภาพแทนมิตรภาพที่ปรากฏผ่านตัวละครเอกในภาพยนตร์ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพแทนมิตรภาพที่ปรากฏผ่านตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า โดยใช้ทฤษฎีการสร้างภาพแทนของ สจ๊วต ฮอลล์ ที่กล่าวว่า ภาพแทนเป็นการัดเลือกลักษณะของความจริงบางประการมาดัดแปลงและตบแต่งให้โดดเด่นขึ้นจึงนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์มิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เพื่อชี้ให้เห็นว่า “มิตรภาพ”ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากปัจจัยใด เกิดขึ้นเมื่อไหร่ ล้วนแต่เป็นสิ่งที่สวยงาม เป็นความทรงจำที่ดีที่เกิดขึ้นการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการให้ความสำคัญกับภาพแทน “มิตรภาพ ” ของตัวละครหลักในภาพยนตร์

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพแทนมิตรภาพที่ปรากฏผ่านตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง“ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า”

นิยามศัพท์

ภาพแทน หมายถึง ภาพปรากฏที่ผ่านการคัดเลือก ปรุงแต่ง ขับเน้น ปกปิด หรือลดทอนคุณลักษณะของตัวละครเอกในเรื่องที่ศึกษาวิจัย

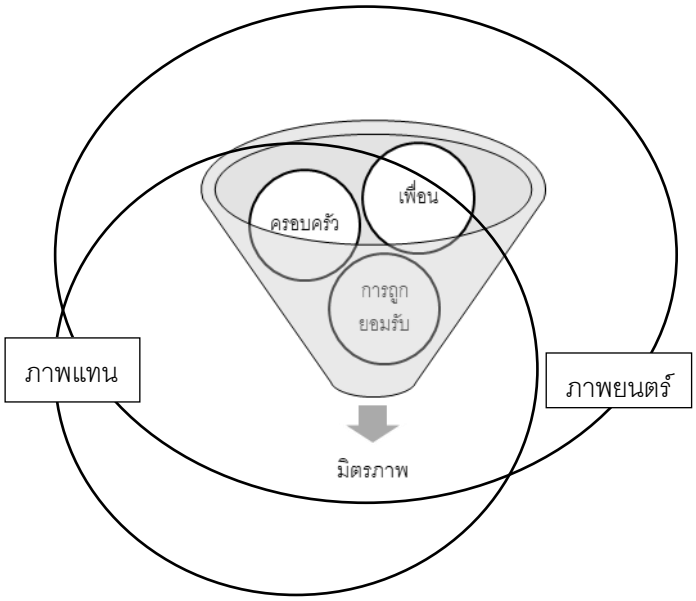
มิตรภาพ หมายถึง ความสัมพันธ์ทางอารมณ์ของตัวละครเอกที่ปรากฏในเรื่อง “ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า”

วัยว้าวุ่น หมายถึง เป็นช่วงวัยของตัวละครเอกที่กำลังจะศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์ หมายถึง ภาพฉายที่แสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว จากการถ่ายทำเป็นราว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือการแสดงของนักแสดง ตามบทบาทของตัวละครนั้น ๆ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเพื่อบรรลุตามเป้าประสงค์ในเรื่อง “วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีภาพแทนของ สจ๊วต ฮอลล์ มาใช้ประกอบการวิเคราะห์หาคำตอบให้เข้าใจถึงมิตรภาพที่สื่อผ่านตัวละครในภาพยนตร์ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า

ดังนั้น วัยว้าวุ่น: ภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า ภาพแสดงกรอบแนวคิดข้างต้น แสดงให้เห็นว่า มิตรภาพที่ส่งผลต่อตัวละครหลักภายในเรื่อง คนหนึ่งที่โดนกดดันจากมิตรภาพรอบตัว โดยองค์ประกอบสร้างขึ้นจาก มิตรภาพ ภาพแทนครอบครัว เพื่อน ที่เรียกว่าเป็นบริบททางเนื้อเรื่องที่ปรากฏภายในภาพยนตร์ ทำให้การวิจัยครั้งนี้เลือกใช้แนวคิดทฤษฎีภาพแทนมาเป็นหลักในการวิจัย

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาและแนวคิดทฤษฎี คือ ศึกษาโดยการนำแนวคิดทฤษฎีภาพแทนของ สจ๊วต ฮอลล์ มาใช้ในการศึกษาการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และนำมาปรับใช้ให้เข้ากับงานวิจัยที่ศึกษาอยู่ อีกทั้งไม่ขัดแย้งกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษา

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้ใช้เกณฑ์การคัดเลือกภาพยนตร์วัยว้าวุ่นและมิตรภาพนำมาศึกษารายละเอียดโดยใช้เกณฑ์ในพิจารณาการเลือก คือ พิจารณาจากภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับช่วงวัยว้าวุ่นและนำเสนอประเด็นเรื่องมิตรภาพเป็นหลักโดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ พ.ศ.2551-พ.ศ.2562 ซึ่งทำให้ได้ภาพยนตร์มาพิจารณาทั้งหมด 7 เรื่อง ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับวัยว้าวุ่นและมิตรภาพ ดังตารางต่อไปนี้

เรื่องที่	ชื่อเรื่องภาพยนตร์
1	“Where We Belong” ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า
2	SuckSeed ห่วยขั้นเทพ
3	หนีตามกาลิเลโอ
4	เกรียน ฟิคชั่น
5	มึงกู เพื่อนกันจนวันตาย
6	FRIENDSHIP เฟรนด์ชิพ เธอกับฉัน
7	เพื่อนไม่เก่า

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายชื่อภาพยนตร์ไทยดังตารางข้างต้น พบว่า ในภาพยนตร์ไทย มีการนำเสนอวัยว้าวุ่นและมิตรภาพในหลากหลายมุมมอง เช่น มุมมองในมิตรภาพในช่วงมัธยม มหาลัย หรือจะเป็นวัยทำงาน เป็นต้น

รายชื่อภาพยนตร์ไทยที่มีการนำเสนอวัยว้าวุ่นและมิตรภาพดังตารางข้างต้น เมื่อคณะผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการ คัดเลือก คือ คัดเลือกเฉพาะการนำเสนอที่ชัดเจนและหลากหลายมุมมอง เพื่อให้เห็นถึงภาพแทนที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเพื่อนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

ซึ่งจากรายชื่อภาพยนตร์ไทยทั้ง 7 เรื่อง ที่นำมา เมื่อพิจารณาแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัยว้าวุ่นและมิตรภาพที่หลากหลายรวมทั้งปรากฏให้เห็นได้ชัดเจนที่สุดมีเพียงแค่ 1 เรื่องเท่านั้น และภาพยนตร์เรื่องนั้นก็คือ ภาพยนตร์เรื่องที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่คณะผู้วิจัยศึกษามากที่สุดโดยใช้ภาพแทนเป็นเกณฑ์ในการศึกษาการทำวิจัยเป็นหลัก

จากตารางข้างต้น คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยความมุ่งหมายของการวิจัยเป็นหลักเกณฑ์ประกอบด้วย มิตรภาพ ภาพแทน และภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า การสร้างความหมายประกอบสร้างความจริงทางสังคม ประกอบกับแนวคิดการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (Structure) และมนุษย์ในฐานะปัจเจกผู้กระทำการ (Human agency) รวมถึงการทบทวนภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่าและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ อาทิ หนังสือ งานวิจัย เอกสารวิชาการ ภาพยนตร์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้านสำหรับกำหนดแนวทางการศึกษาวิจัยที่เหมาะสม

2. ผู้วิจัยทำการนำภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า มาวิเคราะห์โดยใช้ แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร การปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครและฉาก เป็นหน่วยการวิเคราะห์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ทฤษฎีภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า ถูกนำมาเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดทฤษฎีภาพแทน เพื่อศึกษาทฤษฎีภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า เป็นเครื่องมือหลักในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้างต้น

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์จากภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า โดยใช้ทฤษฎีภาพแทน ซึ่งคณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์จากบริบทต่าง ๆ บทสนทนาของระหว่างตัวละครหลักและตัวละครอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมิตรภาพ โดยใช้ทฤษฎีภาพแทน ทั้งหมดนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงภาพแทนมิตรภาพในรูปแบบต่าง ๆ ภายในภาพยนตร์เรื่องนี้ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่การเติบโตในวันข้างหน้าต่อไป

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ วัยว้าวุ่น : ภาพแทนมิตรภาพในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า คณะผู้วิจัยใช้ทฤษฎี ภาพแทนของสจ๊วต ฮอลล์ เป็นทฤษฎีหลักที่นำมาใช้วิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่า มีการนำเสนอออกมาผ่านทางตัวละครเอก ในภาพยนตร์เรื่อง ที่ตรงนั้น มีฉันหรือเปล่า จำแนกได้ 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ภาพแทนความทรงจำที่แสนหวาน

ภาพแทนของความทรงจำ ความทรงจำอันนั้นจะเป็นสิ่งที่ดี เช่น มีความสุข มีความรัก หรือไม่ดี เช่น ความทุข์ ความเศร้า ก็ตามล้วนแล้วแต่เป็นการบันทึกประสบการณ์ต่าง ๆ ผ่านการเรียนรู้ความทรงจำที่ได้รับการบันทึกเข้าความทรงจำของแต่ล่ะตัวละครจะประกอบไปด้วยกระบวนการการเก็บ ดึงออกมาและการใช้ข้อมูลเมื่อมีสิ่งเร้าต่าง ๆ มากระตุ้น ไม่ว่าจะเป็น รูปเหตุการณ์ หรือความสามารถในการทำอะไรต่าง ๆ หลังจากที่ข้อมูลดั้งเดิมไม่ได้มีอยู่ตรงหน้าเราแล้ว เช่น ความทรงจำเกี่ยวข้องกับเมื่อวาน เป็นต้น

ทั้งนี้ภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” แสดงให้เห็นถึงภาพแทนความทรงจำที่แสนหวานของตัวละครเอก ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ฉากที่ “ซู” มองรอยสักและนึกถึงแม่ จากเรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ออนไลน์, (2562)

จากภาพเหตุการณ์ข้างต้น ซูได้ทำการไปสักเป็นตัวอักษรจีน เหมือนที่แม่สัก ซึ่งตัวอักษรจีนนั้นแปลว่า บ้าน ที่เห็นหลังจากหลังของแม่ตอนที่ทั้งคู่ได้นอนด้วยกันในตอนที่แม่ของเธอยังมีชีวิตอยู่ จากการกระทำดังกล่าว รอยสักได้มีความหมายและกลายเป็นภาพแทนความทรงจำของ “ซู” ที่มีต่อแม่ สักตามแม่ที่เสียชีวิตไปแล้วและ “ซู” ที่ยังคงคิดถึงช่วงเวลาที่ได้ใช้ชีวิตกับแม่ของเธอ ได้ทำอะไรร่วมกัน ทำให้นึกถึงภาพความทรงจำที่ดี ที่อบอุ่น ตอนที่แม่นั้นยังอยู่กับตน สื่อถึงภาพแทนความทรงจำแห่งความสุข ณ ตอนที่อยู่กับแม่ได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพแทนความทรงจำที่แสนหวานที่สื่อผ่านตัวละครเอกกับบุคคลต่าง ๆ ภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงความทรงจำทั้งดี และไม่ดีปะปนกัน โดยความทรงจำที่ดีเมื่อนึกถึงทำให้มีความสุข อยากเก็บและอยู่กับมันไปนาน ๆ แต่ความทรงจำที่ไม่ดีฝังลึกอยู่ในจิตใจ นึกถึงคราใดก็ทำให้ใจเจ็บปวด ซึ่งคำว่าความทรงจำที่แสนหวาน ไม่ได้แปลว่าจะมีแค่ความทรงจำที่ทำให้มีความสุขเพียงอย่างเดียว แต่ความทรงจำที่แสนหวานยังมีความทรงจำที่ทำให้ทุกข์ และเจ็บปวดอีกด้วย ขึ้นชื่อว่าความทรงจำ ย่อมมีทั้งความทรงจำที่ดีและที่ไม่ดีเสมอ

2. ภาพแทนความหวัง ความผูกพัน

ภาพแทนที่เกิดขึ้นจากความหวัง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้น ๆ ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ แต่ความผูกพันนั้นการผูกพันกับใครซักคน ไม่จำเป็นที่เราจะต้องรัก แต่หากตั้งความหวังสำหรับความผูกพัน มันคือความรู้สึกคิดถึงช่วงเวลาหนึ่งที่เคยเกิดขึ้น การที่เราคิดถึงคน ๆ หนึ่งเวลาที่เราจากกัน เวลาที่ไม่ได้พบ ไม่ได้พูดคุย นั่นไม่ใช่ความรักเราไม่ได้ทำสิ่งใดเพื่อเขา เราไม่ได้ต้องการให้สิ่งใดกับเขา ไม่ได้ห่วงว่าเขาจะไปกับใคร เมื่อไหร่ หรือที่ไหน แต่เราเพียงแค่คิดถึง ความทรงจำที่ดี เวลาที่เคยอยู่ด้วยกัน ความผูกพันจึงเป็นเพียงความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการใช้เวลา



ภาพที่ 3 ฉากที่ “ซู” กำลังสอบสัมภาษณ์รอบที่ 2 ไปเรียนต่อต่างประเทศ จากเรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ออนไลน์, (2562)

จากภาพเหตุการณ์ข้างต้น “ซู” สอบสัมภาษณ์เพื่อเรียนต่อต่างประเทศ โดยเธอมีความคาดหวังว่าจะไปจากที่นี่ โดยทำทุกวิถีทางเพื่อให้ตนเองได้ไป มีการซื้อของ จัดกระเป๋าเตรียมพร้อมที่จะไป ซึ่งต่อมาผลการสอบสัมภาษณ์ประกาศออกมาว่า ผ่านการสอบสัมภาษณ์ได้ไปเรียนต่างประเทศ การ “ซู” ไม่อยากอยู่ที่นี่เพราะไม่รู้จะอยู่ไปทำไม อีกอย่างอยู่ไปก็เหมือนไม่มีความฝัน อยู่ไปก็จะคิดถึงแต่เรื่องราวของแม่ ทำให้อยากจะไปให้พ้นจากที่เดิม ๆ แต่สุดท้ายแล้ว เธอก็ไม่ไปและอยู่ที่นี่กับครอบครัวของเธอ

“หวังว่าเธอจะพบเจอ ที่ ๆ เป็นของเธอ

รู้ว่าคงจะต้องปล่อย ปล่อยมือเธอให้ไป”

(LET U GO โดย BNK48, 2562)

จากเนื้อร้องข้างต้นซึ่งเพลงข้างต้นก็เพลงประกอบตัวภาพยนตร์เรื่องนี้ซึ่งเพลงนี้ก็เพลง ที่ได้ใช้ตัวนักแสดงมาร้องประกอบเพื่อเป็นภาพแทนของตัวละครทั้งสองตัวละคร ซึ่งก็สื่อได้ว่าเป็นคำพูดของ “เบล” ที่อยากจะส่งไปให้ถึง “ซู” เป็นความหวังที่อยากจะเพื่อนของเธอได้ทำตามสิ่งที่เพื่อนต้องการแม้ว่าตัวเธอเองนั้นไม่อยากจะให้เพื่อนไปเลยก็ตาม

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพแทนความหวัง ความผูกพันที่สื่อผ่านตัวละครเอกกับบุคคลต่าง ๆ ภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวละครต่าง ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน หรือ คนรักก็ตามที ก็ล้วนมีความผูกพัน ความหวังในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจจะดูเห็นแก่ตัวบ้าง แต่ก็เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นกับทุกคนได้

3. การเดินทาง การตัดสินใจ และการจากลา

เราทุกคนก็จะต้องเดินทางไปยังสถานที่ใด สถานที่หนึ่ง ซึ่งเป้าหมายในการเดินทางไปสถานที่นั้น ๆ ของแต่ละบุคคนย่อมแตกต่างกันเสมอ ซึ่งเหตุผลและเป้าหมายในการเดินทางไปสถานที่หนึ่งของภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” เป้าหมายคือการเดินทางของตัวละครเอก การเลือกที่จะหนีออกจากที่ที่เธออยู่มาทั้งชีวิตซึ่งก็คือบ้านที่เธอเกิดและเติบโตขึ้นมาโดยที่มีความทรงจำมากมาย โดยที่ไม่รู้เลยว่าเส้นทางข้างหน้าจะเป็นอย่างไรต่อ ขอแค่ได้เริ่มต้นชีวิตใหม่ในสถานที่แห่งใหม่ เธอก็พึงพอใจแล้ว จะเห็นได้ชัดจากฉากดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ฉากการตัดสินใจของซู จากเรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” ออนไลน์, (2562)

จากภาพเหตุการณ์ข้างต้นในขณะที่พ่อของซู ซู และน้องชาย เดินทางออกจากสำนักร่างทรงของแม่ระหว่างที่นั่งอยู่ในรถนั้น ซึ่งฉากนี้เป็นฉากที่ซูมีสีหน้าที่เรียบเฉย เหมือนกำลังคิดอะไรอยู่ ดูสับสน แต่แล้วพ่อซูได้พูดกับซูขึ้นว่า

“พ่อ: ซูต้องกลับมานะ”

(ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า, โดยคงเดช จาตุรันต์รัศมี, 2562)

จากบทสนทนาที่พ่อพูดกับซูดังกล่าวจะเห็นได้เลยว่า ซูนั่งเงียบ ไม่พูดอะไร แล้วก้มหน้ามองเอกสารเรียนต่อต่างประเทศที่พ่อเซ็นให้ แล้วฉีกเอกสารนั้นทิ้ง ซึ่งการตัดสินใจของซูในครั้งนี้เป็นการตัดสินใจครั้งสำคัญเพราะที่ผ่านมาซูทำทุกอย่าง ทะเลาะกับพ่อบ่อยมาก เพื่อที่ตนเองจะได้ไปเรียนต่อต่างประเทศ แต่สุดท้าย

แล้วซูได้ตัดสินใจที่จะอยู่กับพ่อและเรียนต่อที่นี่

“ซู: ไหนลุงบอกว่าถ้ามันไม่เวิร์คก็ทำให้มันเวิร์คไง”

(ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า, โดยคงเดช จาตุรันต์รัศมี, 2562)

จากคำพูดข้างต้น เป็นตอนที่หลังจากการตัดสินใจเลือกที่จะไม่ไปเรียนต่อต่างประเทศก็ไม่มีความสุขเลยสักนิดเดียว จนเธอได้เจอกับร่างทรงที่เป็นคนบอกให้เธออยู่ต่อไปแล้วมันจะดีขึ้นเอง ซึ่งร่างทรงคนนั้นก็ได้บอกกับตัวเธอว่าเขาโกหก จึงทำให้เธอต้องกลับมาไตร่ตรองว่าสิ่งตัดสินใจไปนั้นเป็นสิ่งจะทำให้เธอมีความสุขได้จริงหรือ

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพแทนการเดินทาง การตัดสินใจ และการจากลา ที่สื่อผ่านตัวละครเอกภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงภาวะการตัดสินใจของตัวละครเอกว่าท้ายที่สุดแล้ว “ซู” เลือกหรือตัดสินใจไม่ไปเรียนต่อต่างประเทศ เธอเลือกที่จะศึกษาต่อที่บ้านเกิดและช่วยกิจการที่ร้าน ซึ่งการตัดสินใจในครั้งนี้ เรื่องของแม่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากเธอคิดได้ว่าแท้ที่จริงแล้วการบริจาคร่างกายมันเป็นความต้องการของแม่ เพราะแม่ได้ปลอมลายเซ็นของพ่อ การที่พ่อเซ็นอนุญาตบริจาคร่างกายแม่ไปก็เพื่อสนองความต้องการสุดท้ายของแม่นั่นเอง ซึ่ง “ซู” ก็เข้าใจพ่อมากขึ้น สุดท้ายแล้วเธอก็เข้าใจทุกอย่าง

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” เป็นการวิจัยเชิง คุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพแทนตัวละครเอกที่เป็นมิตรภาพจากตัวละครหลักในภาพยนตร์ไทย โดยใช้แนวคิด ภาพแทนของ สจ๊วต ฮอลล์ ที่กล่าวว่า ภาพแทนเป็นการัดเลือกลักษณะของความจริงบางประการมาดัดแปลงและตบแต่งให้โดดเด่นขึ้นดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นในข้อนั้นมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ตัวละคร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวละคร คือ คัดเลือกเฉพาะตัวละครเอกที่แสดงให้เห็นมิตรภาพจากตัวละครหลักในภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เห็นลักษณะและการแสดงออกของตัวละครได้เด่นชัดยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยมีการนำเสนอภาพแทนตัวละครเอกที่แสดงให้เห็นมิตรภาพจากตัวละครหลักในภาพยนตร์ไทยในหลายรูปแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ภาพแทนความทรงจำที่แสนหวาน

ภาพแทนความทรงจำที่แสนหวานที่สื่อผ่านตัวละครเอกกับบุคคลต่าง ๆ ภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงความทรงจำทั้งที่ดี และที่ไม่ดีปะปนกันไป โดยความทรงจำที่ดีเมื่อนึกถึงก็ทำให้เรามีความสุข อยากเก็บและอยู่กับมันไปนาน ๆ แต่ความทรงจำที่ไม่ดีมันก็ฝังลึกอยู่ในจิตใจ นึกถึงคราใดก็ทำให้ใจเจ็บปวด ซึ่งคำว่าความทรงจำที่แสนหวาน ไม่ได้แปลว่าจะมีแค่ความทรงจำที่ทำให้มีความสุขเพียงอย่างเดียว แต่ความทรงจำที่แสนหวานยังมีความทรงจำที่ทำให้ทุกข์ ให้เจ็บปวด อีกด้วย ขึ้นชื่อว่าความทรงจำ ย่อมมีทั้งความทรงจำที่ดีและที่ไม่ดีเสมอ

2. ภาพแทนของความหวัง ความผูกพัน

ภาพแทนความหวัง ความผูกพันที่สื่อผ่านตัวละครเอกกับบุคคลต่าง ๆ ภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวละครต่าง ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน หรือ คนรักก็ตามที ล้วนมีความผูกพัน ความหวังในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจจะดูเห็นแก่ตัวไปบ้างแต่ก็เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นกับทุกคนได้

3. การเดินทาง การตัดสินใจ และการจากลา

ภาพแทนการเดินทาง การตัดสินใจ และการจากลา ที่สื่อผ่านตัวละครเอกภายในเรื่อง สื่อให้เห็นถึงภาวะการตัดสินใจของตัวละครเอกนั้นว่าท้ายที่สุดแล้ว “ซู” ก็เลือก หรือตัดสินใจไม่ไปเรียนต่อต่างประเทศ เธอเลือกที่จะศึกษาต่อที่บ้านเกิด และช่วยกิจการที่ร้าน ซึ่งการตัดสินใจในครั้งนี้เรื่องของแม่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากเธอคิดได้ว่าแท้ที่จริงแล้วการบริจาคร่างกายมันเป็นความต้องการของแม่ เพราะแม่ได้ปลอมลายเซ็นของพ่อ การที่พ่อเซ็นอนุญาตบริจาคร่างกายแม่ไปก็เพื่อสนองความต้องการสุดท้ายของแม่นั่นเอง ซึ่ง “ซู” เข้าใจพ่อมากขึ้น สุดท้ายแล้วเธอก็เข้าใจทุกอย่าง

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง ภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอกที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” แสดงให้เห็นถึงภาพแทนมิตรภาพของตัวละครเอก ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งภาพแทนดังกล่าวที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์ อาจหยิบยกหรือสร้างมาจากเหตุการณ์หรือความเป็นจริงในสังคมเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงมิตรภาพในมุมมองต่าง ๆ ผ่านตัวละครเอก ที่ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์นั้น ๆ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่าภาพยนตร์นำเสนอภาพแทนตัวละครเอกในมุมมองของมิตรภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งมิตรภาพแต่ละมิตรภาพก็มีความสัมพันธ์ที่ต่างกัน แต่ลักษณะแน่นอนที่ปรากฏในพันธะที่มีหลายแบบ เช่น ความรัก ความผูกพัน ความหวัง

การให้ภาพแทนที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทย ถูกหยิบยกมาจากความเป็นจริงในสังคมที่เกิดขึ้น ซึ่งภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาจำนวน 1 เรื่องนั้น ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” มีการให้ภาพแทนมิตรภาพของเพื่อนและครอบครัว ซึ่งถูกกล่าวถึงในภาพยนตร์และมีการให้ภาพแทนมิตรภาพว่าเป็นสิ่งสวยงามสำหรับมนุษย์ในสังคม อีกทั้งภาพแทนที่ถูกกล่าวถึงในภาพยนตร์ คือความเป็นตัวตนของตัวละครที่แสดงออกมาอันเกิดมาจากสิ่งที่มากระตุ้นไม่ว่าจะเป็นภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่พบเจอในอดีตหรือในปัจจุบัน ทำให้ภาพแทนตัวละครเอกมีความหลากหลายมากขึ้น

ดังนั้น ภาพยนตร์เรื่อง “ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า” เป็นภาพแทนตัวละครเอกในภาพยนตร์ไทย ที่แสดงให้เห็นถึงภาพแทนที่มีความหลากหลาย และตัวละครเอกมีการกระทำที่ชัดเจนและแตกต่างไปจากพฤติกรรมที่เป็นบรรทัดฐาน ค่านิยมหรือกฎเกณฑ์ที่สังคมกำหนดไว้ ว่าต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบ มีความรับผิดชอบเข้ามาเกี่ยวข้องต่อภาพแทนตัวละครเอกที่ถูกประกอบสร้างขึ้นในภาพยนตร์นั้นถูกทำให้เห็นถึงมุมมองที่แตกต่างออกไปโดยแสดงให้เห็นว่าตัวละครมีความคิดเป็นของตัวเอง แต่ต้องลังเลและกลับถูกมองว่าต่อต้านต่อความคิดที่เป็นความหวังของคนอื่น เพียงเพราะเขาโดนมองว่าเป็นคนคิดนอกกรอบ ฉะนั้นไม่ว่าเขาจะมีความคิดอย่างไร

เขาก็โดนมองว่าเป็นคนดื้อรั้นสำหรับคนที่สร้างความหวังและความกดดันให้กับตัวละครเอกอยู่ดีทั้งที่อาจจะไม่ได้ต้องการที่จะเป็นในแบบที่ใคร ๆ อยากให้เป็น แค่อยากเป็นตัวของตัวเองทำตามความคิดของตัวเอง หากแต่ยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือบริบทที่เกิดขึ้นขณะนั้นอีกด้วย ท้ายที่สุดแล้ว ไม่ว่าตัวละครเอกจะเลือกกระทำตามใจตัวเอง หรือกระทำตามความหวังของคนอื่น ทุกคนย่อมมีความรู้สึก มีจิตใจ หรือความต้องการเช่นเดียวกับทุกคนในสังคม

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาภาพแทนมิตรภาพโดยใช้แนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อให้เห็นมุมมองและแนวคิดที่มีต่อมิตรภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จริยาภรณ์ โตเผือก. (2562), ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. Journal of Administrative and Management, 7(2),57.

จามจุรี นิศยันต์ และ มารศรี สอทิพย์. (2559), ภาพแทนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากการนำเสนอผ่านนวนิยายไทย. Journal of Graduate Study in Humanities and Social Sciences, 5(2),33.

พระครูใบฎีกาสุพจน์ ตปสีโล และคณะ. (2561), บทบาทเยาวชนในประเพณีแห่เทียนพรรษา : บทสะท้อนช่องว่างของกระบวนการเรียนรู้และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(1),81.

พระครูปลัดสัมพิพัฒนธรรมาจารย์. (2561), มนุษยสัมพันธ์ตามหลักกัลยาณมิตร. , ม.ป.ป., น.2.

พิชญาวี ทองกลาง และ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2564), กลวิธีการใช้คำกริยากับการประกอบสร้างภาพแทนครูในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับครู. วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 15(1),213.

พูลศักดิ์ อุดมโภชน์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557), การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญญะที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย. วารสารวิชาการVeridian E-Journal, 7(1),380.

ภัสสร สังข์ศรี. (2559), ความสัมพันธ์ระหว่างพัฒนาการของภาพยนตร์กับบริบททางสังคม. วารสารเกษมบัณฑิต, 17(2),118.

วราลี ตั้งวินิต. (2560), การแก้ปัญหาความรักของวัยรุ่นไทยจากละครซีรี่ส์เรื่องฮอร์โมนวัยว้าวุ่นตามแนวทางพระพุทธศาสนา. วารสารปณิธาน, 13(1),100.

วิลาวัณย์ สายสุวรรณ และคณะ. (2563), ความสัมพันธ์ระหว่างการทำหน้าที่ของครอบครัว ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม และการรับรู้ความเครียด กับความแข็งแกร่งในชีวิตของวัยรุ่นกลุ่มด้อยโอกาสไทยในจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือ. วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต, 34(1),67.

ศิริลักษณ์ โดดหนู และ ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2558), ความฉลาดทางจริยธรรม แรงจูงใจภายใน มิตรภาพ และการเรียนรู้แบบกำกับตนเองของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิต สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร , 12(1),151.

สุพัชริณทร์ นาคคงคำ. (2564), ภาพแทนสตรีในวรรณคดีไทยเรื่อง “ขุนช้างขุนแผน”. พิฆเนศวร์สาร, 17(2),46.

สุรศักดิ์ บุญอาจ. (2559), รูปแบบและความคิดหลักของเรื่องในภาพยนตร์ยอดเยี่ยมรางวัลออสการ์ พ.ศ.2553-2559. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 5(2),83.

สุรศักดิ์ บุญอาจ. (2564), สุนทรียศาสตร์และการเมืองในภาพยนตร์ของคงเดช จาตุรันต์รัศมี. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล, ม.ป.ป.,17.

BNK48. (2565, 12 กรกฎาคม). LET U GO. [เว็บไซต์ออนไลน์]. สืบค้นจาก ‘LET U GO’ OST. Where We Belong (Official MV) - YouTube

Netflix. (2565, 12 กรกฎาคม). ที่ตรงนั้นมีฉันหรือเปล่า. [เว็บไซต์ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.netflix.com/title/81151163

วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของ กันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง

Kan Kantathavorn's strategies for using language for entertainment In the role of the host of The Wall Song

ภาวิณี บิลสีไหม*[1] ศิริภัสสร บุญนิ่ม[2]
ศศนันท์ ทองดี[3] และวิฑูรย์ เมตตาจิตร[4]

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของกันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกร ในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 10 ตอน ผ่านช่องทางเวิร์คพอยท์ออฟฟิเชียล (Workpointofficial) บนแพล็ตฟอร์มยูทูบ (Youtube) คัดเลือกจากตอนที่มีจำนวนผู้รับชมมากกว่า 5 ล้านครั้งขึ้นไป จากเทปรายการร้องเพลง The wall song ร้องข้ามกำแพง ปี พ.ศ. 2563 - 2564 จากนั้นนำมาสรุปผลและนำเสนอแบบวิธีพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ของ Little (2013) ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกรของ กันต์ กันตถาวร ในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง มีทั้งหมด 4 กลวิธี ได้แก่ 1) การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่นสะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ การตั้งคำถาม การใช้ถ้อยคำ น้ำเสียงสูงต่ำและการใช้คำคล้องจอง 2) การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ การใช้คำลงท้ายและการแต่งกาย 3) การสื่อสารที่ใหม่เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์ คำสแลง คำทับศัพท์และคำภาษาต่างประเทศ 4) การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกรทั้ง 4 ข้อ ทำให้พิธีกรดำเนินรายการได้อย่างน่าสนใจและน่าติดตามทผู้ชมเกิด
ความเพลิดเพลินผ่อนคลายอารมณ์ และยังสะท้อนภาพเสียดสีสังคมอย่างแยบยล

คำสำคัญ : กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิง, กันต์ กันตถาวร, The Wall Song ร้องข้ามกำแพง

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] อาจารย์สาขาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
*Corresponding author E-mail: 6211110203@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this article is to study and analyze the technique of using language to create entertainment of Kan Kantathavorn in the role of MC in The Wall Song program. By collecting data for 10 episodes through the official Workpoint channel. on the YouTube, selected from episodes that have more than 5 million views from tape of the singing program The wall song in the year 2020 - 2021, then summarized and presented the analytical descriptive method. By using the creative communication concept of Little (2013), the study found that Strategies for using language to create entertainment in the role of host of Kan Kantathavorn in The wall song program, there are 4 strategies 1) Communication must be artistic, distinctive, eye-catching or attractive, questioning, phrasing, intonation and rhyme. 2) Communication that shows individuality Unique and original Using suffixes and dress code. 3) New communication In line with the era, leading the trend, slang, transliteration and foreign words. 4) Communication with ingenious thought strategies smart in communication. Techniques for using language to create entertainment in the role of hosts in all 4 items makes the MCs conduct the program interesting and attractive to the viewers. enjoyment relax mood and also ingeniously reflects social satire.

Keywords : language approach for entertainment, Kan Kantathavorn, The Wall Song

บทนำ

สื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และมีความเป็นปัจจุบัน สารสนเทศในอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลากหลายรูปแบบที่สนองต่อความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ในทุก ๆ กลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การศึกษา ธุรกรรมทางการเงิน การคมนาคมหรือแม้แต่ในด้านความบันเทิงที่จัดอยู่ในกิจกรรมออนไลน์ และจากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2563 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) พบว่า การรับชมโทรทัศน์ วิดีโอสั้นหรือภาพยนตร์ และการฟังเพลงออนไลน์ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 85 หรือมากเป็นอันดับ 2 จาก 10 อันดับ และจากกิจกรรมออนไลน์พบว่า ในยุคปัจจุบันรายการบันเทิงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

รายการบันเทิงมีหลากหลายรายการให้ผู้ชมเลือกชม และรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง ถือเป็นอีกหนึ่งรายการที่ได้รับความนิยมสูง จากจำนวนยอดผู้เข้ารับชมสูงมากกว่า 5 ล้านครั้งในหลายคลิป นอกจากนี้รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง ยังเป็นรายการสัญชาติไทยที่ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปแล้วถึง 8 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ฝรั่งเศส เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ อิตาลี สเปน เยอรมนี โปรตุเกส และเวียดนาม (สิรวิชญ์ บุญประสิทธิการ, 2564) จึงถือว่าเป็นรายการที่ได้รับความสนใจอย่างมาก

รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง เป็นรายการร้องเพลงที่มีการทายปริศนาของนักร้องหลังกำแพงและแขกรับเชิญที่มาร่วมร้องเพลง โดยมีกำแพงกั้น ให้แขกรับเชิญทายว่าคนที่ร้องอยู่อีกฝั่งคือใคร ซึ่งจุดเด่นของรายการนี้คือ การกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสงสัยใคร่รู้ ประกอบกับความตลกที่ได้จากศิลปินตบท้ายด้วยการร้องเพลงอย่างไพเราะ ที่ผู้ชมไม่เคยรับฟังจากที่ไหนมาก่อน ทำให้รายการมีความสนุกสนานมีสีสันมากยิ่งขึ้น และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ของรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง คือพิธีกรที่มีประสิทธิภาพ ด้วยบุคลิกและความสามารถที่โดดเด่น ส่งผลให้รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพงมีความน่าสนใจและชวนให้ติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับ อนุพงศ์ ดาวัลย์ (2556) วิเคราะห์เรื่อง ภาษาพิธีกร: ปาฏิหาริย์สวยข้ามคืน ได้อ้างถึง เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2556) ได้กล่าวว่า " พิธีกรบ้านเรามีอยู่มาก แต่พิธีกรที่เก่ง ดำเนินรายการแล้วชวนติดตามมีไม่มาก โดยพิธีกรที่เก่งจะต้องมีความสามารถรอบตัว ทำหน้าที่พิธีกรได้ครบ มีปฏิภาณไหวพริบเป็นเลิศ มีบุคลิกแตกต่าง มีความเป็นกันเองและทำการบ้านมาดี " ซึ่ง รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง ได้รับเกียรติจาก กันต์ กันตถาวร มาเป็นพิธีกร ที่เคยได้รับรางวัลพิธีกรยอดเยี่ยม อีกทั้งยังเป็นพิธีกรผู้ใช้ภาษาไทยดีเด่น (เวิร์คพอยต์ ทูเดย์, 2561) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง มีความน่าสนใจ สนุกสนานบันเทิง รวมไปถึงการนำเสนอรายการมีกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงได้อย่างน่าประทับใจ

รายการ The wall song ร้องข้ามกำแพงถือเป็นรายการที่มีผู้ชมให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นรายการร้องเพลงที่เข้าถึงได้ง่าย สนุกสนาน สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย มีจุดเด่นคือ การทายปริศนานักร้องหลังกำแพง ถือเป็นการกระตุ้นความสงสัยของผู้ชม และมีความน่าตื่นตาตื่นใจ ชวนให้น่าติดตาม โดยมีพิธีกรคือ กันต์ กันตถาวร ซึ่งเคยได้รับรางวัลพิธีกรยอดเยี่ยม อีกทั้งยังเป็นพิธีกรผู้ใช้ภาษาไทยดีเด่น ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเป็นหนึ่งในหัวใจหลักที่จะทำให้รายการดำเนินไปได้อย่างสนุกสนานและน่าประทับใจ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกร ของ กันต์ กันตถาวร ในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกรในการสร้างความบันเทิงในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิง ของกันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกร รายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำเสนอด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analytics) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดพื้นที่ แหล่งข้อมูลที่ศึกษาจากรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง จำนวน 10 ตอน จากปี พ.ศ. 2563 - 2564 ผ่านช่องทางเวิร์คพอยท์ออฟฟิเชียล (Workpointofficial) บนแพล็ตฟอร์มยูทูบ (Youtube) ซึ่งมีความยาวประมาณตอนละ 60 นาที โดยคัดเลือกข้อมูลจากยอดผู้รับชม จำนวน 5 ล้านครั้งขึ้นไป

2. การกำหนดกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากภาษาที่ใช้สร้างความบันเทิง ซึ่งเป็นภาษาพูดระดับต่าง ๆ ในการดำเนินรายการ ได้แก่ ภาษาระดับกึ่งทางการ ระดับไม่เป็นทางการและระดับกันเอง จากสื่อวิดีโอออนไลน์จากรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง

3. การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ตามแนวคิดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ Little (2013) เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิง กล่าวคือ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ต้องคำนึงถึง 4 ประการ ได้แก่ 1) การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ 2) การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ 3) การสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์ 4) การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของ กันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง การใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงผ่านกลวิธีที่สำคัญ 4 ประเภท ได้แก่

1. การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ
2. การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ
3. การสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์
4. การสื่อสารที่มีกลยุทธทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ

การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจของ กันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง โดยใช้ภาษาพูดระดับต่าง ๆ ในการดำเนินรายการ ดังนี้ 1) การตั้งคำถาม 2) การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงสูงต่ำ และ 3) การใช้คำคล้องจอง ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 หน่วยแสดงให้เห็นถึงภาษาในบทบาทของพิธีกรขณะดำเนินรายการได้ ดังนี้

1.1 การตั้งคำถาม

คำถาม หมายถึง ประโยคหรือวลีที่ผู้พูดต้องการสื่อสารเพื่อต้องการคำตอบหรือในบางกรณีอาจไม่ต้องการคำตอบแต่เป็นการตั้งคำถามเพื่อให้บทสนทนายังสามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1

พิธีกร : ละนี่ทีมงานบอกว่านี่ คุณมีความสามารถในการแปลงเพลงได้เก่งด้วย

หยาดพิรุณ : นิด ๆ หน่อย ๆ ค่ะ ไม่ได้ขนาดนั้น

พิธีกร : เห้ย จัดให้ดู**ได้ไหม**

หยาดพิรุณ : เพลง**อะไรดีคะ**พี่กันต์ขา

พิธีกร : สด ๆ เพลงหมากัด**ได้ไหม**

ที่มา : ตอนที่ 8 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า พิธีกรมักจะมีการตั้งคำถามกับแขกรับเชิญในการสนทนา ซึ่งถือเป็นศิลปะในการสื่อสาร เนื่องจากการตอบคำถามด้วยคำถามจะทำให้บทสนทนานั้นสามารถไปต่อได้ ไม่จบบทสนทนา ณ ขณะนั้น อีกทั้งยังสื่อให้เห็นว่า พิธีกรมีการเอาใจใส่แขกรับเชิญ เพราะไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง แต่จะมีการถามความสมัครใจหรือให้ความสนใจในความรู้สึกของแขกรับเชิญ

1.2 การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงสูงต่ำ

การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงถือเป็นเรื่องสำคัญต่อบทบาทพิธีกรเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการใช้ถ้อยคำที่ไพเราะหรือน้ำเสียงที่ชัดเจน มีการใช้เสียงสูง เสียงต่ำ และการออกเสียงถูกต้องตามอักขรวิธี สื่อให้เห็นว่าการใช้คำที่เป็นศิลปะ มีความโดดเด่นทางด้านการสื่อสาร อีกทั้งพิธีกรยังดำเนินรายการให้ผู้ชมได้รับอรรถรสในการรับชมและยังส่งเสริมให้พิธีกรมีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างที่ 2

แจ๊ส ชวนชื่น : ผมว่า พี่แคทรียา อิงลิชครับ

พิธีกร : เชื่อตัวเองว่า นักร้องหลังกำแพงคือคุณแคทรียา อิงลิช**นะครับ** ดูว่าจะวินหรือจะเฟลถ้าพร้อมแล้ว**เพลงมา**

ที่มา : ตอนที่ 23 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า การที่พิธีกรมีการใช้ถ้อยคำที่สุภาพ มีการเน้นน้ำเสียง ใช้เสียงสูงต่ำ น้ำเสียงหนักแน่น ลากเสียงยาว อีกทั้งยังดำเนินรายการได้อย่างมีอรรถรส ส่งผลให้ผู้ชมมีอารมณ์ที่คล้อยตามและเข้าถึงรายการได้มากยิ่งขึ้น ทำให้พิธีกรมีความโดดเด่น ดึงดูดผู้รับชมให้มีความสนใจต่อรายการได้เป็นอย่างดี

1.3 การใช้คำคล้องจอง

คำคล้องจอง หมายถึง คำที่มีเสียงสระและเสียงตัวสะกดเหมือนกัน แต่มีพยัญชนะต้นต่างกัน ดังนี้

ตัวอย่างที่ 3

พิธีกร : **<u>คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นรอง</u>**

ที่มา : ตอนที่ 8 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

ตัวอย่างที่ 4

พิธีกร : คนนี้เป็นนักแสดงเจ้าบทบาทนะครับ ทั้ง**<u>ละครรบ ละครรัก</u>**เล่นมาหมดแล้ว

ที่มา : ตอนที่ 43 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า พิธีกรมีการใช้คำคล้องจอง การลดคำ เพิ่มคำ เพื่อให้คำมีความหมายที่เข้าใจง่ายและรวบรัดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการใช้คำสร้อย ซึ่งคำสร้อย หมายถึง ถ้อยคำที่กล่าว แต่งหรือร้องต่อท้ายวรรคบาทหรือบท ในบทประพันธ์ประเภทร้อยกรอง เพื่อให้จำนวนคำครบตามข้อกำหนดของฉันทลักษณ์ หรือเพื่อทำให้เกิดจังหวะและเสียงที่ไพเราะ คำสร้อยในบทร้อยกรองที่พบเสมอ เช่น นา เฮย เอย แล (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2552) แต่ในปัจจุบันนั้นได้แต่งคำสร้อยขึ้นเองเพื่อให้เกิดอรรถรสในการใช้ภาษา เช่น โควิด โคใจ , เฟคนง เฟคนิวส์, กินข้ง กินข้าว เป็นต้น การเล่นคำสามารถดึงดูดผู้รับชมได้อีกทั้งยังทำให้พิธีกรมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

2. การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ

การแสดงถึงความเป็นตัวเอง คือ การแสดงออกถึงตัวบุคคลที่ต่างจากบุคคลอื่น โดยเป็นการสร้างภาพจำทำให้เป็นอัตลักษณ์เฉพาะบุคคล เช่น การใช้คำลงท้าย การแต่งกาย ดังนี้

2.1 การใช้คำลงท้าย

คำลงท้าย คือ คำที่ปรากฏในตำแหน่งสุดท้ายของประโยค โดยมีลักษณะพิเศษต่างกัน เช่น ในเรื่องของเสียงวรรณยุกต์และความสั้นยาวของสระ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 5

พิธีกร : ยินดีต้อนรับเข้าสู่รายการร้องข้ามกำแพง วันนี้เรามาในตรีม 4ก. ก้อง ห้วยไร่ น้องกัน นภัทร คุณเก้า จิรายุและข้าพเจ้าเอง กันต์ กันตถาวร**ครับผม**

ที่มา : ตอนที่ 24 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

ตัวอย่างที่ 6

พิธีกร : สวัสดีอย่างเป็นทางการ**ครับ** คุณผู้ชม**ครับ** ขอต้อนรับเข้าสู่ร้องข้ามกำแพง**นะครับ** คิดถึงทุกคนมาก ๆ เลย เราไม่ได้เจอกันมานานพอสมควร**นะฮะ** วันนี้ครับความสนุกสนานจะกลับมา ขอเสียงปรบมือให้กับซุปตาร์ทั้ง 3 ท่าน**นะครับ** จิ๋ว ปิยนุช**ครับ** พี่เฟิด Slot Machine และพี่พลพล

ที่มา : ตอนที่ 43 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า กันต์ กันตถาวร เป็นพิธีกรที่มีความเป็นตัวของตัวเองอย่างยิ่ง แสดงถึงความมีอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัด-ตะ) หมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณ์ หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550) เนื่องจากเป็นบุคคลที่พูดจาได้อย่างสุภาพ ไพเราะ พูดจามีหางเสียง และมีการใช้คำลงท้าย “ครับ/ฮะ” อยู่เสมอ หรือแม้แต่ท่าทางการยืนการแสดงอิริยาบถต่าง ๆ

2.2 การแต่งกาย

การแต่งกายถือเป็นภาษาทางวัตถุประเภทหนึ่ง เนื่องจากการแต่งกายของบุคคลมักจะถูกประเมินและตัดสินโดยบุคคลอื่น ซึ่งในปัจจุบันผู้คนมักจะตัดสินบุคคลอื่นจากภาพลักษณ์ภายนอก เช่น ทรงผม เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ หากบุคคลนั้นแต่งกายเหมาะสม จะได้รับการให้เกียรติหรือความสนใจจากผู้อื่น แต่ถ้าหากแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่ถูกกาลเทศะ ส่งผลให้ไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้คนรอบข้าง ดังนี้



ภาพที่ 1 การแต่งกายของพิธีกร รายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง ตอนที่ 24 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2564



ภาพที่ 2 การแต่งกายของพิธีกร รายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง ตอนที่ 43 เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2564

จากตัวอย่างพบว่า การแต่งกายใส่สูทผูกไทน์ ของกันต์ กันตถาวร เป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ตนเอง มีความสุภาพเป็นอย่างมาก โดยกันต์ กันตถาวร มักจะใส่ชุดสูทในการถ่ายรายการในทุกตอน ถึงแม้จะเป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่มีความสนุกสนาน แต่กันต์ กันตถาวรก็ยังคงเอกลักษณ์ของตนเองไว้ ซึ่งทำให้เป็นที่จดจำและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับชม

3. การสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์

การสื่อสารที่ใหม่ คือ การสื่อสารที่สามารถปรับตัวและประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันหรือตามกระแสนิยม เช่น คำสแลงและคำทับศัพท์หรือคำภาษาต่างประเทศ ดังนี้

3.1 คำสแลง

คำสแลง คือ คำหรือข้อความที่ใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการในการสื่อสาร เพื่อต้องการที่จะสื่ออารมณ์ความรู้สึก กิริยาอาการ ให้ผู้ชมได้รับฟังและสามารถเกิดอารมณ์คล้อยตามไปด้วย ซึ่งคำเหล่านี้มักเกิดจากกระแสสังคมหรือจากกลุ่มคนบางกลุ่มในช่วงเวลาเวลาหนึ่ง แต่ไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นภาษาที่ถูกต้อง ทั้งนี้ การใช้คำสแลงขึ้นอยู่กับบริบทและกาลเทศะเพื่อความเหมาะสม

ตัวอย่างที่ 7

พิธีกร : สัมผัสได้ เป็นไง ผิวเป็นไง นี่ ๆ เบา ๆ เหมือนนักร้องหลังกำแพงจะ**หิว** นึกถึงใคร

ที่มา : ตอนที่ 24 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

ตัวอย่างที่ 8

ปั๊บ Potato : (กำลังปาลูกโป่ง)

นุ้ย สุจิรา : อ้าว

ตูมตาม ยุทธนา : ทำไมพี่ชอบซ้ำรูเก่าพี่

ก็อตจิ : คุณปั๊บเขามีใช้อยู่ 2 รู แล้วเขาก็เดี๋ยวใช้สลับไปสลับมา

พิธีกร : **แม่**คิดไรจ๊ะ **แม่**คิดไรจ๊ะ**แม่**

นุ้ย สุจิรา : คิดเรื่องอื่นไม่ได้เลย

ที่มา : ตอนที่ 35 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า กันต์ กันต์ถาวร ในฐานะพิธีกร มีการใช้คำสแลงในการดำเนินรายการ เช่น คำว่า หิว เพราะคำว่า หิว หมายถึง อยากกิน อยากดื่ม โดยปริยายหมายถึงอาการเช่นนั้น ในปัจจุบันคำว่า หิว มักนิยมใช้ใน

หมู่คณะ เช่น กลุ่ม LGBTQ+ เป็นต้น จะมักใช้ในบริบทของการอยากได้ เช่น สถานการณ์เมื่อเจอคนที่ชอบ จะพูดว่า หิวอะ ฉันหิว ลิ้ว-หู ใช้เป็นความหมายแฝง ส่วนความหมายโดยนัย คือ อาการอยากกิน อยากได้ และใช้คำว่า แม่ แทนสรรพนามที่ใช้เรียกบุคคลที่เราชื่นชอบและต้องการเอาเป็นแบบอย่าง สรรพนามใช้เรียกเพศที่สาม ใช้ประชดประชัน ในตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ใช้คำว่าแม่ แทน ความเป็นแม่ หรือให้เกียรติคนที่มีอายุมากกว่าในเพศหญิง เป็นต้น ซึ่งเป็นคำที่นิยมใช้ในกลุ่ม LGBTQ+ เนื่องจากในปัจจุบัน กลุ่ม LGBTQ+ ได้การยอมรับจากสังคมเพิ่มมากขึ้น และคำเหล่านี้มักถูกสร้างสรรค์ใช้กันภายในเฉพาะกลุ่มของ LGBTQ+ ต่อมาได้รับการยอมรับจากสังคมจึงทำให้มีการนำไปใช้กันอย่างแพร่หลาย

3.2 คำทับศัพท์และคำภาษาต่างประเทศ

คำทับศัพท์ คือ การถ่ายถอดเสียงจากคำภาษาต่างประเทศ แล้วนำมาเขียนในรูปแบบของภาษาไทย เพื่อให้คนอ่านออกเสียงได้ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 9

พิธีกร : สวัสดีครับคุณผู้ชมครับ ขอต้อนรับเข้าสู่รายการร้องข้ามกำแพง และแน่นอนต้องเจอกับ**ซุปตาร์** ทั้ง 3 ท่าน ขอเสียงปรบมือต้อนรับตูมตาม ยุทธนา พี่แพทวง Klear และพี่ปั๊บ Potato

ที่มา : ตอนที่ 35 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

ตัวอย่างที่ 10

พิธีกร : ฟันธงว่า นักร้องหลังกำแพงคือ แทค ภรัณยูครับ มาดูกันว่าจะ**วิน** (Win) หรือเปล่า หรือจะ**เฟล** (False) ถ้าพร้อมแล้วเพลงมาาา

ที่มา : ตอนที่ 23 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า กันต์ กันตถาวร เป็นพิธีกรที่มีความทันสมัยในด้านการสื่อสารและดำเนินรายการเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีการใช้คำทับศัพท์หรือคำภาษาต่างประเทศในการดำเนินรายการเพื่อทำให้ผู้รับชมเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น คำว่าซุปตาร์ ที่ย่อมาจาก ซูเปอร์สตาร์ (superstar) ซึ่งซุปตาร์ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงนักแสดงหรือผู้มีชื่อเสียงโด่งดังแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังหมายถึง นักกีฬา นักดนตรี หรือผู้ที่ทำงานด้านสื่อต่าง ๆ อีกด้วย และคำว่า วิน (Win) หมายถึง ชนะ มีชัย ประสบความสำเร็จ (Longdo dict, 1913) หรือคำว่า เฟล (False) หมายถึง เท็จ ไม่จริง

ไม่ถูกต้อง (Longdo dict, 2547) อีกทั้งกันต์ กันตถาวรมักใช้ คำทับศัพท์หรือคำภาษาต่างประเทศบ่อยในการดำเนินดำรายการ และกันต์ กันตถาวรในฐานะพิธีกร ได้มีการใช้คำว่าซุปตาร์ เรียกแทนแขกรับเชิญและนักร้องหลังกำแพงในทุก ๆ ตอนของรายการ

4. การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร

การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร พิธีกรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจกิจกรรมที่จะต้องรับผิดชอบด้านการพูดในตำแหน่งพิธีกร มีเทคนิค ไหวพริบ ปฏิภาณ สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี คอยจับตาและสังเกตผู้ฟังอยู่ตลอด เป็นผู้เติมช่องว่างและคอยส่งเสริมแขกรับเชิญที่มาร่วมรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง เพื่อให้เกิดความน่าประทับใจแก่ผู้ชมmซึ่งสอดคล้องกับการสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร ดังนี้

ตัวอย่างที่ 11

แจง ปุณณาสา : เสียงดีมาก

เต๋า เศรษฐพงศ์ : ขอบคุณครับ

แจง ปุณณาสา : พี่ขอโทษด้วยนะที่พาหนูไปเพี้ยนกับพี่อะ

พิธีกร : **ไม่เพี้ยน พี่แจงร้องดีอะ ผมพูดจริง ๆ**

ที่มา : ตอนที่ 23 เรียบเรียงโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2565

จากตัวอย่างพบว่า รายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพงมิได้มีเพียงแค่นักร้องมืออาชีพร่วมรายการเท่านั้น แต่ยังมี ดารานักแสดง นักกีฬา พิธีกร และอาชีพอื่น ๆ อีกมากมาย ส่งผลให้ในบางครั้งแขกรับเชิญไม่มีความมั่นใจที่มากพอในการร้องเพลง พิธีกรจึงมีการพูดส่งเสริม ใช้น้ำเสียงและแสดงกิริยาที่เสริมความมั่นใจให้แก่แขกรับเชิญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพิธีกรมีความฉลาดและมีไหวพริบในการสังเกตและการพูดดำเนินรายการ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดี ทำให้แขกรับเชิญมีความมั่นใจและยังช่วยส่งเสริมให้รายการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกรของ กันต์ กันตถาวร ในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพงในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาของพิธีกรในการสร้างความบันเทิงในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพงโดยศึกษาตามแนวคิดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ของ Little (2013) มาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดหัวข้อการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง โดยใช้แนวคิดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ของ Little (2013) ได้แก่ 1. การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ เช่น การตั้งคำถาม การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงสูงต่ำ การใช้คำคล้องจอง 2. การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ เช่น การใช้คำลงท้าย การแต่งกาย 3. การสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์ เช่น คำสแลง คำทับศัพท์และคำภาษาต่างประเทศ 4. การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร และผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลที่มีการถ่ายทอดให้เห็นถึงกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงผ่านรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกรของ กันต์ กันตถาวร ในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง

1. การสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ จากการศึกษาพบว่ารายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพงเป็นรายการที่มีความโดดเด่น แปลกใหม่ น่าสนใจ ทั้งรูปแบบของรายการและภาษาที่พิธีกรใช้ดำเนินรายการซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการมีความสนุกสนานและผู้ชมได้รับความบันเทิงมากยิ่งขึ้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพงนั้นมีการลดคำ การเล่นคำ ใช้น้ำเสียงสูงต่ำ การใช้คำความคล้องจอง อีกทั้งยังมี การดำเนินรายการ ทำให้รายการมีความโดดเด่น น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2. การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ จากการศึกษาพบว่า พิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพงมีความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นวัจนภาษาที่มีการใช้น้ำเสียงสูงต่ำได้อย่างดี มีการใช้คำสุภาพ คำลงท้าย ครับ/ฮะ อยู่เสมอ แม้แขกรับเชิญจะเป็นบุคคลที่สนิทหรือไม่ก็ตาม อีกทั้งในด้านของอวัจนภาษา กันต์ กันตถาวร ก็มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีการแต่งกายด้วยชุดสูทในทุกตอน ซึ่งชุดสูทในแต่ละตอนจะมีสีสันต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีสีสันดูสดใสสนุกสนานเพิ่มยิ่งขึ้น อีกทั้งรูปแบบของรายการที่เป็นการร้องข้ามกำแพง ทำให้มีฉากเป็นกำแพงมาสนับสนุนให้ผู้รับชมสามารถจดจำรายการและพิธีกรได้เป็นอย่างดี

3. การสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์ จากการศึกษาพบว่า รายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง เป็นรายการที่มีความแปลกใหม่ เข้ากับยุคสมัย มีความโดดเด่นน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของรายการตลอดจนการดำเนินรายการ ซึ่งได้รับเกียรติจาก กันต์ กันตถาวร ในการรับหน้าที่เป็นพิธีกร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า กันต์ กันตถาวร มีการใช้คำที่มีความทันสมัย เป็นที่นิยม คำที่เป็นกระแสในขณะนั้น เช่น คำสแลง ซึ่งมักนิยมใช้ในหมู่คณะ เช่น กลุ่ม LGBTQ+ อีกทั้งยังมีการใช้คำทับศัพท์หรือคำภาษาต่างประเทศ การใช้คำเหล่านี้นอกจากจะทำให้รายการมีสีสัน ยังทำให้เข้าถึงกลุ่ม LGBTQ+ และกลุ่มวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น

4. การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร จากการศึกษาพบว่า ผู้รับหน้าที่ดำเนินรายการมีวิธีรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่น การสนทนาในเรื่องที่ยาวเกินควร ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการดำเนินรายการ พิธีกรมีความฉลาด สามารถโยงบทสนทนาไปสู่ช่วงต่อไปของรายการโดยมีความกลมกลืนกัน อีกทั้งยังมีไหวพริบในการตอบคำถามหรือพูดคุยกับแขกรับเชิญและในการพูดคุยสื่อสารก็ยังใช้ภาษาที่เหมาะสม ไม่เป็นทางการจนเกินไปแต่ก็ไม่หยาบคาย แม้ในบางช่วงแขกรับเชิญมีพูดคำหยาบบ้าง พิธีกรก็สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากรายการเป็นรายการที่สามารถรับชมได้ทุกช่วงวัยทำให้พิธีกรต้องควบคุมสถานการณ์และเรื่องราวที่สนทนากันให้เหมาะสม ทำให้เห็นว่าพิธีกรมีความฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบในการพูดคุยสื่อสารกับแขกรับเชิญและการดำเนินรายการ

จากการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงในบทบาทพิธีกรของกันต์ กันตถาวร ในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง สื่อวิดีโอออนไลน์ชุดนี้ ผู้วิจัยได้เห็นถึงกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิง ในแง่มุมต่าง ๆ คือ การสื่อสารยังต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้น่าสนใจ แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ มีการสื่อสารที่ใหม่ เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์และมีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร ต้องยอมรับว่าภาษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการมีความน่าสนใจ ความเป็นศิลปะของภาษาที่พิธีกรใช้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้รายการและพิธีกรเองมีความโดดเด่น และยิ่งถ้าพิธีกรสามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้ ก็จะทำให้เป็นภาพลักษณ์ที่น่าจดจำของผู้ชม ในปัจจุบันมีการใช้ภาษาที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำสแลงหรือคำที่ได้รับกระแสนิยม ณ ขณะนั้น ซึ่งถ้าหากพิธีกรมีการใช้ภาษาที่แปลกใหม่ เข้ากับยุคสมัย ก็จะส่งผลให้เป็นที่สนใจของผู้ชมและได้รับกระแสตอบรับที่ดีได้

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงของกันต์ กันตถาวร ในบทบาทพิธีกร ในรายการ The wall song ร้องข้ามกำแพง ประกอบไปด้วยการสื่อสารที่ต้องมีความเป็นศิลปะ โดดเด่น สะดุดตาหรือดึงดูดให้

น่าสนใจ การสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีอัตลักษณ์และเป็นต้นฉบับ การสื่อสารที่ใหม่เข้ากับยุคสมัย นำเทรนด์ และการสื่อสารที่มีกลยุทธ์ทางความคิดที่แยบยล ฉลาดในการสื่อสาร ดังนี้ เช่น การตั้งคำถาม การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงสูงต่ำ การใช้คำคล้องจอง คำสแลงและคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับศิวการท์ ปทุมสูตร (2548) กล่าวว่า ศิลปะการใช้ภาษาสรุปได้ ดังนี้ 1) การใช้คำที่เป็นศิลปะที่ต้องฝึกฝน เช่น การเล่นคำสัมผัส การเล่นคำล้อคำ การใช้บริบทของความกระชับเฉียบคม การใช้บริบทของการเสียดสี การใช้บริบทของความขบขันหรรษา ซึ่งแตกต่างจาก อัครา บุญทิพย์ (2535) ได้กล่าวว่า การใช้คำ คือ การเลือกสรรคำมาใช้ได้ถูกต้องและเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ โดยคำนึงถึงหลักการดังนี้ 1) การใช้คำให้ถูกความหมาย 2) ใช้คำให้ถูกระดับ 3) การใช้คำให้กะทัดรัด 4) การใช้คำราชาศัพท์ให้ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งไม่ว่ากลวิธีการใช้ภาษาจะเหมือนหรือแตกต่างกัน ควรเลือกใช้คำให้ถูกต้องตามบริบทกาลเทศะและสถานการณ์นั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความบันเทิงจากรายการอื่น ๆ

2. ควรศึกษาอวัจนภาษาของพิธีกรในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง เนื่องจากการใช้อวัจนภาษามีความน่าสนใจ

3. ควรศึกษาการใช้ภาษาในการสื่อสารกับแขกรับเชิญในรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง

รายการอ้างอิง

ร้องข้ามกำแพง. (2563). *การแต่งกายของพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง ตอนที่ 24*. สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2565, เข้าถึงได้จาก : https://www.youtube.com/watch?v=X3o9Ad57oFg.

ร้องข้ามกำแพง. (2563). *การแต่งกายของพิธีกรรายการ The Wall Song ร้องข้ามกำแพง ตอนที่ 43*. สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2565, เข้าถึงได้จาก : https://www.youtube.com/watch?v=X3o9Ad57oFg.

เวิร์คพอยต์ ทูเดย์. 2561. *“กันต์ กันตถาวร”ภูมิใจรับรางวัล “ราชบัณฑิตยสภาสรรเสริญ” พิธีกรผู้ใช้ภาษาไทย ดีเด่น.* สืบค้นวันที่ 23 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก : https://workpointtoday.com/.

ศิวกานท์ ปทุมสูติ. (2548 : 45). *การเขียนสร้างสรรค์ไม่ยากอะไรเลย*. กรุงเทพมหานคร : นวสาสน์การพิมพ์.

สรวิชญ์ บุญประสิทธิการ. (2564). *9 วิธีคิดเบื้องหลังความฮิตของ ‘ร้องข้ามกำแพง’ ที่แรงข้ามประเทศและขายลิขสิทธิ์ทั่วโลก ใน The cloud Magazine*. สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2565, เข้าถึงได้จาก : https://readthecloud.co/the- wall-song/.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยผลสำรวจ IUB 63 คนไทยใช้เน็ตปังไม่ไหว เกือบครึ่งวันโควิด-19 มีส่วนในข่าวประชาสัมพันธ์*. สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2565, เข้าถึงได้จาก :

https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. 2550. *อัตลักษณ์.* สืบค้นวันที่ 24 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก : http://legacy.orst.go.th/?knowledges.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. 2552. *คำสร้อย.* สืบค้นวันที่ 24 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก : http://legacy.orst.go.th/?knowledges.

อนุพงศ์ ดาวัลย์. (2556). *ภาษาพิธีกร: ปาฏิหาริย์สวยข้ามคืน.* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อัครา บุญทิพย์. (2535). *การศึกษาลีลาการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนของ ว.วชิรเมธี.* (น. 15-25). ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. (ภาษาไทย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Little. (2013). *การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ* อ้างถึงใน นาวิน เพิ่มประยูร, (2562). (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

LongDo dict. (2547). *False*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565, เข้าถึงได้จาก : https://dict.longdo.com/search/FALSE.

LongDo dict. (1913). *Win*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565, เข้าถึงได้จาก : https://dict.longdo.com/search/win.

วิเคราะห์กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์

พัชรวรินทร์ สุวรรณชาตรี*[1] วีระ ไชยา[2] และณัชรดา สมสิทธิ์[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ โดยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลบนแหล่งข้อมูล YouTube “SPRITE BANG” ได้แก่ รายการแต่งองค์ทรงเครื่องและรายการซื้อกิน ระหว่างวันที่ 21 กันยายน พ.ศ.2563 ถึงวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2564 รวมจำนวน 44 ตอน และบนแหล่งข้อมูล TikTok SpriteBABABI ระหว่างวันที่ 10 มกราคม พ.ศ.2563 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ.2565 จำนวน 253 วิดีโอ ศึกษาโดยใช้แนวคิดทฤษฎีอารมณ์ขัน ของเถกิง พันธุ์เถกิงอมร (2559) และแนวคิดเกี่ยวกับตัวตนฟูโกต์ (ม.ป.ป.)

ผลการศึกษากลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของสไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ พบว่ามีจำนวน 2 วิธี คือ การใช้วัจนภาษาและการใช้อวัจนภาษา การใช้วัจนภาษา ได้แก่ การสร้างคำใหม่ การตัดคำ และการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ ส่วนการใช้อวัจนภาษา ได้แก่ อากัปกิริยาและการแต่งกาย การสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ สะท้อนให้เห็นหน้าที่ของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร โดยภาษาเหล่านั้นมักมีความแตกต่างไม่เหมือนใคร สื่อถึงอารมณ์ขันแทนการใช้คำพูดตรงไปตรงมา มีการใช้น้ำเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจ มีการสร้างคำใหม่ การตัดคำ และการออกเสียงที่แตกต่างไปจากหลักไวยกรณ์ โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์คือ ความสนุกสนานตลกขบขันและการสร้างภาพจำให้แก่ผู้รับสาร

คำสำคัญ: กลวิธีการสร้างตัวตน, ยูทูบเบอร์, สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์

[1-2] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[3] ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: 6211110281@psu.ac.th

Abstract

The research study on Strategies for creating an identity from the use of the language of YouTuber Sprite Patteerat aims to Study the strategies of creating a self by using the language of YouTuber Sprite Patteerat by studying and collecting information on the YouTube source "SPRITE BANG", such as Tang-Ong SongKruang series. and SueKin series Between September 21, 2020, and November 20, 2021, for a total of 44 episodes, and on the TikTok SpriteBABABI source between January 10, 2020, and July 31, 2022. Number of 253 videos Study using humor theory concepts of Takeng Pantakengamorn (2016) and Foucault's identity concept (n.d.)

The study of language use revealed that Sprite uses language as one of the tools to create identity. Two strategies for using Sprite Patteerat's language were found, namely, nonverbal and language use. Nonverbal uses include word formation, word cutting, and unique pronunciation. and the use of nonverbal languages such as gestures and dress Creating identity using the language of YouTuber Sprite Patteerat reflects the function of the language used in the communication of Sprite. These languages are often unique. Communicate with humor instead of exact words. The tone is used to attract attention. There are new word formations, word cuts, and grammatical differences. By focusing on the result, which is fun, funny and creating a memorable image for the audience.

Keywords: Strategies for creating an identity, YouTuber, Sprite Patteerat

บทนำ

สังคมไทยเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายทางด้านภาษา ศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ ส่งผลให้คนในสังคมไทยมีความคิดที่แตกต่างกันในหลาย ๆ เรื่อง ขึ้นอยู่กับในแต่ละยุคสมัย ช่วงวัย การเลี้ยงดู รวมไปถึงสภาพแวดล้อมในสังคมที่อาศัยอยู่ ซึ่งเรื่องที่เป็นปัญญาหาและมีความขัดแย้งทางด้านความคิดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นั่นคือเรื่องการยอมรับกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ เมื่อปี พ.ศ.2530 ผู้คนในสังคมไทยไม่ยอมรับและกีดกันกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยปลูกฝังว่าผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นเพศนอกขนบ เป็นกลุ่มคนชายขอบในสังคมไทย ส่งผลทำให้กลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศไม่มีตัวตนในสังคมไทย ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม รวมถึงไปไม่ได้รับความเท่าเทียมกับเพศชายและเพศหญิง

ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 เป็นต้นมา สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยค่อนข้างมาก และมีอิทธิพลต่อคนทุกระดับ เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงเนื้อหาความรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ ของคนในสังคมโลกและสังคมไทย คนในสังคมมีความคิดต่อกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศเปลี่ยนแปลงไป มีการเปิดโอกาสและให้การยอมรับกับคนกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันมีการเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมให้กับกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดของคนในสังคม ต่อผู้ที่มีความหลากหลาย

ทางเพศ อย่างให้เห็นได้ชัด ในสังคมไทยมีการยอมรับกับกลุ่ม ผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นเช่นกัน เห็นได้จากการสร้างแฮชแทกในทวิตเตอร์เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 “#สมรสเท่าเทียม” เป็นการปลุกกระแสเพื่อความเท่าเทียมของคู่รักเพศเดียวกัน ให้ได้รับความเท่าเทียมในด้านของกฎหมายเท่ากับคู่รักเพศชายและเพศหญิง (วัชรี หิรัญพันธุ์ และจิราพร ประสารการ, 2564, น. 166) ซึ่งการเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ เหล่านี้มีนัยสำคัญในการเปลี่ยนความคิดของคนในสังคมโลกและสังคมไทยต่อกลุ่มผู้ที่ความหลากหลายทางเพศ ส่งผลให้เกิดการยอมรับกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศในสังคมโลกและสังคมไทยมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การยอมรับที่ปรากฏยังไม่เท่าเทียมหรือเป็นระนาบเดียวกันกับเพศสภาพอื่น ๆ ผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศมักต้องพยายามผลักดันหรือสร้างตัวตนเพื่อให้ได้รับการย้อมรับจากสังคมอยู่เสมอ

สไปรท์ พัชร์ธีรัตน์ แหลมหลวง วัย 30 ปี หรือที่คนรู้จักในนาม “สไปรท์บั้ง” หรือ “สไปรท์บะบะบิ” เจ้าของช่องยูทูบเบอร์ “SPRITE BANG” ซึ่งสไปร์ทเป็นบุคคลหนึ่งของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ในอดีตสไปร์ทก็ไม่ได้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ และได้รับผลกระทบจากการไม่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม แต่เพื่อที่จะได้รับการยอมรับรวมไปถึงการเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง สไปร์ทจึงใช้กลวิธีการสร้างตัวตนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยผ่านวิธีการใช้ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไปร์ทเปิดตัวด้วยการทำคลิปวิดีโอและการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง YouTube โดยในช่วงแรกเป็นการนั่งพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องการประกวดนางงาม การพูดคุยนั้นเป็นการใช้ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่นิยมเพียงแค่กลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยภาษาที่ใช้นั้นเป็นเพียงคำศัพท์ที่จำกัดแค่วงการนางงาม เช่น คำว่า “เริ่ดมากแม่” และ “ต๊าช” โดยการใช้อากัปกิริยาของกะเทย ทำให้เป็นที่ติดหูและเป็นคำติดปากของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ต่อมาสไปร์ทมีการทำคลิปวิดีโอในรูปแบบการใช้ชีวิตผ่านรายการ “แต่งองค์ ทรงเครื่อง” ผ่านช่องทาง YouTube “SPRITE BANG

กลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทที่เป็นที่จดจำและนิยมในสังคมไทยปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการนำคำดังกล่าวไปใช้ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น สไปร์ทมักพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องราวที่เป็นกระแสในระยะเวลานั้น ๆ เช่น เรื่องการประกวดนางงาม เรื่องภาพยนตร์หรือรายการทีวี ทำให้ผู้คนนั้นชื่นชอบและติดตามสไปร์ทเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้นอกจากกลวิธีการใช้ภาษาและบุคลิกท่าทางของสไปร์ทแล้ว สไปร์ทเองยังมีความคิดสร้างสรรค์และนำเสนอผลงานต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจและเป็นที่จดจำ โดยเน้นการใช้ภาษาของสไปร์ทที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

จากการสร้างตัวตนของสไปร์ทบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยมีความสนใจในการวิเคราะห์บุคลิกท่าทาง กลวิธีการการใช้ภาษา ทักษะในการพูดคุย องค์ประกอบหรือปัจจัยอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเปิดโอกาสต่าง ๆ ให้เข้ามาในชีวิต ทำให้คนในสังคมเกิดการยอมรับต่อสไปร์ทและกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมไปถึงการเกิดผลกระทบจากการนำคำศัพท์ต่างๆ ที่เกิดจากกลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทไปใช้ในชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์
2. เพื่อเป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ในสังคมออนไลน์ปัจจุบัน ที่ใช้ภาษาเป็น

เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างตัวตนและการจดจำ

วิธีการศึกษา

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากช่อง YouTube “SPRITE BANG” รายการ แต่งองค์ทรงเครื่อง จำนวน 29 ตอน รายการ ซื้อกิน จำนวน 15 ตอน และผ่าน TikTok @SpriteBABABI จำนวน 253 วิดีโอ

2. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีอารมณ์ขัน ของเถกิง พันธุ์เถกิงอมร (2559) และแนวคิดเกี่ยวกับตัวตนฟูโกต์ (ม.ป.ป.)

3. วิเคราะห์การใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ ผ่านรายการแต่งองค์ ทรงเครื่อง ทางช่อง YouTube “SPRITE BANG” ออกอากาศตอนแรกวันที่ 21 กันยายน พ.ศ.2563 ถึงวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2564 จำนวน 29 ตอน

4. วิเคราะห์การใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ ผ่านรายการซื้อกิน ทางช่อง YouTube “SPRITE BANG” ออกอากาศตอนแรกวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ.2563 และออกอาอากาศตอนล่าสุดวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2564 จำนวน 15 ตอน

5. วิเคราะห์การใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ ผ่านช่องทาง TikTok @SpriteBABABI โดยออกอากาศตอนแรกวันที่ 10 มกราคม พ.ศ.2563 และออกอากาศตอนล่าสุดวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ.2565 จำนวน 253 วิดีโอ

6. สรุปผลแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษากลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ผ่านการรับชมคลิปวิดีโอทางช่อง YouTube “Sprite Bang” รวม 44 ตอน และช่อง TikTok @SpriteBABABI 253 วิดีโอ พบกลวิธีการสร้างตัวตนของสไปร์ทที่เป็นที่น่าจดจำแบ่งได้เป็น 2 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้างตัวตนผ่านวัจนภาษาและอวัจนภาษา โดยแบ่งได้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. กลวิธีการสร้างตัวตนผ่านวัจนภาษา

ทักษะการพูดของสไปร์ทมีเอกลักษณ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ให้เข้ามารับชมและรับฟังคลิปของสไปร์ท นอกจากนี้สไปร์ทยังมีการใช้วัจนภาษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การสร้างคำใหม่ การตัดคำ รวมไปถึงการออกเสียงที่โดดเด่นเฉพาะตัว สามารถทำให้เกิดการแบ่งปันคลิปหรือเนื้อหาต่าง ๆ ที่น่าสนใจอย่างแพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลทำให้สไปร์ทมีตัวตนและเป็นที่รู้จักในสื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถแบ่งกลวิธีการสร้างตัวผ่านวัจนภาษาของสไปร์ท ดังนี้

1.1 สไปร์ทกับการสร้างคำใหม่

ภาษาเปรียบเสมือนสิ่งที่มีชีวิตเพราะภาษาไม่เคยหยุดวิวัฒนาการ สามารเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย หากภาษาใดที่หยุดวิวัฒนาการ ภาษานั้นถือว่าเป็นภาษาที่ตายแล้ว ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ปัจจุบันมีการสร้างคำใหม่อย่างหลากหลาย กลวิธีหนึ่งที่สไปร์ทนำมาใช้ คือ การสร้างคำใหม่ที่มี

ความหมายตรงกับคำเดิมในภาษาไทย

การสร้างคำใหม่ที่มีความหมายตรงกับคำเดิมในภาษาไทยแต่ก่อให้เกิดการจดจำ คือ การสร้างคำใหม่ ไม่เพียงแต่จะต้องเกิดความหมายใหม่เท่านั้น บางครั้งการสร้างคำใหม่ ก็ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบรับการวิวัฒนาการของสังคมที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่มีวันหยุด สไปร์ทได้ใช้กลวิธีการสร้างคำใหม่ที่โดดเด่นเป็นอย่างมาก โดยคำเหล่านั้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อแทนที่คำที่มีอยู่เดิมในภาษาไทย แต่สไปร์ทสร้างคำเหล่านั้นขึ้นเพื่อเป็นตัวเลือกในการใช้ภาษาในปัจจุบัน โดยสไปร์ทเลือกสร้างคำที่สั้นกระชับ สะดวกในการจำ สร้างความตลกขบขันหรือทำให้เกิดการจดจำของคนในสังคม โดยคำที่เรียกว่าเป็น คำที่แจ้งเกิดสไปร์ทนั่นคือ คำว่า **“ต๊าชชชชช”** เพราะคำนี้ทำให้สไปร์ทเป็นที่รู้จักอย่างมากในสังคมออนไลน์ ซึ่งคำนี้สไปร์ทได้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายขึ้นอยู่บริบทที่ใช้งานดังสถานการณ์นี้



ชื่อภาพ : ต๊าชชชชช

(นาทีที่ 3.15 ตะลุยตลาดปัฐในงบ 1,000 บาทได้อะไรบ้าง | แต่งองค์ทรงเครื่อง EP.18 |

Sprite BANG วันที่ 15 ตุลาคม 2563 https://www.youtube.com/watch?v=y_cHqgW2tvA&t=237s)

สไปร์ท : แอ้นนนนนนน **ต้าชชชชชชชช!!** ตอนนี้ก็มาถึงตลาดปัฐวิกรณ์แล้วนะคะ

คำว่า **“ต้าชชชชชชช”** นั้นมีความหมายหลากหลายตามบริบทการใช้ เช่น ที่สุด กระแทกแรง ชอบมาก พุ่ง มหัศจรรย์ เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างข้างต้นคำว่า “ต๊าช” มีความหมายว่า “ชอบมาก” เนื่องจากสไปร์ทได้เดินทางไปตลาดปัฐวิกรณ์เป็นตลาดที่สไปร์ทเองชอบเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยอยู่เป็นประจำ การใช้คำว่า **“ต้าชชชชชชช”** แทนคำว่า “ชอบมาก” ทำให้บริบทในการสนทนามีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์

1.2 สไปร์ทกับการตัดคำ

การตัดคำในที่นี้ หมายถึง การเลือกตัดคำหรือละการออกเสียงพยางค์สุดท้าย เช่น คำที่มีมากกว่าสองพยางค์ให้เหลือเพียงหนึ่งพยางค์ ซึ่งการตัดคำของสไปร์ทไม่ได้ทำให้ความหมายของคำเปลี่ยนไป แต่ทำให้คำนั้นมีความน่าสนใจและส่งผลให้คนในสังคมนำคำศัพท์เหล่านั้นไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างคำผ่านการตัดคำของสไปร์ท ดังนี้

การตัดคำที่มีมากกว่าสองพยางค์ให้เหลือเพียงหนึ่งพยางค์ หลายคนอาจจะเข้าใจการตัดคำว่าเป็นการลดทอนคำลงเพื่อให้สะดวกในการใช้งาน แต่ยังคงความหมายเดิมอยู่ โดยสไปร์ทไม่ได้เลือกใช้

การตัดคำในทุกประโยค แต่เลือกใช้วิธีนี้ให้เหมาะสมกับบริบทการใช้งาน เพื่อให้คู่สนทนาหรือผู้รับสารสามารถเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งสาร เมื่อสไปร์ทเลือกตัดคำที่เหมาะสมกับบริบทการใช้งานทำให้คำและรูปประโยคดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ดังสถานการณ์นี้



ชื่อภาพ : เป็นอย่าง(ไร)

(นาทีที่ 5.20 จากคลิป หมูกระทะเตาดินเผา 169 บาท เตาดี หมูดี สะอาด เชียงใหม่ | ชื้อกิน EP.2 จาก https://www.youtube.com/watch?v=169HUXRtBLk)

หยาดพิรุณ : น้ำจิ้มคือข้นมาก หมูหอมมาก แล้วหมูสด (คีบหมูรับประทาน)
สไปร์ท : ความปากนั้นขออนุญาตดีด **เป็นอย่าง(ไร)**

คำว่า **“เป็นอย่าง”** จากสถานการณ์ข้างต้นเป็นการรับประทานหมูกระทะซึ่งคู่สนทนา (หยาดพิรุณ) กำลังอธิบายถึงรสชาติของหมูที่รับประทานเข้าไปแสดงหน้าตาที่บ่งบอกถึงความอร่อย จากนั้นสไปร์ทเลยพูดขึ้นว่า ความปากนั้นขออนุญาตดีด **“เป็นอย่าง(ไร)”** ซึ่งการถามโดยพูดว่า **“เป็นอย่าง”** นั้น มาจาก “เป็นอย่างไร” โดยเป็นการถามถึงรสชาติของหมูที่คู่สนทนา (หยาดพิรุณ) รับประทานเข้าไป ถือเป็นการถามคำถามโดยการใช้วิธีการตัดพยางค์สุดท้ายของประโยคออก ซึ่งเป็นกลวิธีที่สไปร์ทใช้งานอยู่เพื่อสร้างตัวตน และทำให้สไปร์ทเป็นที่จดจำของคนที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

1.3 สไปร์ทกับการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์

ผู้คนที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่จดจำสไปร์ทผ่านการสร้างคำใหม่หรือการตัดคำเท่านั้น สไปร์ทยังมีการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ถือเป็นจุดแข็งที่โดดเด่นของสไปร์ทมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่ทำให้สไปร์ทสามารถมีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยตัวอย่างการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ของสไปร์ท เช่น การเล่นเสียงพยัญชนะหรือสระ และการออกเสียงคำที่มีเสียงสั้นให้ยาวขึ้น โดยผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างการออกเสียงคำของสไปร์ทที่ผู้วิจัยพบผ่านการรับชมคลิป ดังนี้

1.3.1 การเล่นเสียงพยัญชนะหรือสระ

การเล่นเสียงพยัญชนะและสระของสไปร์ทสามารถทำให้คำดูน่าสนใจได้อย่างมาก ไม่เพียงแต่การพูดโดยใช้โทนเสียงธรรมดา แต่เป็นการเล่นเสียงของพยัญชนะหรือสระให้เหมาะสม กับบริบทการใช้งาน ทำให้รูปประโยคนั้นน่าสนใจ สร้างความตลกขบขันและสามารถสร้างเสียงหัวเราะ รวมไปถึงสร้างภาพจำของสไปร์ทได้เป็นอย่างดี ดังสถานการณ์ข้างล่างนี้



ชื่อภาพ : ซาหวัดดีฮร้า

(นาทีที่ 16.17 พาหลานสาวทำสวยเตรียมพร้อมเข้ากอง.....ร้อย | แต่งองค์ทรงเครื่อง EP. 13 |

SPRITE BANG จาก https://www.youtube.com/watch?v=N78uooLnay0)

สไปร์ท : สำหรับวันนี้นะคะ รายการแต่งองค์ like a ทรง เครื่องนะคะ ต้องขอลาไปก่อน สำหรับวันนี้ **ซาาาาาาวลีฮารรรรรรรรรร์**

คำว่า **“ซาาาาาาวลีฮารรรรรรรรรร์”** มาจากคำว่า “สวัสดีค่ะ” ในกรณีนี้ใช้เพื่อเป็นการกล่าวอำลา ซึ่งสไปร์ทได้ใช้การเล่นเสียงพยัญชนะหรือสระให้มีความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร คำว่า “สวัสดีค่ะ” ซึ่งเดิมจะต้องลงเสียงหนักที่พยางค์ที่ 2 หากแต่สไปร์ทเลือกเน้นการออกเสียงพยางค์แรกแทน โดยมุ่งหมายทำให้เกิดความตลกขบขัน นอกจากนี้ยังถือเป็นกลวิธีการสร้างภาพจำผ่านการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

1.3.2 การออกเสียงคำที่มีเสียงสั้นให้ยาวขึ้น

การออกเสียงสั้นให้ยาวขึ้นนั้นถือเป็นกลวิธีที่สร้างสามารถสร้างความน่าสนใจของคำได้เป็นอย่างดี สไปร์ทได้ใช้เสียงที่ยาวขึ้นในคำที่สั้นเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจของคำ ทำให้สามารถสร้างเสียงหัวเราะให้แก่คู่สนทนาได้ และยังสามารถสร้างเสียงหัวเราะให้แก่ผู้ที่รับชมคลิปวิดีโอจนเกิดการนำคำศัพท์นั้นไปใช้ต่อกันในสื่อสังคมออนไลน์ ดังสถานการณ์นี้



ชื่อภาพ : พ้ากกกกก

(นาทีที่ 09.32 จากคลิป MILLI พักก่อน พาชอปปิ้งตึกแดง I แต่งองค์ทรงเครื่อง EP.9 I

SPRITE BANG จาก https://www.youtube.com/watch?v=78SnwQOMZqk&t=873s)

มิลลิ : 3 ชั่วโมงคลิปเนี้ย 3 ชั่วโมง

สไปร์ท : พูดจริง ๆ เนี่ยคำว่า “พักก่อน” เนี่ยถ้าเป็นพี่พูด**นะ “พ้าก**กกกกกกกกกกก”

“พ้ากกกกกกกกก” มาจากคำว่า “พัก” หรือ“พักก่อน” ใช้เพื่อเป็นการบอกให้คู่สนทนาหยุดพักในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพูด การกิน หรืออื่น ๆ ซึ่งในบริบทนี้ สไปร์ทได้พูดเพื่อให้คู่สนทนา (มิลลิ) หยุดเต้น ซึ่งคำว่า **“พ้าก**กกกกก” เกิดจากการตัดคำมาจากคำว่า “พักก่อน” ซึ่งเป็นกลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทที่โดดเด่นและเป็นที่จดจำของคนในสังคม

2. กลวิธีการสร้างตัวตนผ่านอวัจนภาษา

สไปร์ทใช้อวัจนภาษาประกอบกับวัจนภาษาเพื่อเป็นการสร้างความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งถือเป็นกลวิธีที่ทำให้สไปร์ทมีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เกิดเป็นกระแสขึ้นอยู่บ่อยครั้งอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยสไปร์ทใช้อวัจนภาษา เช่น การแสดงอากัปกิริยา และการแต่งกาย ซึ่งทำให้เกิดการจดจำและการติดตามสไปร์ทมากยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้ส่งผลทำให้สไปร์ทมีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์และเป็นที่รู้จักของคนในสังคม โดยสามารถแบ่งกลวิธีการสร้างตัวผ่านอวัจนภาษาของสไปร์ท ดังนี้

1. อากัปกิริยาที่น่าจดจำ

อากัปกิริยาที่น่าจดจำหรือที่ทุกคนเข้าใจกันได้ง่ายคือภาษาทาท่าง ดังที่ สิริวรรณ นันจันทูล (2538, น.39) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาษาท่าทาง ว่า ภาษาท่าทางเป็นภาษาที่มนุษย์ใช้ติดต่อสื่อความหมายถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกโดยการใช้ท่าทางเป็นสื่อ ซึ่งอาจจะแสดงออกทางสีหน้าสายตา ตลอดจนการเคลื่อนไหวอิริยาบถต่าง ๆ สไปร์ทได้ใช้ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาเพื่อสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อสองอย่างไปในทิศทางเดียวกัน สไปร์ทจึงสามารถสร้างตัวตนได้อย่างรวดเร็วและไม่หายไปจากกระแสของสื่อสังคมออนไลน์ โดยอากัปกิริยาที่น่าจดจำของสไปร์ทแบ่งออกเป็น ภาษาท่าทางผ่านสีหน้า และภาษาท่าทางผ่านการเคลื่อนไหว เป็นต้น

1.1 ภาษาท่าทางผ่านสีหน้า

การใช้ภาษาท่าทางผ่านทางสีหน้าถือเป็นกลวิธีที่สไปร์ทใช้งานบ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นกลวิธีที่สร้างสามารถความตลก เสียงหัวเราะ และภาพจำให้แก่ผู้รับชมคลิปได้เป็นอย่างดี สไปร์ทเลือกใช้การแสดงสีหน้าเพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยเลือกใช้การแสดงสีหน้าที่มีความสอดคล้องกับบริบทของประโยค และซ่อนความตลกขบขันทำให้คลิปหรือเนื้อหาที่สไปร์ทสร้างขึ้นมีความน่าสนใจ ส่งผลทำให้สไปร์ทมีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์



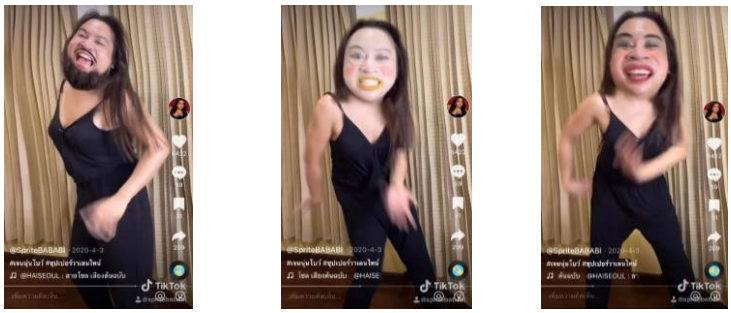
ชื่อภาพ : วิธีการพูดแฮปปี้นิวเยียร์ที่ถูกต้อง

คลิปช่อง Tiktok @SpriteBABABA วันที่ 29 ธันวาคม 2564 จาก https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/7047026556945878298

จากตัวอย่างสไปร์ทได้สอนการพูดคำว่า “Happy New Year” โดยเป็นการสอนในช่วงก่อนถึงวันปีใหม่ ซึ่งถือเป็นการเลือกเนื้อหาที่จะเผยแพร่ได้ตรงกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้น ทำให้เนื้อหานั้นกลายเป็นกระแสได้อย่างง่ายดาย สไปร์ทจึงเลือกใช้การแสดงสีหน้าประกอบการออกเสียงทำให้คลิปนั้นเป็นกระแสอย่างมาก วัดได้จากยอดกดถูกใจมากกว่าหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นครั้ง และยอดการกดแบ่งปันมากกว่าเจ็ดพันครั้ง ทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สไปร์ทมีตัวตนขึ้นบนสื่อสังคมออนไลน์และมีผู้คนชื่นชอบและยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น

1.2 ภาษาท่าทางผ่านการเคลื่อนไหว

การใช้ภาษาท่าทางผ่านการเคลื่อนไหว สไปร์ทได้แสดงกิริยาท่าทางที่ตลกขบขัน ไม่เพียงแต่การพูด การแสดงสีหน้าเท่านั้น การแสดงกิริย่าทางก็เป็นกลวิธีหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้คนเกิดความชื่นชอบในตัวตนของสไปร์ท ซึ่งปอรรัชม์ ยอดเณร (2555 ,น.18) ให้ความหมายของการแสดงกิริยาท่าทางของบุคคล ว่าเป็นการเคลื่อนไหวร่างกายและอากัปกิริยาท่าทางต่าง ๆ เช่น การเคลื่อนไหวมือ การโบกมือ การส่ายหน้า การพยักหน้า การยกไหล่ การยิ้มประกอบการพูด เป็นต้น โดยสไปร์ทเลือกใช้การแสดงกิริยาท่าทางที่ตลกขบขันและเลือกใช้เสียงดนตรีประกอบ หรือเนื้อหาที่จะนำมาเผยแพร่ทั้งหมดจะต้องเป็นสิ่งที่กำลังเป็นกระแสนิยมอยู่ในสังคมในช่วงเวลานั้น สิ่งนี้ทำให้เนื้อหาที่สไปร์ทเผยแพร่ลงไปบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของตนนั้นสามารถเป็นกระแสได้ง่าย การแสดงกิริยาท่าทางของสไปร์ท สามารถสร้างเสียงหัวเราะให้แก่ผู้ที่รับชมคลิปจนเกิดการกดถูกใจและแบ่งปันเนื้อหานั้น ส่งผลทำให้สไปร์ทถูกรู้จักและมีตัวตนบนโลกสังคมออนไลน์



ชื่อภาพ : เจน นุ่น โบว์

คลิปช่อง Tiktok @SpriteBABABA วันที่ 3 เมษายน 2563 จาก

https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/6811469368581491969

จากตัวอย่างเป็นการแสดงกิริย่าทางเต้นประกอบเพลง ซุปเปอร์วาเลนไทน์ เจน นุ่น โบว์ ในช่วงเวลาขณะนั้นเพลงนี้ถือเป็นกระแสนิยมและติดหูอย่างเป็นอย่างมาก จนเกิดการเต้นเลียนแบบอย่างมากมาย สไปร์ทเลือกที่จะใช้เพลงนี้ผลิตคลิปลงบนแพลตฟอร์มของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่าง สไปร์ทเลือกใช้เอฟเฟกต์การเปลี่ยนใบหน้าและสีหน้า โดยเป็นการเลือกเอฟเฟกต์ที่มีความตลกขบขันร่วมกับการแสดงกิริยาท่าทางที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เมื่อทั้งสองอย่างเข้ากันอย่างกลมกลืน ทำให้คลิปนี้กลายเป็นกระแสนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสามารถสร้างเสียงหัวเราะให้แก่ผู้รับชมคลิปได้เป็นอย่างดี และสามารถทำให้ผู้คนจดจำสไปร์ทได้

2. การแต่งกายที่โดดเด่นดึงดูดความสนใจ

สไปร์ทใช้การแต่งกายเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของการสร้างความน่าสนใจให้แก่เนื้อหาหรือคลิปที่สร้างขึ้น โดยการแต่งกายนั้นต้องโดดเด่นและสามารถดึงดูดให้ผู้คนให้เข้ามารับชมเนื้อหานั้น การแต่งกายมีความสอดคล้องกับสิ่งอื่น ๆ เช่น การใช้สีหน้า การเคลื่อนไหว การใช้ดนตรีประกอบคลิป และกระแสสังคม เป็นต้น โดยสไปร์ทมักสร้างความแตกต่างผ่านการแต่งกาย และการแต่งกายการตามกระแสสังคม เป็นต้น

2.1 การแต่งกายการตามกระแสสังคม

การแต่งกายของสไปร์ทนอกจากการแต่งกายที่ซ่อนความตลกขบขันและตัวตนของสไปร์ทยังมีการแต่งกายตามกระแสนิยมของสังคมในช่วงขณะเวลานั้น เช่น ละคร เพลง หรือการประกวดนางงาม เป็นต้น ซึ่งการอาศัยกระแสนิยมของสังคมนั้นมีส่วนสำคัญ ทำให้สไปร์ทเป็นที่รู้จักของผู้คนไม่เพียงแต่กลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ยังรวมไปถึงเพศชายและเพศหญิงอีกด้วย สไปร์ทนำตนเองไปอยู่ในกระแสสังคมอย่างเป็นประจำทำให้สไปร์ไม่หายไปจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยสไปร์ทโด่งดังมาจากการพูดคุยเกี่ยวกับการประกวดนางงาม จึงไม่แปลกนักที่สไปร์ทมักจะแต่งกายให้เข้ากับกระแสนี้ โดยการแต่งกายของสไปร์ทนั้นมักมีการกำหนดแนวทางการนำเสนอ (Concept) ให้เข้ากับเพลง หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ใช้ในการประกวดนางงาม เช่น การประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์

และการประกวดอื่น เพื่อทำให้สไปร์ทอยู่ในกระแสตลอดเวลา ทำให้ผู้คนรู้จักสไปร์ทมากขึ้น และมีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น



ชื่อภาพ : ชุดราตรีสีเหลือง

คลิปช่อง Tiktok @SpriteBABABA วันที่ 31 กรกฎาคม 2565 จาก

https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/7126448061643115802?

การแต่งกายเข้าร่วมงานการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2565 โดยการเลือกชุดให้เข้ากับคอนเซปต์ของงาน คือ การเน้นสีสันสดใส ภายใต้แนวทางการนำเสนอ “NEW BEGINNING” หรือการเริ่มต้นใหม่ สไปร์ทเลือกชุดสีเหลืองที่มีสีสันสว่างสดใสซึ่งสีเหลืองเป็นสีของดอกไม้หลากหลายชนิด โดยเป็นชุดราตรียาว โดยให้ความรู้สึกถึงความสดใส ประกอบกับการเดินแบบประกอบเพลงที่สนุกสนานแต่ยังคงความสุภาพและสร้างบุคลิกเป็นผู้ดี และการแสดงสีหน้าที่บ่งบองถึงความสุขของการได้ริ่มต้นใหม่อีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องแนวทางการนำเสนอ “NEW BEGINNING” หรือการเริ่มต้นใหม่ของการประกวดมิสยูเวิรสไทยแลนด์ 2565

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษากลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ โดยผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ท จำนวน 2 กลวิธี คือ การใช้วัจนภาษา และการใช้อวัจนภาษา ซึ่งการใช้วัจนภาษา ได้แก่ การสร้างคำใหม่ การตัดคำ และการออกเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ ในส่วนของการใช้อวัจนภาษา ได้แก่ อากัปกิริยา และการแต่งกาย

กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ สะท้อนให้เห็นหน้าที่ของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของสไปร์ท ซึ่งสไปร์ทเลือกใช้ภาษาที่สื่อถึงอารมณ์ขันแทนการใช้คำพูดที่ตรงไปตรงมา มีการใช้ภาษาที่แปลกใหม่ มีการพยายามสร้างคำใหม่ การตัดคำ ตลอดจนการออกเสียงที่แตกต่างไปจากอักขระวิธีการออกเสียงที่ผู้คนในสังคมคุ้นเคย

นอกจากนี้สไปร์ทใช้ความนิยมที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การประกวดนางงาม ละคร เพลง หรือกระแสอื่นๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “กระแสนิยม” เป็นตัวกลางในการสร้างตัวตนของสไปร์ท หากสไปร์ทไม่เปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมอาจทำให้สไปร์ทหายไปจากสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่มีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตนของ ฟูโกต์ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน เบญจวรรณ อุปัชฌาย์, 2561, น.

13) กล่าวว่า “มนุษย์เป็นเพียงผลผลิตของวาทกรรม” เพราะตัวตนของมนุษย์ ไม่ได้ดำรงอยู่อย่างคงที่แน่นอนในตัวของตัวเอง ความเป็นตัวตนของมนุษย์ถูกผลิตขึ้นมาจากโลกทางสังคมและเปลี่ยนแปรอยู่ตลอดเวลา

ทั้งนี้ข้อสังเกตประการหนึ่ง คือ กลวิธีการสร้างตัวตนจากการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์สไปร์ท พัชร์ธีรัตน์ ไม่เพียงแต่การใช้วัจนภาษา หรืออวัจนภาษาเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทั้งสองอย่างนี้มีการส่งเสริมซึ่งกันและกัน หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไป อาจจะทำให้การสร้างตัวตนของสไปร์ทนั้นไม่สำเร็จ กลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทจึงเปรียบเสมือนเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้าง ทำให้ผู้คนที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สามารถจดจำชื่นชอบ และยอมรับสไปร์ทในตัวตนของ สไปร์ทไม่ใช่ในความตลกของสไปร์ทหรือมอง สไปร์ทเป็นตัวตลกนั่นเอง

กลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทในการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น คำศัพท์ส่วนใหญ่เป็นคำศัพท์ที่เกิดขึ้นมาใหม่ เกิดขึ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ และยังไม่ได้รับการยอมรับหรือบัญญัติลงบนพจนานุกรม ซึ่งคำศัพท์เหล่านี้จัดเป็น “ภาษาวิบัติ” คือ การที่ภาษาไทยนั้นผิดไปจากภาษาไทยมาตรฐาน อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของภาษานั้นเกิดขึ้นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า ภาษาทุกภาษาจะต้องมีการพัฒนาและวิวัฒนาการอยู่เสมอ หากภาษาใดที่ไม่เปลี่ยนแปลงนั่นถือว่าเป็นภาษาที่ตายแล้ว ดังที่ เสน่ห์ เดชะวงศ์ และคณะ (2564 น.415 อ้างถึงใน มัลลิกา มาภา, 2559) กล่าวว่า ภาษาที่ยังไม่ตายมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ เมื่อมนุษย์มีการพัฒนาขึ้นภาษาซึ่งเป็นเครื่องมือในการสื่อสารของมนุษย์ย่อมได้รับการพัฒนาไปด้วย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือวิวัฒนาการทางภาษา ซึ่งกลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ทแม้จะถูกมองว่าเป็นภาษาวิบัติ แต่ก็ยังสามารถมองว่าเป็นการวิวัฒนาการาด้านภาษาได้เช่นเดียวกัน

การสร้างตัวตนจากกลวิธีการใช้ภาษาของสไปร์ท เมื่อมีวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่ผสานกันอย่างลงตัว ทั้งสองสิ่งนี้สามารถสร้างสไปร์ทให้มีตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมมากมายจากผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ทุกเพศ และทุกช่วงอายุ ส่งผลให้สไปร์ทได้รับโอกาสต่างๆ มากมายในชีวิต เช่น การได้รับโอกาสในการแสดงภาพยนตร์เรื่อง “ส้มป่อย” ละครทีวีเรื่อง “ใส่ร้าย ป้ายสี” ทางช่อง POPS บทบาทพิธีกรภาคสนามในการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ พ.ศ.2564 และการยังได้รับโอกาสถ่ายแบบป้ายโฆษณาเครื่องสำอางแบรนด์มิสทีนซึ่งเป็นแบรนด์เครื่องสำอางระดับประเทศในการรณรงค์ I’m Perfectly Me หรือ ฉัน มั่น หน้า เห็นได้ชัดว่ากลวิธีการใช้ภาษาและบุคลิกท่าทางของสไปร์ทเป็นจุดเริ่มต้นของการมีตัวตน ได้รับการยอมรับจากคนในสังคม ได้รับความเท่าเทียมและรวมไปถึงโอกาสที่ดีต่าง ๆ มากมายที่เข้ามาในชีวิต

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการเก็บข้อมูลจากการรับชมการแพร่ภาพสด(Live) เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูลกลวิธีการใช้ภาษาได้หรือการสนทนาอย่างทันท่วงที
2. ควรมีการเปรียบเทียบการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ที่เป็นกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศท่านอื่นเพื่อศึกษาความเหมือนหรือแตกต่างในกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างตัวตน

เอกสารอ้างอิง

ฐาปนี สีทาจันทร์ และคณะ. (2564). กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออารมณ์ขันในรายการ “ตามใจตุ๊ด”. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 21*(2), 274.

เบญจวรรณ อุปัชฌาย์. (2561). แนวคิดเรื่องตัวตนที่รู้คิดและกระบวนการสร้างตัวตนของมิเชล ฟูโกต์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ,1* (5), 13.

ปอรรัชม์ ยอดเณร. (2555). การพัฒนาอวัจนภาษาในการสื่อสารผ่านกระบวนการสื่อสารการแสดง. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาฉบับพิเศษ ฉบับพิเศษเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจ กับการสื่อสารผ่านสื่อที่แตกต่าง, 1* (1), 18.

วัชรี หิรัญพันธุ์, และจิราพร ประสารการ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเพื่อแสดงความเท่าเทียมของพลังพลเมืองดิจิทัลกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคม. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์, 15*(1), 166.

เสน่ห์ เดชะวงศ์ และคณะ. (2564). โควิด-19: การเปลี่ยนแปลงในภาษาไทย. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ, 8 (2), 415

อดิศร จันทรสุข. (2563). *รายงานการศึกษารูปแบบการสนับสนุน LGBTI+ และ 4P (รายงานผลการวิจัย).* ม.ป.ท.: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

SPRITE BANG. (2563). *ตะลุยตลาดปัฐในงบ 1,000 บาทได้อะไรบ้าง | แต่งองค์ทรงเครื่อง EP.18* สืบค้นวันที่ 12 สิงหาคม 2565 จาก https://www.youtube.com/watch?v=y_cHqgW2tvA&t=237s

_____. (2563). *พักก่อน พาชอปปิ้งตึกแดง I แต่งองค์ทรงเครื่อง EP.9* สืบค้นวันที่ 9 สิงหาคม 2565 จาก https://www.youtube.com/watch?v=78SnwQOMZqk&t=873s

_____. (2564) หมูกระทะเตาดินเผา 169 บาท เตาดี หมูดี สะอาด เชียงใหม่ ซื้อกิน EP.2 สืบค้นวันที่ 20 สิงหาคม 2565 จาก https://www.youtube.com/watch?v=169HUXRtBLk

SpriteBABABA. (2563). *เจน นุ่น โบว์.* สืบค้น วันที่ 30 กรกฎาคม 2565 จาก https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/6811469368581491969

_____. (2564). *วิธีการพูดแฮปปี้นิวเยียร์ที่ถูกต้อง* สืบค้น วันที่ 30 กรกฎาคม 2565 จาก https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/7047026556945878298

_____. (2565). ชุดราตรีสีเหลือง สืบค้นวันที่ 5 สิงหาคม 2565 จาก https://www.tiktok.com/@spritebababi/video/7126448061643115802?

อัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)

The Collective Identity of the Southeastern People in the Animated Film “Raya and The Last Dragon”

นัฐวุฒิ เพียรทอง[1] ศิโรรัตน์ ขำปลื้มจิต[2] สุวิมล ละอองพันธ์[3] และณัชรดา สมสิทธิ์*[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเพื่อชี้ให้เห็นถึงมุมมองของชาวตะวันตกที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยศึกษาจากภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง รายากับมังกรตัวสุดท้าย *(Raya and The Last Dragon)* ทาง Disney+ Hotstar ฉายเมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ.2564 โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ในการร่วมวิเคราะห์ซึ่งวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ปรากฏสามารถแบ่งได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1.ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การแสดงความเคารพ การแบ่งปันและรับประทานอาหารร่วมกัน และศิลปะการต่อสู้ 2.วิถีชีวิต ได้แก่ การทำนา และตลาดน้ำ 3.ความเชื่อ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องมังกรและพญานาค และการสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 4.อาหาร ได้แก่ ต้มยำ 5.ชื่อตัวละคร ได้แก่ บุญ น้อย ทอง ชัย ตุ๊กตุ๊ก และเบญจา

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภาพยนตร์แอนิเมชัน รายากับมังกรตัวสุดท้าย

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: natrada.so@email.psu.ac.th

Abstract

The purpose of this research study on the shared identity of Southeast Asians in the animated film Raya and The Last Dragon was to study the shared identity of Southeast Asians and to point out the angles and perspectives of Southeast Asian peoples. Westerner's perspective on Southeast Asian society and culture The study was based on the animated film Raya and The Last Dragon on Disney+ Hotstar released on March 4, 2021, which used the concept of identity and symbolism in the analysis.

The results of the study showed that the common identity of Southeast Asians can be divided into 5 areas as follows: 1. Art and culture, including showing respect. Sharing and dining together And martial arts 2. Way of life, including farming and floating markets 3. Beliefs include dragons and serpents. And worshiping sacred things 4. Food: Tom Yum 5. Character names are Boon Noi, Thong Chai, Tuk Tuk, and Benja.

Keywords: Identity, Southeast Asia, Animated movies Raya and The Last Dragon

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจแอนิเมชันเป็นอีกธุรกิจที่น่าจับตามอง และได้เข้ามามีบทบาทในสื่อภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี เพราะนอกจากภาพแอนิเมชันและเสียงประกอบแล้วนั้นยังมีเนื้อหาเรื่องราวที่น่าสนใจ น่าติดตาม การดำเนินเรื่องของแอนิเมชันสามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย และให้สัมผัสประสบการณ์ที่มีความแตกต่างจากการดูภาพยนตร์โดยภาพยนตร์แอนิเมชันในยุคเริ่มต้นมักจะกล่าวถึงเหตุการณ์หรือบริบททางสังคมตะวันตก หากแต่ในปัจจุบันภาพยนตร์แอนิเมชันเริ่มมีการนำเสนอเนื้อหา และบริบททางสังคมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแนวผจญภัยแฟนตาซีจากค่ายวอลต์ดิสนีย์ พิกเชอส์ และวอลต์ ดิสนีย์แอนิเมชัน สตูดิโอส์ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันลำดับที่ 59 (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2565) รายากับมังกรตัวสุดท้ายเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของมังกร และตัวละครในนครทั้ง 5 ดินแดนที่ต้องร่วมกันต่อสู้รวมใจเป็นหนึ่งเดียวเพื่อกอบกู้ดินแดนจากภัย และสิ่งชั่วร้าย แต่มนุษย์นั้นมีหลากหลายความคิด ต่างคนต่างมาจากหลากหลายพื้นที่จึงทำให้มีความคิด ทัศนคติที่แปลกแยกแตกต่างกันออกไป อีกทั้งผู้นำของดินแดนไม่ไว้ใจซึ่งกัน และกัน ก็ทำให้เกิดความขัดแย้งแตกแยก แต่สุดท้าย พวกเขาก็ได้เรียนรู้ว่าการที่จะร่วมกันต่อสู้กอบกู้นครดินแดนได้สำเร็จนั้นต้องการความไว้ใจ ความเชื่อใจ ความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อที่จะสามารถร่วมกันต่อสู้เอาชนะจากสิ่งชั่วร้ายทุกสิ่งได้

รายากับมังกรตัวสุดท้ายเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่น่าสนใจเนื่องจากภาพยนตร์เรื่องนี้มีเค้าโครงเรื่องเดิมจากทางทีมงานดิสนีย์ชาวตะวันตกเอาไว้คร่าว ๆ อยู่ก่อนแล้ว โดยมีพื้นที่ 5 ดินแดน มีแม่น้ำที่แบ่งกั้นดินแดน และมังกรอยู่ในโครงเรื่อง หากแต่คุณฝน ประสานสุข วีระสุนทร ชาวไทยที่มีโอกาสได้เป็นหนึ่งใน

ทีมงานตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายเนื้อหาเรื่องราวบท และทีมนักวาดเรื่องราว (head of story) ได้เห็นโครงสร้างของเรื่องนี้ก็ทำให้นึกถึงแม่น้ำโขง และตำนานพญานาค จึงได้นำความเชื่อนี้ไปบอกเล่าแลกเปลี่ยนให้กับทางทีมงาน ทำให้การพัฒนาภาพยนตร์มีการผสมผสานลักษณะ และแนวคิดของชาวเอเชียอยู่ค่อนข้างมาก

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* สะท้อนให้ผู้ชมได้เห็นถึงความโดดเด่น และความสำคัญที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ และได้ทำการรวบรวมศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้วิจัยได้มองเห็นถึงอัตลักษณ์ร่วมของชาวตะวันออกเฉียงใต้ที่ซ่อนอยู่ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนี้ เช่น การทำนา ตลาดน้ำ การแต่งกาย และอาหาร เป็นต้น

หากกล่าวถึง คำว่า “อัตลักษณ์” (Identity) นั้น มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า identitas ซึ่งหมายถึงลักษณะเฉพาะ และสิ่งที่เป็นสมบัติของคน หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่ทำให้สิ่งนั้นเกิดโดดเด่นขึ้นมา หรือมีความแตกต่างจากสิ่งอื่น ๆ และในปัจจุบันพบว่ามีการใช้คำว่า อัตลักษณ์ เข้ามาแทนที่ คำว่า เอกลักษณ์ เพราะว่าปัจเจกนั้นสามารถมีได้หลายอัตลักษณ์ ขณะเดียวกันนั้นความหมายของอัตลักษณ์อาจเปลี่ยนแปลง เลื่อนไหลไปตามบริบท มิได้หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวอีกต่อไป (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 8 อ้างถึงใน พูลศักดิ์ อุดมโภชน์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2557: 382)

อัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่มีความโดดเด่น แตกต่าง สามารถสื่อถึงความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างชัดเจน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาจหมายถึง รูปธรรม และนามธรรม เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมฯ ซึ่งเมื่อเห็นก็สามารถเข้าใจได้ทันทีว่าสิ่ง ๆ นี้คือการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือสื่อถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่อัตลักษณ์ร่วมนี้ก็สามารถเปลี่ยนแปลงคลาดเคลื่อนไปตามกาลเวลา และยุคสมัยได้เช่นเดียวกัน หากแต่ยังคงความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไว้เพื่อสื่อถึงว่า สิ่งนี้คือ “ อัตลักษณ์ร่วมของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ”

จากที่กล่าวมาข้างต้นทางผู้วิจัย จึงได้เล็งเห็นถึงความน่าสนใจในตัวภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่องนี้เพราะมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สื่อถึงอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่แสดงออกผ่านทางภาพยนตร์ และยังมีความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ผสมผสานรวมตัวกันจนมาเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ซึ่งผลจากการศึกษาถึงอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ปรากฏในเรื่องนี้จะทำให้เราได้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้มากยิ่งขึ้น เห็นถึงการนำเสนอ และมุมมองที่ชาวตะวันตกมองถึงอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องนี้โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)*

วิธีการศึกษา/วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ในการวิเคราะห์
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีรับชมภาพยนตร์ บทสัมภาษณ์จากผู้สร้าง และเว็บไซต์ของภาพยนตร์
3. ศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และความเป็นไทยที่ปรากฏภายในเรื่อง

ผลการศึกษา

จากการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จึงพบว่าอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และความเป็นไทยที่ปรากฏอยู่ในเรื่องนั้นมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

1. ศิลปวัฒนธรรม

1.1 การแสดงความเคารพ ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้แสดงถึงลักษณะการแสดงความเคารพของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยปรากฏการแสดงความเคารพหลายลักษณะ โดยการที่จะแสดงความเคารพในลักษณะใดนั้น ต้องพิจารณาผู้ที่จะรับความเคารพด้วยว่าอยู่ในฐานะเช่นใด แล้วจึงแสดงความเคารพให้ถูกต้อง และเหมาะสม ผู้สร้างได้หยิบยกวัฒนธรรมการแสดงความเคารพของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาแสดงผ่านกลุ่มชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของดินแดนทั้งห้าที่ปรากฏในเรื่อง ได้แก่ 1.เผ่าหัวใจ 2.เผ่าหาง 3.เผ่ากรงเล็บ 4.เผ่าสันหลัง และ5.เผ่าเขี้ยว ผู้สร้างได้ออกแบบการทักทายของชาวคูมันตราสำหรับทักทาย สวัสดี กล่าวลา และขอโทษ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันกับการไหว้ของประเทศไทย และนบของประเทศลาว โดยท่านั้นจะทำมือเป็นลักษณะรูปวงกลมคล้ายกับมณีมังกรที่ถูกกำหนดให้เป็นสัญลักษณ์สำคัญของพื้นที่แถบนี้ซึ่งการทำความเคารพที่ปรากฏในภาพยนตร์ถือเป็นการดัดแปลงวัฒนธรรมของชาวตะวันออกเฉียงใต้มาปรับเปลี่ยนเพื่อให้เป็นสากลมากขึ้น และถ้ายิ่งยกมือสูงมากแค่ไหน ก็จะถือว่าเป็นการเคารพมากขึ้นเท่านั้น



ภาพที่ 1 การแสดงความเคารพ

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

1.2 การแบ่งปันอาหารและรับประทานอาหารร่วมกัน ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารร่วมกันซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่สังเกตเห็นได้ชัดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นการที่ครอบครัวจะทำอาหารแล้วนำมาแบ่งปันให้กัน และกัน มีเมนูอาหารที่หลากหลายไม่ได้เป็นอาหารชุดเหมือนกับชาวตะวันตกที่จะรับประทานในส่วนของตนเองไม่ได้แบ่งอาหารแม้จะนั่งร่วมโต๊ะด้วยกัน



ภาพที่ 2 การแบ่งปันและรับประทานอาหารร่วมกัน

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

1.3 มวยไทย ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้นำศิลปะป้องกันตัวมานำเสนอ โดยมวยไทยเป็นศาสตร์ และศิลป์แห่งการต่อสู้ของชาติไทย ที่เป็นศาสตร์เพราะสามารถเรียนรู้ และถ่ายทอดได้เหมือนแขนงอื่น ๆ ส่วนที่เป็นศิลป์เพราะมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ของชนชาติไทย และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในอาเซียนและเอเชีย นอกจากนี้ยังเป็นศิลปะในการต่อสู้ที่ใช้ในการป้องกันตัวโดยใช้ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น หมัด เท้า เข่า ศอก ศีรษะที่เรียกว่านวอาวุธทั้ง 9 และกระบี่กระบอง อ้างอิงจาก สำราญ สุขแสวง. (2560, หน้า 15)



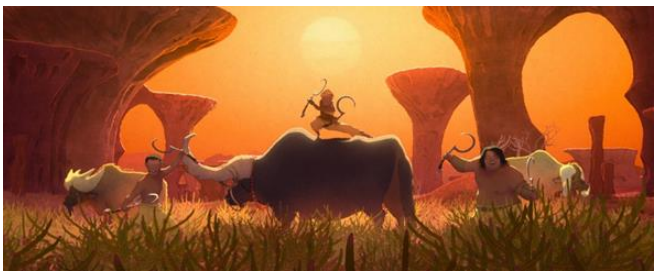
ภาพที่ 3 มวยไทย

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

2. วิถีชีวิต

2.1 การทำนา ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้สะท้อนวิถีชีวิตอาชีพชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยก่อน ประกอบไปด้วย ท้องนา (พื้นที่ทำมาหากิน) กระบือ (พาหนะการทำการเกษตร) และเคียว (เครื่องมือในการประกอบอาชีพ)



ภาพที่ 4 การทำนา

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

2.2 ตลาดน้ำ ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้หยิบยกเอาตลาดน้ำซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจมานำเสนอ โดยตลาดน้ำนั้นมักตั้งอยู่ที่จุดศูนย์กลางของชุมชนบ้านเรือน เป็นที่ที่พ่อค้าแม่ค้าชาวบ้านมาซื้อขายของกัน ซึ่งการขายของบนเรือทางน้ำ ผู้สร้างได้รับแรงบันดาลมาจากตลาดน้ำชื่อดังที่ประเทศไทย และเวียดนาม โดยอัดแน่นไปด้วยความสนุกสนาน มีชีวิตชีวา มีสีสัน และผู้คนในชุมชนที่พลุกพล่าน อีกทั้งคุณฝน ประสานสุข วีระสุนทร หัวหน้าทีมออกแบบภาพหนึ่งในทีมงานของผู้สร้างยังได้กล่าวอีกว่าตลาดนัดกลางคืนนั้นก็เปรียบเสมือนวิถีชีวิตของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จดอ - JUSTดูIT..(2564/23/กุมภาพันธ์)



ภาพที่ 5 ตลาดน้ำ

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

3. ความเชื่อ

3.1 มังกรและพญานาค ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้กล่าวถึงสิ่งมีชีวิตในตำนานที่ทรงพลังของชาวเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มักจะสามารถปรากฏเป็นงู

หรือมนุษย์ และมักจะเกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ ผู้สร้างได้รับแรงบันดาลใจจากพญานาคจึงทำให้ทีมออกแบบเริ่มสร้างมังกรแฟนตาซีที่ลึกลับ ชาญฉลาด และทรงพลัง ที่ซึ่งยังคงไว้ในประเพณีของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้กำหนดให้ตัวละครซีซูที่เป็นมังกร และยังเป็นแรงบันดาลใจหลักในการออกแบบเผ่าหัวใจ โดยทางผู้สร้างได้รับแรงบันดาลใจมาจากการบูชาเทพเจ้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ซึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้รับการเคารพบูชาผ่านทางวัตถุ (discover kumandra. 2565)

ทางคณะผู้วิจัยนั้นมีความเห็นว่าซีซูมีลักษณะที่ทำให้นึกถึงพญานาคตามความเชื่อของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ลาว กัมพูชา จะให้ความสำคัญกับพญานาคเป็นอย่างมาก และผู้สร้างยังได้แสดงให้เห็นถึงการสักการะบูชาเทพตามความศรัทธาความเชื่อ และความสำคัญของแม่น้ำที่ล้อมรอบดินแดนเอาไว้ตั้งแต่เริ่มต้นเรื่องจนจบเนื้อเรื่อง



ภาพที่ 6 มังกรและพญานาค

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

3.2 การสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องมาจากความเชื่อ ความศรัทธาของกลุ่มคนในแต่ละพื้นที่ เช่น การเชื่อในพญานาค การศรัทธาในศาสนา การบูชาเทพเทวดา เป็นต้น ซึ่งการสักการะบูชาก็มีขั้นตอนต่าง ๆ ที่แต่ละศาสนาหรือแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน บางทีอาจจะมีการนำอาหารมาร่วมบูชาบางที่อาจจะเป็นการบูชาแบบจุดธูปเทียน บางที่อาจจะเป็นการบูชาโดยที่ไม่ต้องมีพิธีรีตองอะไรมากมาย และนอกจากนี้อาจจะมีบทสวดในระหว่างที่สักการะบูชาก็ได้ ซึ่งภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้ดัดแปลงลักษณะการเคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวตะวันออกเฉียงใต้มาใช้โดยมีการสักการะบูชา ซีซู ซึ่งเป็นเทพเจ้ามังกรหรือพญานาคด้วยอาหารของมนุษย์มีการกล่าวบทสวดบูชา และการแสดงความเคารพ



ภาพที่ 7 การสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์
ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/
ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

4. อาหาร

4.1 ต้มยำกุ้ง ภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้กล่าวถึงอาหารซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานำเสนอ โดยได้มีการนำเสนอภาพของต้มยำกุ้งซึ่งเป็นอาหารไทยที่กลายเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของประเทศไทย นิยมรับประทานกันทุกภูมิภาค และเป็นที่นิยมสำหรับชาวต่างชาติ ซึ่งการเลือกต้มยำกุ้งมานำเสนอนี้เป็นเสมือนการคัดเลือกอาหารที่มีจุดเด่น และเป็นที่รู้จักในหมู่ชาวตะวันตกมานำเสนอ



ภาพที่ 8 ต้มยำกุ้ง
ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/
ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

5. ชื่อตัวละคร

5.1 ชื่อตัวละครที่ปรากฏในภาพยนตร์ เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ถือเป็นการคัดเลือกชื่อที่ได้รับความนิยม และถูกใช้อย่างแพร่หลายในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ 1.บุญ เป็นคำนาม หมายถึง การกระทำดีตามหลักคำสอนในศาสนา ความดี คุณงามความดี 2.น้อย เป็นคำคุณศัพท์ หมายถึง เกี่ยวกับความน่ารัก น่าเอ็นดู เช่น เด็กน้อย น้องน้อย 3.ทอง เป็นคำนาม หมายถึง ธาตุแท้อย่างหนึ่งสีเหลืองสุก เนื้อเหนียว ใช้ทำรูปพรรณต่าง ๆ และ4.ชัย เป็นคำนาม หมายถึง ชัยชนะ การชนะ และความชนะ



ภาพที่ 9 ตัวละครบุญ

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565



ภาพที่ 10 ตัวละครน้อย

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565



ภาพที่ 11 ตัวละครทอง

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565



ภาพที่ 12 ตัวละครชัย

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

5.2 ชื่อตัวละครในภาพยนตร์ที่เป็นชื่อเฉพาะของประเทศไทย ได้แก่ 1.ตุ๊กตุ๊ก เป็นคำนาม หมายถึง รถสามล้อที่มีเครื่องยนต์ และ2.เบญจา เป็นคำนาม หมายถึง ห้า



ภาพที่ 13 ตัวละครตุ๊กตุ๊ก

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565



ภาพที่ 14 ตัวละครเบญจา

ที่มา : https://www.hotstar.com/th/movies/raya-and-the-last-dragon/1260062999/

ค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2565

ซึ่งการเลือกใช้ชื่อตัวละครดังที่ปรากฏในเรื่องนี้ ถือเป็นการแสดงถึงเจตนารมณ์ของผู้สร้างที่ต้องการจะเชื่อมโยงภาพยนตร์ให้มีความเข้ากันกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ซึ่งทางคณะผู้วิจัยได้พบว่าอัตลักษณ์ร่วมของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่แฝงอยู่ภายในภาพยนตร์นั้นมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1.ศิลปวัฒนธรรม 2.วิถีชีวิต 3.ความเชื่อ 4.อาหาร และ5.ชื่อตัวละคร

ทางคณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้สร้างต้องการสร้างเจ้าหญิงจากค่ายดิสนีย์ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเอเชียเพิ่มอีกหนึ่งตัวละคร และได้ทำการวางโครงเรื่องพร้อมทั้งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุดจากทีมงานที่เป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยตรง รวมทั้งลงพื้นที่สถานที่จริงเพื่อศึกษาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่การสร้างสรรค์เรื่องนี้ทางผู้สร้างต้องการให้มีความเป็นกลาง ไม่ขัดต่อศาสนาหรือเจาะจงประเทศใดประเทศหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ทีมงานออกแบบได้นำความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นี้มาเป็นแรงบันดาลใจ และสร้างสรรค์ผลงานในแบบของดิสนีย์แต่ก็ยังคำนึงถึงความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นหลัก

ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* ได้สร้างความประทับใจให้กับทางคณะผู้วิจัยรวมไปถึงชาวเอเชีย เพราะนอกจากจะมีภาพความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้วผู้สร้างยังถ่ายทอดภาพยนตร์เรื่องนี้ออกมาให้มีความเป็นสากลเพื่อที่ผู้ชมชาวตะวันตกสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น หากผู้สร้างใส่ความเป็นเอเชียมากเกินไปก็อาจจะทำให้เกิดความไม่เข้าใจ เนื่องจากบางวัฒนธรรมก็ไม่ได้ปรากฏในแถบประเทศตะวันตก ซึ่งความประทับใจนี้สามารถเทียบค่าได้จากรายได้ที่ทำเงินทั่วโลกถึงแม้จะเป็นช่วงระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (Covid-19) แต่ก็สามารถทำเงินได้ 26 ล้านดอลลาห์ หรือ 990,067,000.00 บาท Majorcineplex.(2564)

ผู้สร้างได้สอดแทรกความเป็นเอเชียที่นอกเหนือจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เข้าไปร่วมผสมผสานอีกด้วย ซึ่งลักษณะที่มีความเป็นเอเชียผสมผสานอยู่นั้นมีกลิ่นอายของประเทศจีนและประเทศอินเดียร่วมด้วย เช่น มังกรตัวหลักของเรื่องที่เป็นไปตามความเชื่อของชาวจีนว่าเป็นสัตว์เทพในตำนาน เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่นเดียวกันกับพญานาค สัตว์เทพที่ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้ความเคารพนับถือบูชา จากที่กล่าวมานั้นจะสังเกตเห็นได้ว่าผู้สร้างได้แสดงภาพความเป็นเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ผ่านทางภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง *รายากับมังกรตัวสุดท้าย (Raya and The Last Dragon)* โดยมีทั้งภาพความเป็นจริงที่สื่อถึงอัตลักษณ์ และบางสิ่งที่ถูกดัดแปลงเปลี่ยนเป็นไปตามจินตนาการของผู้สร้าง

ข้อเสนอแนะ

การทำงานวิจัยครั้งต่อไปควรสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ความเป็นเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้มากขึ้นเพื่อนำมาประกอบเป็นข้อมูลสำคัญในการเขียนวิจัยครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งทางคณะผู้วิจัยยังสามารถยกประเด็นวิจัยในหัวข้ออื่น ๆ มาวิเคราะห์ตีความเพิ่มเติมได้อีก เช่น อัตลักษณ์ตะวันตกในภาพยนตร์แอนิเมชันค่ายวอลต์ดิสนีย์พิกเชอร์ การถ่ายทอดภาพจำของตัวละครหลักในดิสนีย์ผ่านลักษณะภายนอกอย่างเจ้าหญิงเส้นผมทองสีเหลืองทอง,ดำขลับ เรือนร่างขาวนวล ริมฝีปากสีแดงชมพู และการแต่งกาย

ของตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

จดอ - JUSTดูIT.. (2564). **คนไทย..ใน Disney เจาะลึกเบื้องหลัง RAYA AND THE LAST DRAGON.** สืบค้น 18 สิงหาคม พ.ศ.2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=a_oWwZHP56A

พูลศักดิ์ อุดมโภชน์และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557). การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นชายผ่านพฤติกรรมการบริโภคเชิงสัญญะที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ไทย. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 7(น.1). สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/15810/23214

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2565). *รายากับมังกรตัวสุดท้าย*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม พ.ศ.2565, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/รายากับมังกรตัวสุดท้าย

สำราญ สุขแสวง. (2560). *ศาสตร์และศิลปะมวยไทย.* สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2565, จาก http://rms.mcru.ac.th/uploads/503586.pdf

discover kumandra. (2564). *Raya and The Last Dragon*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม พ.ศ.2565, จาก https://disneyanimation.com/kumandra/

Majorcineplex. (2564). *ดิสนีย์เผยความหมายชื่อตัวละครแบบไทย-อุษาคเนย์ในรายากับมังกรตัวสุดท้าย.* สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2565, จาก https://majorcineplex.com/news/raya-name-meaning

Majorcineplex. (2564). *Raya and the Last Dragon ผงาดขึ้นอันดับ 1 BOX OFFICE กวาดทั่วโลก $26 ล้าน*..สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน พ.ศ.2565, จาก https://www.majorcineplex.com/news/boxofficeraya

กลุ่มมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์
ศิลปวัฒนธรรม
ชุมชนศึกษา คติชน
และการบริการ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่,จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

Marketing Mix Strategy for Ban Pong Krai Community Products Chiang Mai, from the perspective for Thai tourists.

ศิริพรรณ บุญลือ[1] ณัฏิดา เทือกเถาแปง[2]
นภัทรภรณ์ จุลวงษ์[3] และจิรัฐิติกาล มานะจรรยาพงศ์[*4]

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ที่ศึกษา 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ 2) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านปงไคร้ ให้กับผู้ประกอบการชุมชนบ้านปงไคร้ โดยเก็บแบบสอบถามจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 400 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวิสาหกิจชุมชน เป็นของที่ระลึก เช่น ดอกกล้วยไม้ประดิษฐ์ (ฟ้ามุ่ย) และชาเชียงดา สำหรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดย 1) ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 2) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3) สภาพแวดล้อมการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความสะอาด 4) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม หรือ โซเชียลมีเดีย

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน , ชุมชนบ้านปงไคร้ , กลยุทธ์การตลาด, มุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
[*4] อาจารย์จิรัฐิติกาล มานะจรรยาพงศ์ ,สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ, คณะศิลปะศาสตร์ ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
* Corresponding author E-mail: givefy34@hotmail.com

Abstract

The research topic is " Marketing Mix Strategy for Ban Pong Krai Community Products Chiang Mai, from the perspective of Thai tourists" The objectives of the study were 1) to study the marketing mix strategy for Ban Pong Krai community products. Chiang Mai Province, from the perspective of Thai tourists 2) to suggest strategies for marketing mix for products of Ban Pong Krai community Chiang Mai Province, from the perspective of Thai tourists to the entrepreneurs of the Ban Pong Krai community Chiang Mai Province. A total of 4 0 0 people were sampled with questionnaires from Thai tourists who have used community products. The questionnaire is a data collection tool. The results of the analysis using a application package in statistical analysis was used to determine the percentage, frequency, and standard deviation.

The results showed that the purpose of purchasing a product, Thai tourists have purchased products from community enterprise stores. as a souvenir such as artificial orchids (Fah Mui) and Chiang Da tea. From the study of marketing mix strategies. Most tourists pay attention to a large level. In terms of 1) product uniqueness 2) price suitable for quality 3) Clean distribution environment 4) Public relations via social media or social media.

Keywords : Community Products, Ban Pong Krai Community, Marketing Mix Strategy, The perspective of Thai tourists

บทนำ

Thailand 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยไปสู่ความสำเร็จทางด้านการตลาด ด้วยการอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing strategy) ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของการปฏิวัติอุตสาหกรรมยุคที่ 4 อย่างเป็นรูปธรรม ตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้วางไว้ ซึ่งสามารถทำได้โดยการศึกษาลักษณะการแบ่งส่วนตลาดแล้วจึงเลือกส่วนตลาดที่บริษัทมีความถนัดที่จะสนองความต้องการในตลาดนั้น (วิรัตน์ เตชะนิรัติศัย, 2563, หน้า 232-233) โดยเริ่มจากการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด 4P ซึ่งเป็นเครื่องมือวางแผนการตลาดอย่างง่ายที่ได้รับความนิยมสูง เป็นทฤษฎีหนึ่งที่นิยมใช้ในการวางแผนการตลาด ด้วยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion (Think about wealth, 2563) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบันส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นด้วยมือหรือเครื่องมือที่มีอยู่ในครัวเรือนอย่างจำกัด ส่งผลให้ราคาขายของผลิตภัณฑ์ชุมชนสูงกว่าผลิตภัณฑ์จากโรงงาน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกลุ่มเป้าหมายเพียงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน และมีการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ตลาดที่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายชนิดยังขาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถถูกทดแทนด้วยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากโรงงาน (อัญมณี ดีมา, (ม.ป.ป.), (หน้า 3-4)

ชุมชนบ้านปงไคร้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการป่าต้นน้ำ โดยมีชุมชนเป็นส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จึงได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ทางธรรมชาติ มีพรรณไม้ที่หายากหลายชนิด เช่น กล้วยไม้ฟ้ามุ่ย และกล้วยไม้ป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (Thailand Tourism Directory, 2564) นอกจากนี้ ชุมชนบ้านปงไคร้ยังเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ชีวมณฑลแม่สา-คอกม้า จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็น

พื้นที่ชีวสงวน 1 ใน 5 แห่งของประเทศไทย (กฤษณ อร่ามศรี และคณะ, 2565, หน้า 1-10) ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เข้ามาทำกิจกรมต่างๆ เช่น การเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ฟ้ามุ่ย การประดิษฐ์กล้วยไม้ดิน การชงชาดอกเอื้องคำ ชาผักเชียงดาของชุมชน (อนาวิน สุวรรณะ และคณะ, 2564, หน้า 203) อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านปงไคร้ยังมีปัญหาการจัดการด้านการตลาด เนื่องจากชุมชนยังมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นที่น่าดึงดูด นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย เพื่อให้ชุมชนมีการแก้ไขปัญหาการจัดการด้านการตลาดได้นั้น ชุมชนควรได้รับการแนะนำ ในด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการตลาด (4P's) เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาการ จัดการด้านการตลาด

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการแก้ปัญหาการจัดการด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้างปงไคร้ คณะผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเสนอแนะแนวทางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้กับผู้ประกอบการชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชนป้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยว ให้กับผู้ประกอบการชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) จากการคำนวณปรากฏว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องเก็บรวบรวมข้อมูล มีจำนวนทั้งสิ้น 385 คน คณะผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ แบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ ตามกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) เพื่อพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านปงไคร้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบแผนภูมิวงกลมและประกอบการบรรยายเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

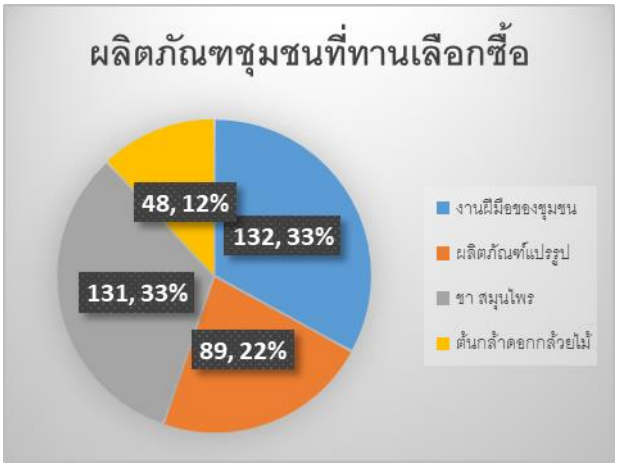
ผลการศึกษา

1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบแผนภูมิวงกลม แสดงความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ(Percentage)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 34 และมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38 และการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังภาพที่ 1 ถึง ภาพที่ 5

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ท่านเลือกซื้อ

จากภาพที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือของชุมชน เช่น ดอกกล้วยไม้ประดิษฐ์ 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมา ผลิตภัณฑ์ประเภทชา สมุนไพร เช่น ชาเอื้องคำ , ชาชียงดา จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 2 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากภาพ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ เพื่อเป็นของที่ระลึก จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ เพื่ออุดหนุนชุมชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 3 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากภาพ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ตนเอง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4 ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก

จากภาพที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากร้านค้าวิสาหกิจชุมชน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา คือ บ้านของคนในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 5 การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากภาพ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อทราบว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากคนในชุมชน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา ตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้าก่อน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือ คิดเป็นร้อยละ 33 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ เพื่อเป็นของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 40 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 44 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก ร้านค้าวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47 และตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อทราบว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากคนในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37

4.2 ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด นำเสนอในรูปแบบตารางค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 4

1. การนำเสนอผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีการนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน		ระดับความเห็นด้วย
	$\bar{X}$	(S.D.)	
ด้านผลิตภัณฑ์			
ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์	4.20	0.756	มาก
ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.17	0.650	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.15	0.691	มาก
อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	4.08	0.688	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	**4.15**	**0.535**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาจากตัวเลือกพบว่า ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20) รองลงมา คือ ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17)

2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ด้านราคา โดยมีการนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตาราง 2

ตารางที่ 2 กลยุทธ์ด้านราคา

ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน		ระดับความเห็นด้วย
	$\bar{X}$	(S.D.)	
ด้านราคา			
มีการติดป้ายบอกข้อมูลด้านราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	4.08	0.659	มาก
มีระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	4.01	0.691	มาก
ราคาเหมาะสมกับปริมาณผลิตภัณฑ์	3.97	0.700	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	3.92	0.705	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	**3.99**	**0.543**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านราคา เมื่อพิจารณาจากตัวเลือกพบว่า การติดป้ายบอกข้อมูลด้านราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08) รองลงมา คือ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01)

3. การนำเสนอผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตาราง 3

ตารางที่ 3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน		ระดับความเห็นด้วย
	$\bar{X}$	(S.D.)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสภาพแวดล้อมที่สะอาด	3.96	0.720	มาก
พื้นที่ของสถานที่จัดจำหน่ายกว้างขวาง	3.88	0.761	มาก
มีผลิตภัณฑ์พร้อมสำหรับการจัดจำหน่ายเสมอ	3.87	0.734	มาก
สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง	3.79	0.764	มาก
มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	3.69	0.892	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	**3.84**	**0.641**	**มาก**

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาจากตัวเลือกพบว่า สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมที่สะอาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96) รองลงมา คือ พื้นที่ของสถานที่จัดจำหน่ายกว้างขว้าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88)

4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีการนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตาราง 4.4

ตารางที่ 4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน		ระดับความเห็นด้วย
	$\bar{X}$	(S.D.)	
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด			
พนักงานขายสุภาพ อัธยาศัยดี	4.13	0.66	มาก
พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4.12	0.65	มาก
การบริการของพนักงานขายในชุมชน	4.09	0.68	มาก
มีโปรโมชั่นให้นักท่องเที่ยว	3.61	0.89	มาก
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น เพจ Faceboock	3.55	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด	**3.90**	**0.596**	**มาก**

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อพิจารณาจากตัวเลือกพบว่า พนักงานขายสุภาพ อัธยาศัยดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) รองลงมา พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12)

จากการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นด้วยอยู่ที่ “มาก” ในทุกปัจจัยของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 4.15 ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา คิดเป็น 3.99 ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็น 3.84 และค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด คิดเป็น 3.90

สรุปและอธิปรายผล

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่, จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ผลได้ดังนี้

1.พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบส่วนใหญ่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือ เช่น กล้วยไม้ประดิษฐ์ ต่างหูกล้วยไม้ดิน มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว คือ ตนเอง โดยเลือกช่องทางการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากร้านค้าวิสาหกิจชุมชน และส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อทราบว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากคนในชุมชน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นภัสวรรณ ยะอนันต์ และคณะ (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นประเภทอาหาร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ตนเอง และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เป็นการซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า และยังไม่สอดคล้องกับ พัชรัมภา ม่วงมุลตรี (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ในตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก/สินค้า OTOP เหตุผลและวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า คือ เพื่อการอุปโภคบริโภค บุคคลมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ อาชีพ หรือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านปงไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากทั้งหมด ซึ่งสามารถเรียงระดับความสำคัญในแต่ละด้านตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามยังกล่าวถึง บรรจุภัณฑ์ ที่ควรพัฒนาให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ เพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ จักรพัชร ลิยะวราคุณ และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมผ้าทอ สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันดินแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยว ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ในการแสดงระดับความต้องการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ และมีความทนทานต่อการใช้งาน รวมทั้งยังมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หากหลาย และนักท่องเที่ยวยังกล่าวถึงบรรจุภัณฑ์ว่าควรเพิ่มความน่าสนใจให้มากขึ้น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าระดับความคิดเห็นด้านราคารองลงมา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องการติดป้ายบอกข้อมูล ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ประเสริฐ มีเครือ (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ โอทอป (ไข่เค็มดินสอพอง) กรณีศึกษาในค่ายภูมิพล ศูนย์การทหารปืนใหญ่ จังหวัด

ลพบุรี พบว่า ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการแสดงราคาที่ชัดเจน และถูกต้อง ผู้ประกอบการจึงควรแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ไว้บนผลิตภัณฑ์หรือช่องทางสำหรับใช้จำหน่ายอย่างชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายที่มีความสุภาพ อัธยาศัยดี และมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ รัตติกาญจน์ ภูษิต (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลนในจังหวัดสุโขทัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย การให้คำปรึกษา แนะนำและตอบข้อซักถามของผู้บริโภคและคนกลางเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การให้บริการขายโดยผ่านพนักงาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของสภาพแวดล้อมที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาด และกว้างขวาง และชุมชนควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาวรรณ สอนสวัสดิ์ (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้า ของผู้บริโภคชิ้นส่วนไก่ในภูมิภาคตะวันตก พบว่า กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเน้นการเข้าถึงลูกค้าให้มีความสะดวกสบาย ทั้งการเลือกตำแหน่งที่ตั้งในแหล่งชุมชน การขยายสาขาให้พอเพียงต่อความต้องการ การเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อสินค้า ผ่านสื่อออนไลน์ อีกทั้งการจัดวางสินค้าภายในร้านก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้าน ลูกค้าทั้งนี้ก็พอตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าให้ทันท่วงที

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ชุมชนควรมีวิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการนำเสนอการขายสินค้า เช่น เพจ Facebook เว็บไซต์ของตำบล เป็นต้น

1.2 ผู้ประกอบการควรปรับกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัย และเข้าร่วมรับฟังการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีหรือการใช้อินเตอร์เน็ต เพื่อให้เกิดความรู้เพิ่มมากขึ้น

1.3 ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพและทันสมัยยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อสินค้า ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เคยและไม่เคยท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนในอำเภออื่นๆของจังหวัดเชียงใหม่

2.2 ควรศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด แบบอื่นเพิ่มเติม เช่น 7Ps 10Ps เป็นต้น

2.3 การศึกษาในครั้งต่อไปควรใช้เครื่องมือวิจัย เช่น แบบสัมภาษณ์ หรือกรอกความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้เข้าถึงความต้องการและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

จักรพัชร ลิยะวราคุณ และคณะ. (2561). การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอ สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนสันดินแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. (ศิลปศาสตร์บัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, เชียงใหม่.

นภัสวรรณ ยะอนันต์ และคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง. (บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพ.

ประเสริฐ มีเครือ. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โอทอป (ไข่เค็มดินสอพอง) กรณีศึกษาในค่ายภูมิพล ศูนย์การทหารปืนใหญ่ จังหวัดลพบุรี. (ทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพ.

พัชรัมภา ม่วงมุลตร. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กบัพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ในตลาดน้ำโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, ปทุมธานี.

รัตติกาญจน์ ภูษิต. (2563). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลนในจังหวัดสุโขทัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารวิชาการ มหาลัยการกีฬาแห่งชาติ, 12(2), 87.

วิรัตน์ เตชะนิรัติศัย. (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับมาตรฐานไทยแลนด์ 4.0 (Marketing Strategies to Support Thailand 4.0). วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(2), 232-233

สุภาวรรณ สอนสวัสดิ์. (2564). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคชิ้นส่วนไก่ในภูมิภาคตะวันตก. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 8(1), 136-150.

อัญมณี ดีมา. (ม.ป.ป.). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาดในชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์. หน้า 3-4

อนาวิน สุวรรณะ และคณะ. (2564). การพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อชุมชนในพื้นที่ชีวมณฑลแม่สา – คอกม้า จังหวัดเชียงใหม่.วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 13(3), 203.

Thailand Tourism Directory. (2564). บ้านปงไคร้. สืบค้น 21 กรกรกฎาคม 2565, จาก https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/98844

Think about Wealth. (2563). กลยุทธ์การตลาด 4P Marketing Mix. สืบค้น 9 สิงหาคม 2565, จาก https://www.thinkaboutwealth.com/4p-marketing-mix/

กลวิธีการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงโหมโรงเย็น

Methods of Performing PINAI of Kruchamnian Srithaiphan in Homrongyen Suit

ดรัณภพ เกิดแก้ว[1], รัชวิช มุสิการุณ[2]
บรรเทิง สิทธิแพทย์[3] และไชยวุธ โกศล*[4]

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นงานวิจัยทางดนตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการแปรทำนองและเทคนิคการบรรเลงปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงชุดโหมโรงเย็น ตัวอย่างเพลงที่ศึกษาคือเพลงสาธุการ เพลงรัวสามลาและเพลงเชิด โดยศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์เพลงตามหลักทฤษฎีดุริยางค์ไทย ผลการวิจัยพบว่าการแปรทำนองทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ มีการแปรทำนองในลักษณะของการเก็บเป็นสำนวนกลอนลักษณะต่าง ๆ นำมาร้อยเรียงกันอย่างมีชั้นเชิงและสัมพันธ์กับกลุ่มเสียง และการเป่าจาวโดยยึดลูกตกตามทำนองหลัก มีการใช้วิธีการเป่าลอยจังหวะเป็นบางช่วง มีทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนองแบบสามเหลี่ยมคว่ำมากที่สุด ด้านเทคนิคการบรรเลงปี่ในพบว่ามีการใช้เทคนิคต่าง ๆ สอดแทรกอยู่ในสำนวนกลอนปี่เพื่อเน้นให้ทำนองมีความโดดเด่นและชัดเจนขึ้น ได้แก่ เทคนิคการตอดลิ้น การใช้นิ้วควง การเป่าโหยหวน การใช้เสียงปริบ การใช้เสียงเอื้อนและการพรมนิ้ว ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์สำคัญในการแปรทำนองทางปี่ของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ คือ การแปรทำนองโดยสอดแทรกเสียงตอล็อด (เสียงลาที) ในสำนวนกลอนอย่างเหมาะสมและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งวิธีการดังกล่าวส่งผลให้เสียงปี่ดังลอดเครื่องและโดดเด่นชัดเจนออกมาจากเครื่องดนตรีอื่น ๆ

คำสำคัญ: การแปรทำนอง ปี่ใน เพลงโหมโรงเย็น ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาดนตรีไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[3] อาจารย์, สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[4] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

* Corresponding author E-mail: chaiwut.ko@skru.ac.th

Abtract

This qualitative research is aims to study the mlodic characteristics and playing technique of *Pinai* played by Master *Chamnian Srithaiphan*. The sample or music repertoires; *Sathukar, Rua Sam La and, Cherd*; were selected from the evening prelude (*Hom Rong Yen*) and analysis in according to Thai music theory.

The results had shown that the melody of Pinai played by Kru ChamnianSrithaiphan had variations in the manner of *Keb* and*Jao* according to the main melody, and there are some of *Hoy-huan* in some parts of the song. There are many variations of the melody in the verse that are arranged strategically and in relation to the mode. As for the technique of *Peenai* playing, it was found that various techniques, such as *Tord Lin, Kuang New, Hoy-huan, Prib, Uern, and Prom*. From the results of the analysis, it was found that the important identity of the melody transformation in the *Pinai* played by Khru Chamnian Srithaiphant is the melody transformation by inserting the *Tolod* (sound of note la and ti) in various melodies appropriately and in various forms. This method results in the sound of the *Pinai* coming through the instrument and making it stand out from the rest of the instruments.

Keywords: Melodic variation, Pinai, Hom Rong Yen, Jamnian Srithaiphan

บทนำ

ปี่ใน เป็นเครื่องดนตรีที่ถูกคิดค้นขึ้นโดยคนไทย ซึ่งมีลักษณะเป็นทรงกระบอกและมีรูเพื่อใช้สำหรับการบังคับเสียง โดยลักษณะของปี่ในสามารถทำช่วงเสียงได้หลากหลายช่วงเสียง ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีที่ใช้ในวงปี่พาทย์และเป็นเครื่องดนตรีที่บรรเลงเพื่อขึ้นหัวนำก่อนทุกครั้งในการบรรเลง (อุดม อรุณรัตน์, ๒๕๓๐) ปี่ในนับว่าเป็นเครื่องดนตรีของประเทศไทยที่แสดงให้เห็นถึงความมีอัจฉริยภาพของคนไทย เนื่องจากเป็นเครื่องดนตรีที่คนไทยเป็นผู้ผลิตและคิดค้นขึ้นเองโดยไม่ได้นำมาจากกลุ่มประเทศอื่นๆ ซึ่งสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเครื่องดนตรีของไทยแท้ๆ นั้น เนื่องจากในด้านกรรมวิธีการสร้าง เช่น การเจาะรูบังคับสียงหรือลักษณะทางกายภาพภายนอกมีลักษณะแตกต่างจากเครื่องเป่าประเทศอื่นและในด้านของระบบนิ้วนั้น เครื่องเป่าของไทยนับว่าแตกต่างจากกลุ่มประเทศอื่นๆอย่างชัดเจน เนื่องจากมีระบบการใช้นิ้วที่สลับซับซ้อนไม่มีการเรียงลำดับ (ชัชวาล สนิทสันเทียะ, ๒๕๕๓) ซึ่งนอกจากปี่ในแล้วยังมีปี่อีก ๓ ชนิดได้แก่ ปี่นอก ปี่กลาง ปี่นอกต่ำ ถูกคิดค้นขึ้นโดยคนไทยทั้งหมดแต่ในปัจจุบันปี่บางประเภทนับว่าเห็นการใช้งานน้อยลง เช่น ปี่กลางที่ใช้ประกอบหนังใหญ่ซึ่งปัจจุบันหนังใหญ่ไม่เป็นที่นิยมจึงทำให้ปี่กลางถูกลดบทบาทลงไปด้วย ปี่นอกแต่เดิมนั้นจะใช้เป่าคู่กับปี่ในซึ่งจะบรรเลงในวงปี่พาทย์แต่ภายหลังกลับไม่เป็นที่นิยมและปี่นอกต่ำปัจจุบันยังมีการใช้งานให้เห็นอยู่บ้างเนื่องจากจะใช้ในการบรรเลงเดี่ยว “เชิดนอก” ซึ่งจะใช้เฉพาะการแสดงโขน จึงทำให้ปี่ทั้ง ๔ ชนิดของไทยปัจจุบันนั้นมีเพียง “ปี่ใน” ชนิดเดียวเท่านั้นที่ยังมีการใช้อย่างแพร่หลายและพบเห็นได้มาก (สโมสรดุริยางค์ไทย, ๒๕๑๘)

ปัจจุบัน พบว่ามีผู้เรียนปี่ในน้อยลง เนื่องจากปี่ในนั้นมีลักษณะการฝึกหัดที่ใช้ระยะเวลานาน ใช้ลมเยอะและนับว่าเป็นเครื่องดนตรีที่เหนื่อยกว่าเครื่องดนตรีชนิดอื่นๆ ซึ่งด้วยความยากและต้องใช้ระยะเวลาฝึกหัดนานทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่ที่ไม่ได้มีความชื่นชอบในปี่ในอย่างจริงจังมักจะเลิกเรียนไป ดังนั้นทำให้ บุคคลที่มีความสามารถทางด้านปี่ในถึงระดับที่มีความเชี่ยวชาญสูงจึงพบได้น้อย (ไชยวุธ โกศล, ๒๕๖๐) ถึงแม้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านปี่ในจะมีน้อย แต่ก็ยังมีครูบาอาจารย์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับว่ามีความเชี่ยวชาญทางด้านปี่ในเป็นอย่างสูงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น พระยาประสานดุริยศัพท์ พระยาเสนาะดุริยางค์ ครูเทียบ คงลายทอง ครูเทวาประสิทธิ์ พาทยโกศล ครูกาหลง พึ่งทองคำ ครูสุวิทย์ แก้วกระมลและครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ เป็นต้น (พูนพิศ อมาตยกุล, ๒๕๒๙)

ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ เป็นครูผู้ที่มีความสามารถโดดเด่นเป็นอย่างมากทางด้านเครื่องเป่าอีกทั้งยังเป็นศิลปินแห่งชาติทางด้านดนตรีไทยและยังเคยร่วมงานกับวงดนตรีอีกหลากหลายวง เช่น วงฟองน้ำ วงกังสดาล โดยครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ นอกจากจะเป็นนักดนตรีและนักประพันธ์ที่มากด้วยความสามารถแล้วยังเป็นครูผู้อุทิศตนถ่ายทอดวิชาความรู้ต่างๆให้แก่ศิษย์อย่างมากมาย (ชัชวาล สนิทสันเทียะ, ๒๕๕๓) ผลงานที่ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ได้ประพันธ์เอาไว้มีหลากหลายบทเพลง เช่น เดี่ยวปี่ในเพลงนกขมิ้น ๓ ชั้น เดี่ยวปี่ในเพลงลาวแพน เดี่ยวปี่ในเพลงเชิดนอก เดี่ยวปี่ในเพลงกราวใน เป็นต้น

เพลงต่างๆที่ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ได้เรียบเรียงการแปรทำนองเอาไว้และมีการบันทึกเป็นแผ่นเสียงมีหลากหลายเพลง โดยพบเพลงโหมโรงเย็นซึ่งเป็นอีกหนึ่งชุดเพลงโหมโรงที่สำคัญ เนื่องจากเพลงโหมโรงเย็นนั้นจัดเป็นเพลงพื้นฐานใน ๓ เพลงโหมโรงหลักของปี่พาทย์ที่จะต้องเรียนรู้ เนื่องจากเป็นแม่แบบในการบรรเลงฆ้องวงใหญ่อีกทั้งในด้านของเครื่องดำเนินทำนองชิ้นอื่นๆ เช่น ปี่ใน ระนาดเอก ระนาดทุ้ม ฆ้องวงเล็ก ก็ยังเป็นพื้นฐานสำคัญเพื่อต่อยอดไปยังบทเพลงต่างๆได้ ใน ๓ โหมโรงข้างต้นประกอบด้วยโหมโรงเช้า โหมโรงเย็นและโหมโรงกลางวัน (อัศนีย์ เปลี่ยนศรี, ๒๕๕๑)

โหมโรงเย็น นับว่าเป็นเพลงโหมโรงพื้นฐานที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นเพลงที่มีมาอย่างเนิ่นนานและเป็นรากฐานของเพลงโหมโรงอื่นๆ เช่น โหมโรงเทศน์ โหมโรงเช้าและโหมโรงกลางวัน เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นเพลงที่มีการจัดเรียงลำดับของเพลงซึ่งในแต่ละบทเพลงล้วนความหมายแฝงอยู่ โดยโหมโรงเย็นเป็นเพลงที่สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อที่หลากหลายและกลมกลืนเข้าด้วยกันของคนไทย ทั้งความเชื่อในเรื่องของพุทธ พราหมณ์และผี (สุจิตต์ วงษ์เทศ, ๒๕๓๗)

ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าลักษณะกลวิธีการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธ์ ในเพลงโหมโรงเย็นนั้นมีท่วงทีทำนองและกลอนที่น่าสนใจ อีกทั้งโหมโรงเย็นนั้นยังเป็นเพลงพื้นฐานสำคัญที่ชาวปี่พาทย์จะต้องครอบครูและเรียนรู้ตามขนมธรรมเนียมและเป็นเพลงที่รวบรวมเอาเทคนิคพื้นฐานต่างๆ เอาไว้อย่างครบถ้วน เหมาะแก่การนำมาศึกษาหาลักษณะกลวิธีการดำเนินกลอนเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเองและผู้ที่มีความสนใจในลักษณะการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาลักษณะการแปรทำนองทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงชุดโหมโรงเย็น

๒. เพื่อศึกษาลักษณะเทคนิคทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงชุดโหมโรงเย็น

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิจัยทางดนตรี ดำเนินการวิจัยในปี พ.ศ. 2563-2564 ผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างในการศึกษาแบบเจาะจง เลือกศึกษาการแปรทำนองปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ โดยใช้ข้อมูลจากเทปบันทึกเสียงชุดปี่พาทย์โบราณ ซึ่งบันทึกเสียงเมื่อ พ.ศ. 2537 โดยบริษัทต้นอ้อแกรมมี่จำกัด ตัวอย่างเพลงที่นำมาศึกษาคือเพลงสาธุการ เพลงรัวสามลาและเพลงเชิด โดยศึกษาด้านการแปรทำนองและเทคนิคการบรรเลงในเพลงสาธุการและเพลงเชิด ศึกษาด้านเทคนิคการบรรเลงในเพลงรัวสามลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ โปรแกรมเล่นไฟล์ MP4 เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ้ค โทรศัพท์มือถือ สมุดบันทึกโน้ตแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ดำเนินการวิจัยโดยรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำมาจัดหมวดหมู่และคัดเลือกข้อมูล คัดเลือกข้อมูลการบันทึกเสียงของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์จากผลงานชุดปี่พาทย์โบราณ ถอดโน้ตทางปี่ นำไปตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยวุธ โกศล ซึ่งเป็นศิษย์ที่เรียนปี่โดยตรงกับครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ จากนั้นจึงวิเคราะห์เพลงตามหลักดุริยางคศาสตร์ไทย ในด้านการแปรทำนอง ลักษณะของทำนอง ทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนอง และเทคนิคการบรรเลงปี่ใน สรุปผลการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ลักษณะการแปรทำนองและเทคนิคทางปี่ในเพลงสาธุการของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ จากเพลงชุดโหมโรงเย็นผู้ศึกษาวิเคราะห์ในเรื่อง ลูกตก กลุ่มเสียง ลักษณะการแปรทำนอง ทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนอง เทคนิคทางปี่ใน

จากการศึกษาวิเคราะห์เพลงสาธุการ พบว่าทำนองทางปี่ในใช้กลุ่มเสียง ซลทxรมx จำนวน ๗๙ ครั้ง และกลุ่มเสียง รมฟxลทx จำนวน ๓๑ ครั้ง โดยมีลูกตกเสียง ลา จำนวน ๓๐ ครั้ง เสียง มี จำนวน ๒๑ ครั้ง เสียง ที จำนวน ๑๙ ครั้ง เสียง ซอล จำนวน ๑๘ ครั้ง เสียง เร จำนวน ๑๔ ครั้งและเสียง ฟา จำนวน ๔ ครั้ง

ในด้านการแปรทำนองพบว่าเป็นการแปรทำนองโดยยึดลูกตกตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ มีเพียงบางวรรคเท่านั้นที่ลูกตกไม่ตรงตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ เนื่องจากเป็นลักษณะของกลอนฝากและการเป่าโหยหวน โดยมีรูปแบบการดำเนินทำนองในทางปี่ใน เป็นการเป่าในลักษณะเก็บจำนวน ๙๓ ครั้ง เป่าในลักษณะจาวๆ จำนวน ๙ ครั้งและเป่าในลักษณะการโหนหวนจำนวน ๘ ครั้ง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างการเป่าเก็บ

ฆ้องวง	- ร̣ - ม̣	- ร̣ - -	ท ท - -	ล ล - ซ
ใหญ่	- ร - ม	- - - ท̣	- - - ล̣	- - - ซ̣
ปี่ใน	ร̣ ท ล ซ	ร ซ ล ท	ซ ล ล̂ ล̣	ร̣ ท ล ซ

ตัวอย่างการเป่าจาว

ฆ้องวง	- ม - -	ม ร - ม	- ล - -	ซ ซ - ล
ใหญ่	- ร - ท	- ล - ท	- ล - ซ	- - - ล
ปี่ใน	- ร - ร	- - - ม	- ล - -	ม – ซล

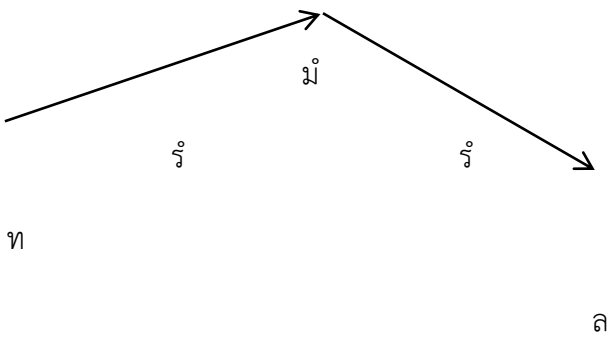
ตัวอย่างการเป่าโหยหวน

ฆ้องวง	- ร - ม	- ร - -	ท ท - -	ล ล - ซ
ใหญ่	- ร - ม	- - - ท	- - - ล	- - - ซ
ปี่ใน	- - - -	- - ลล	- - ทล	ร - - -

จากการศึกษาทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนองทางปี่ในพบว่า มีการใช้ทิศทางการเคลื่อนที่แบบสามเหลี่ยมคว่ำ จำนวน ๒๔ ครั้ง แบบลงขึ้นแล้วเคลื่อนที่ไปในทิศทางลง จำนวน ๑๔ ครั้ง แบบสามเหลี่ยมหงายจำนวน ๑๓ ครั้ง แบบทิศทางขึ้น จำนวน ๑๒ ครั้ง แบบสี่เหลี่ยมคางหมูคว่ำจำนวน ๙ ครั้ง แบบขั้นบันไดขึ้น จำนวน ๖ ครั้ง แบบย้ำเสียงแล้วไปในทิศทางลงแล้วจึงขึ้น จำนวน ๕ ครั้ง แบบย้ำเสียงแล้วไปในทิศทางลง จำนวน ๕ ครั้ง แบบทิศทางลง จำนวน ๔ ครั้ง แบบสี่เหลี่ยมคางหมูหงายจำนวน ๔ ครั้ง แบบขึ้นลงแล้วขึ้น จำนวน ๔ ครั้ง แบบทิศทางขึ้นแล้วย้ำเสียง จำนวน ๒ ครั้ง แบบลงขึ้นแล้วย้ำเสียง จำนวน ๒ ครั้ง แบบย้ำเสียงแล้วไปในทิศทางขึ้น จำนวน ๒ ครั้ง แบบทิศทางลงแล้วย้ำเสียง จำนวน ๒ ครั้ง แบบย้ำเสียงแล้วไปในทิศทางขึ้นลง จำนวน ๑ ครั้งและแบบขั้นบันไดลง จำนวน ๑ ครั้ง

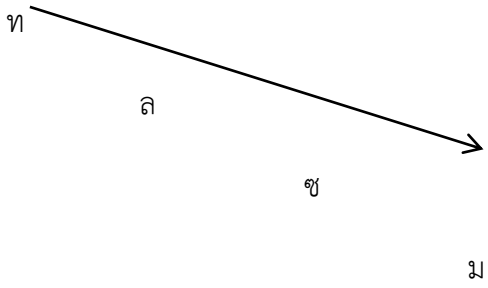
ตัวอย่างทิศทางการเคลื่อนที่แบบสามเหลี่ยมคว่ำ

ร ซ ล ท	ซ ล ท ร	ม ร ซ ม	ร ท ร -	- - ล



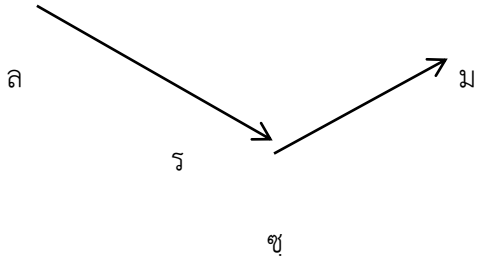
ตัวอย่างทิศทางการเคลื่อนที่แบบทิศทางลง

ซ ท ล ท	ซ ล ล ล	ร ท ล ซ	ม ล ซ ม



ตัวอย่างทิศทางการเคลื่อนที่แบบสามเหลี่ยมหงาย

ล ล ท ล	ฟ ม ร -	ทฺ - ลฺ ซฺ	ลฺ ทฺ ร ม



จากการศึกษาเทคนิคทางปี่ในพบว่า มีการใช้เทคนิคการตอดลิ้น จำนวน ๔๕ ครั้ง เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะ จำนวน ๒๘ ครั้ง เทคนิคการตีนิ้วจำนวน ๒๓ ครั้ง เทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๒๐ ครั้ง เทคนิคการเอื้อนเสียง จำนวน ๑๗ ครั้ง เทคนิคการสะบัด จำนวน ๑๒ ครั้ง เทคนิคการปริบ จำนวน ๔ ครั้ง เทคนิคการโหน จำนวน ๔ ครั้งและเทคนิคการรวบเสียงจำนวน ๑ ครั้ง

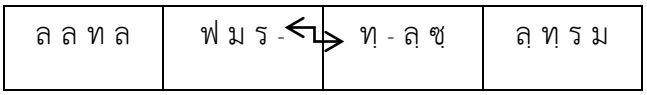
ตัวอย่างการใช้เทคนิคการตอดลิ้น

ท(ท)ล ท	ม ล ซ ม	ซ ม ท ล	ซ ล(ล)ล

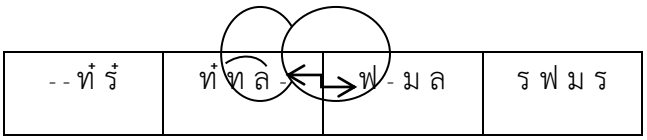
ตัวอย่างการใช้เทคนิคการควงนิ้ว

ร - ร̊	- - - ม	- ล - -	ม – ซล

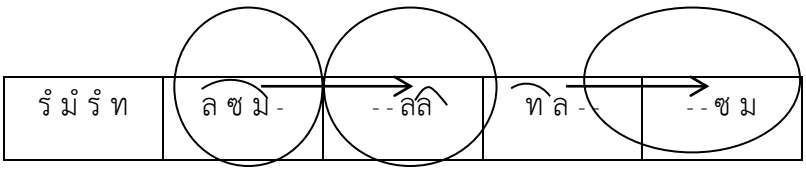
ตัวอย่างการใช้เทคนิคการย้อยจังหวะ



ตัวอย่างการใช้เทคนิคการตีนิ้วและการย้อยจังหวะ



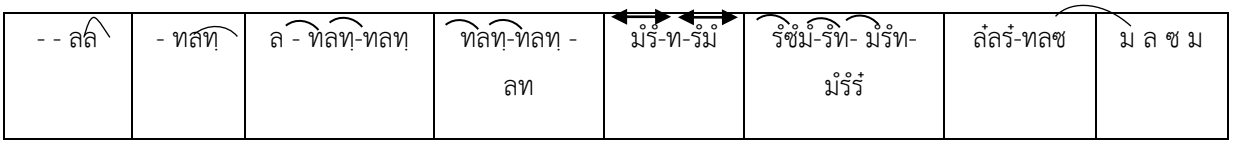
ตัวอย่างการใช้เทคนิคการสะบัด การย้อยจังหวะและการเอื้อนเสียง



เพลงที่วิเคราะห์เพลงที่สอง คือ เพลงรัวสามลา ซึ่งเป็นเพลงที่มีอัตราจังหวะที่มีความอิสระ ซึ่งในทางปี่ในนั้นจึงเป็นเพลงที่เปิดเป็นเพลงในชุดโหมโรงเย็นโอกาสให้แสดงถึงการใช้เทคนิคต่างๆ ได้อย่างหลากหลายและครบถ้วนมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์เพลงนี้เพื่อศึกษาในด้านของกลวิธีการใช้เทคนิคการบรรเลงรูปแบบต่างๆ

จากการวิเคราะห์เทคนิคทางปี่ในเพลงรัวสามลาของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ จากเพลงชุดโหมโรงเย็นผู้ศึกษาพบการใช้เทคนิคที่มีการใช้งานมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ พบการใช้เทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๗๘ ครั้ง เทคนิคการขยี้นิ้ว จำนวน ๓๕ ครั้ง เทคนิคการตอดลิ้นจำนวน ๓๐ ครั้ง เทคนิคการสะบัด จำนวน ๒๓ ครั้ง เทคนิคการตีนิ้ว จำนวน ๒๑ ครั้ง เทคนิคการปริบ จำนวน ๑๘ ครั้ง เทคนิคการรวบเสียง จำนวน ๑๐ ครั้ง เทคนิคการโหนเสียง จำนวน ๖ ครั้งและเทคนิคการเป่าย้อยจังหวะจำนวน ๑ ครั้ง

ตัวอย่างการใช้เทคนิคการบรรเลงแบบต่าง ๆ ในเพลงรัวสามลา



จากตัวอย่างโน้ตข้างต้น พบว่าในครึ่งประโยคแรกทางปี่ในมีการการใช้เทคนิคการตอดลิ้นเสียง ล ในห้องที่ ๑ พบการใช้เทคนิคการตีนิ้วเสียง ทล ในห้องที่ ๒ โดยตีนิ้วในช่วงเสียงกลางในสองเสียงแรกแล้วจึงข้าม

ไปเสียง ทฺ ในช่วงเสียงต้อ จากนั้นในห้องที่ ๓ และ ๔ เป็นการใช้เทคนิคการขยีนิ้ว โดยใช้เทคนิคการตีนิ้วร่วม จำนวน ๔ ครั้ง ซึ่งในห้องที่ ๓ และ ๔เป็นลักษณะการตีนิ้วแบบเดียวกับห้องที่ ๒ ในครึ่งประโยคหลังห้องที่ ๕ ทางปี่ในพบการใช้เทคนิคการขยี้นิ้ว ๕ เสียงร่วมกับการใช้เทคนิคการปริบจำนวน ๒ ครั้ง โดยพบการปริบเสียง มีรำ จำนวน ๑ ครั้ง เสียง รัมำ จำนวน ๑ ครั้ง ห้องที่ ๖ พบการใช้เทคนิคการขยี้นิ้ว ๑๑ เสียง โดยใช้เทคนิคการสะบัดร่วมจำนวน ๓ ครั้งและเทคนิคการควงนิ้วเสียง รฺ จำนวน ๑ ครั้ง ในห้องที่ ๗ พบการใช้เทคนิคการควงนิ้วจำนวน ๒ ครั้งคือเสียง ลฺ,รฺ จากนั้นในห้องที่ ๘ เป็นลักษณะการใช้เทคนิคการโหนให้เสียงตกไปตกประโยคถัดไป

ส่วนในเพลงเชิดซึ่งเป็นเพลงที่สามที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทางปี่ใน ของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ผู้วิจัยพบว่าเพลงเชิดประกอบด้วย ๒ ส่วนใหญ่ๆคือ ส่วนต้นและส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) โดยผู้ศึกษาทำการศึกษาการแปรทำนองและเทคนิคการบรรเลง ซึ่งจากการศึกษาลักษณะการแปรทำนองเพลงเชิด ๒ ชั้น ในส่วนต้น ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้ลักษณะการแปรทำนองมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ แปรทำนองในลักษณะการเก็บ จำนวน ๖ ครั้งการเก็บร่วมกับการเป่าจาวๆ จำนวน ๔ ครั้ง การโหนร่วมกับการเป่าจาวๆ จำนวน ๒ ครั้ง การโหน จำนวน ๑ ครั้ง การขยี้ จำนวน ๑ ครั้ง การเป่าจาวๆร่วมกับการโหนและการเก็บ จำนวน ๑ ครั้งและในส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้ลักษณะการแปรทำนองมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ การเก็บ จำนวน ๑๘ ครั้ง การโหน จำนวน ๒ ครั้ง การเก็บร่วมกับการเป่าจาวๆ จำนวน ๒ ครั้ง เป่าจาวๆร่วมกับการเก็บ จำนวน ๑ ครั้ง การโหนร่วมกับการเก็บ จำนวน ๑ ครั้ง

จากการศึกษาเทคนิคในเพลงเชิด ๒ ชั้น ในส่วนต้น ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้เทคนิคมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ เทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๒๑ ครั้ง เทคนิคการตอดลิ้น จำนวน ๑๑ ครั้ง เทคนิคการสะบัด จำนวน ๘ ครั้ง เทคนิคการขยี้นิ้ว จำนวน ๗ ครั้ง เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะ จำนวน ๗ ครั้ง เทคนิคการตีนิ้ว จำนวน ๕ ครั้ง เทคนิคการรวบเสียง จำนวน ๑ ครั้ง เทคนิคการโหนจำนวน ๑ ครั้งและในส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้เทคนิคมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ เทคนิคการตอดลิ้น จำนวน ๑๙ ครั้ง เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะ จำนวน ๑๓ ครั้ง เทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๑๑ ครั้ง เทคนิคการสะบัด จำนวน ๙ ครั้ง เทคนิคการตีนิ้ว จำนวน ๖ ครั้ง เทคนิคการขยี้นิ้ว จำนวน ๒ ครั้ง เทคนิคการโหนจำนวน ๑ ครั้ง

จากการศึกษาในด้านลูกตกและเสียงหลักในเพลงเชิด ๒ ชั้น ในส่วนต้น ผู้ศึกษาพบว่าในตัวที่ ๑ ทางปี่ในแปรทำนองโดยลูกตกไม่ตรงตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ทั้ง ๔ ประโยค เนื่องจากเป็นการเป่าในลักษณะการโหน จากนั้นในตัวที่ ๒ – ๔ พบว่าทางปี่ในแปรทำนองโดยยึดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ทุกประโยคและในส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่าในตัวที่ ๑ - ๔ ทางปี่ในแปรทำนองโดยยึดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ทุกประโยค

ตัวอย่างทำนองเพลงเชิด 2 ชั้น ทำนองตอนต้น

ฆ้องวงใหญ่	- - - ล	- - - ร	- - - ท	- - - ม	- - - ร	- - - ม	- ซ ซ ซ	- ล - ซ
ปี่ใน	-ล-ล-ลล	ทลซลทรทมรำ	ร ร่ - ท่	มร่ท่ - มร่ -ม	ร่ท - มร่ท่	- - ร่ ม	- ร - ร่	- ร - -

จากการวิเคราะห์การแปรทำนองทางปี่ในของเพลงเชิด ๒ ชั้น ตัวที่ ๑ ในประโยคที่ ๑ ตามโน้ตข้างต้น พบว่าลักษณะการแปรทำนองของทางปี่ในตอนขึ้นหัวเพลงนั้นสองห้องแรกจะใช้สำนวน ตอ-ล็อด-ตอ โดยใช้เทคนิคการตอดลิ้นเสียงลา ในส่วนของสองห้องหลังทางปี่ในจะใช้เทคนิคการขยี้นิ้วเสียงกลางโน้ตทลซ-ลท โดยเสียง ลท พบการใช้เทคนิคการตอดลิ้นเพิ่มเข้าไปด้วย หลังจากขึ้นหัวเพลงเป็นที่เรียบร้อยแล้วทางปี่ในจะเริ่มบรรเลงรับพร้อมกับเครื่องอื่นๆในห้องที่ ๓ โดยจะบรรเลงในลักษณะการโหนโดยขยี้นิ้ว ๓ เสียง ได้แก่ เสียง ร,ท,ม ซึ่งในการขยี้นิ้วทางปี่ในจะใช้เทคนิคการควงนิ้วประกอบ โดยในประโยคที่ ๑ ลูกตกจะไม่ตรงทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่เนื่องจากใช้เทคนิคการขยี้นิ้วแล้วยืดเสียงตกออกไปในประโยคถัดไป ส่วนเทคนิคที่พบคือ เทคนิคการควงนิ้ว เทคนิคการขยี้นิ้ว

ตัวอย่างทำนองเพลงเชิด 2 ชั้น ทำนองตอนท้าย

ฆ้องวงใหญ่	- ท ท ท	- ล - ซ	- ซ ซ ซ	- ล - ท	- ซ - ล	- ท - ซ	- ท - ล	- ซ - ม
ปี่ใน	ร ำ ม ร ำ ล	ร ำ ม ร ำ ซ	ฟ ซ ล ซ	ฟ ม ร ำ -	ท - ลล	ล ท ร ล	- ล - -	ท ล ซ ม

จากการวิเคราะห์การแปรทำนองทางปี่ในของเพลงเชิด ๒ ชั้น ตัวที่ ๔ ตามโน้ตข้างต้น พบว่าทางปี่ในเป่าในลักษณะการเก็บ โดยในครึ่งประโยคแรกทางปี่ในเป่าเก็บในลักษณะกลอนไต่ลวดในช่วงเสียงแหบโดยพบการใช้เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะเสียง ท ในห้องที่ ๔ ให้ไปตกในโน้ตต้นของห้องที่ ๕ ในครึ่งประโยคหลังทางปี่ในเป่าในลักษณะเก็บ โดยพบการใช้เทคนิคการตอดลิ้นเสียง ล ในห้องที่ ๕ และพบการใช้เทคนิคการควงนิ้วเสียง ล่ ในห้องที่ ๖ ซึ่งทางปี่ในประโยคนี้แปรทำนองโดยการยืดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ เทคนิคที่พบคือ การเป่าย้อยจังหวะ การตอดลิ้น การควงนิ้ว

จากการศึกษาลักษณะการแปรทำนองเพลงเชิดชั้นเดียว ในส่วนต้น ผู้ศึกษาพบว่าในตัวที่ ๕ - ๘ ทางปี่ในแปรทำนองโดยยืดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ทุกประโยคและในส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่าในตัวที่ ๕ - ๘ ทางปี่ในแปรทำนองโดยยืดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ทุกประโยค โดยพบว่ามีการใช้ลักษณะการแปรทำนองมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้การเก็บ จำนวน ๙ ครั้งการเก็บร่วมกับการเป่าจาวๆ จำนวน ๑ ครั้งการเป่าจาวๆร่วมกับการเก็บ จำนวน ๑ ครั้งและในส่วนท้าย

(ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้ลักษณะการแปรทำนองมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้ การเก็บ จำนวน ๙ ครั้งการโหนร่วมกับการเก็บ จำนวน ๒ ครั้งการเก็บร่วมกับการเป่าจาวๆ จำนวน ๑ ครั้ง

จากการศึกษาเทคนิคในเพลงเชิดชั้นเดียว ในส่วนต้น ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้เทคนิคมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้เทคนิคการตอดลิ้น จำนวน ๕ ครั้งเทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๔ ครั้งเทคนิคการเป่าย้อยจังหวะ จำนวน ๓ ครั้งเทคนิคการสะบัด จำนวน ๑ ครั้งเทคนิคการตีนิ้ว จำนวน ๑ ครั้งและในส่วนท้าย (ส่วนที่มีการซ้ำสำนวน) ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้เทคนิคมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้เทคนิคการตอดลิ้น จำนวน ๑๒ ครั้งเทคนิคการเป่าย้อยจังหวะ จำนวน ๑๐ ครั้งเทคนิคการตีนิ้ว จำนวน ๔ ครั้งเทคนิคการโหน จำนวน ๓ ครั้งเทคนิคการควงนิ้ว จำนวน ๒ ครั้งเทคนิคการขยี้นิ้ว จำนวน ๒ ครั้ง

ตัวอย่างทำนองเพลงเชิดชั้นเดียว ตอนต้น

ฆ้องวงใหญ่	- ท ร ม	- ล - ซ	- ล ล ล	ร ท ล ท	ซ ล ท ซ	ท ล ซ ม	ล ซ ม ร	ซ ม ร ท
ปี่ใน	- ร - ม	- ล - ซ	- ล̇ - ล	- - - ท	- - ลล	ท ล ซ -	ม - ร ม	ซ ล ท รำ

จากการวิเคราะห์ทำนองเพลงเชิดชั้นเดียวตามตัวอย่างข้างต้น ซึ่งเป็นวรรคแรกของเพลงเชิดชั้นเดียว ตัวที่ ๕ พบว่า ทางปี่จะบรรเลงใน ๒ ลักษณะคือการเก็บและเป่าจาวๆ โดยในครึ่งประโยคแรกทางปี่ในจะเป่าในลักษณะจาวๆ โดยยึดทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ ซึ่งในครึ่งประโยคแรกพบการใช้เทคนิคการควงนิ้วเสียง ล̇ ในห้องที่ ๓ ในครึ่งประโยคหลังทางปี่ในบรรเลงแบบเก็บในลักษณะกลอนไต่ลวดแบบไล่ขึ้นลง โดยพบการใช้เทคนิคการตอดลิ้นเสียง ล ในห้องที่ ๕ และพบการใช้เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะเสียง ม ในห้องที่ ๖ ให้ไปตกในโน้ตต้นของห้องที่ ๗ ซึ่งทางปี่ในประโยคนี้แปรทำนองโดยการยึดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ เทคนิคที่พบคือ การควงนิ้ว การขยี้ตอดลิ้น การเป่าย้อยจังหวะ

ตัวอย่างทำนองเพลงเชิดชั้นเดียว ตอนท้าย

ฆ้องวงใหญ่	ท ล ซ ม	ล ซ ม ร	ซ ม ร ท	ม ร ท ล	ร ท ล ซ	- ท ร ม	- ซ - ล	- ท - ล
ปี่ใน	ม ล ซ -	ม - ร ม	ซ ม ร -	ท̣ - ล̣ ท̣	ร ท̣ ล̣ ซ̣	ล̣ ท̣ ร ม	ซ ลล ล	รำ มำ รำ ท

จากการวิเคราะห์ทำนองในส่วนท้ายของเพลงเชิดชั้นเดียว ตามตัวอย่างข้างต้น พบว่าทางปี่ในมีวิธีการแปรทำนองใน ๒ ลักษณะคือการเก็บและโหน โดย ในครึ่งประโยคแรกทางปี่ในเป่าแบบการเก็บในลักษณะกลอนไต่ลวด โดยพบการใช้เทคนิคการเป่าย้อยจังหวะเสียง ม ในห้องที่ ๑ ให้ไปตกในโน้ตต้นของห้องที่ ๒ และ

เสียง ท ในห้องที่ ๓ ให้ไปตกในโน้ตต้นของห้องที่ ๔ ในครึ่งประโยคหลังทางปี่ในเป่าแบบเก็บในลักษณะกลอนไต่ลวดเช่นกันแล้วจึงเป่าแบบย้ำเสียง ล ในห้องที่ ๗ โดยพบการใช้เทคนิคการตอดลิ้นร่วมด้วย ซึ่งทางปี่ในประโยคนี้แปรทำนองโดยการยึดเสียงหลักตามทำนองหลักทางฆ้องวงใหญ่ เทคนิคการบรรเลงที่พบคือ การตอดลิ้น และการเป่าย้อยจังหวะ

จากการวิเคราะห์บทเพลงทั้ง ๓ บทเพลงข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ออกมาเป็นอัตลักษณ์ทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ได้อย่างชัดเจน โดยพบว่าอัตลักษณ์ทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ มีลักษณะเด่น ๒ ประการ คือ ๑. ด้านลักษณะการแปรทำนอง โดยครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ จะแปรทำนองในลักษณะการเป่าเก็บในช่วงเสียงกลางและเสียงแหบ ซึ่งมักจะนิยมเป่าในสำนวนกลอนแบบการสับ โดยจะพบมากในเพลงสาธุการและเพลงเชิด ๒. ด้านเทคนิคพบว่าครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ จะใช้เทคนิคการควงนิ้วมากที่สุดในเสียง ร๋ ซึ่งจะพบในเพลงรัวสามลา โดยจากการวิเคราะห์พบสำนวนกลอนที่มีลักษณะโดดเด่นดังนี้

สำนวนกลอนที่ ๑

ลลท้-	ล ล ร๋-	ซ ล ท้-	ล ล ร๋-

สำนวนกลอนที่ ๒

ล ล ล ท้	ล ล ล ท้	ล ล ท ล	ท ซ ล ท

ซึ่งสำนวนสองสำนวนข้างต้นพบการใช้ในเพลงอื่นๆ เช่นกัน ในสำนวนที่ ๑ พบการใช้ในเพลงรัวสามลา และในสำนวนที่ ๒ พบการใช้ในเพลงเชิดจากสำนวนกลอนดังกล่าว เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่ามีการใช้กระสวนทำนองที่เป็นอัตลักษณ์สำคัญคือ การใช้สำนวน “ตอล็อด” (เสียงลาที) แทรกอยู่ในสำนวนกลอนต่างๆ ซึ่งครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ใช้ในกลอนต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากเสียงลาทีเป็นเสียงที่มีความแข็งแกร่งของพลังเสียง เมื่อนำไปเป่าแทรกในสำนวนกลอนต่างๆ จะทำให้เสียงปี่ดังแทรกเครื่องดนตรีอื่นๆ ออกมาอย่างชัดเจนตามภาษาที่นักดนตรีไทยเรียกว่า “เสียงลอดเครื่อง” ดังนั้นการใช้เสียงตอล็อดจึงนับว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญและชาญฉลาดในการประดิษฐ์สำนวนกลอนปี่ของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเพลงในชุดโหมโรงเย็น ผู้ศึกษาเลือกเพลงที่ใช้สำหรับการศึกษาจำนวน ๓ บทเพลง ได้แก่ เพลงสาธุการ เพลงรัวสามลา เพลงเชิด ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามลำดับเพลงได้ ดังนี้

ในประเด็นเรื่องกลุ่มเสียงเพลงสาธุการ พบว่าครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ แปรทำนองโดยใช้กลุ่มเสียง ๒ กลุ่มเสียง ได้แก่ กลุ่มเสียง ซลทxรมx จำนวน ๗๙ ครั้งและกลุ่มเสียง รมฟxลทx จำนวน ๓๑ ครั้ง

โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรเทพ อะภัย (๒๕๔๙) เรื่องการแปรทำนองของครูเทียบ คงลายทอง เพลงสาธุการในเพลงชุดโหมโรงเย็น ซึ่งพบว่าในงานวิจัยของอมรเทพ อะภัย เพลงสาธุการทางครูเทียบ คงลายทอง พบการใช้กลุ่มเสียง ๒ กลุ่มเสียงคือ กลุ่มเสียง ซลทxรมx และกลุ่มเสียง รมฟxลทx เช่นเดียวกัน

ในด้านสำนวนกลอนที่ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ใช้ในเพลงสาธุการพบว่ามีการใช้ กลอนไต่ลวด กลอนเดินตะเข็บ กลอนซ่อนตะเข็บ เป็นต้น โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียกชื่อกลอนของครูประสิทธิ์ ถาวร ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากครูหลวงประดิษฐ์ไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง)

ในประเด็นเรื่องเทคนิคทางปี่ในเพลงรัวสามลา พบว่าครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ มีการใช้เทคนิคกาควงนิ้ว จำนวน ๗๙ ครั้ง เทคนิคการสะบัด จำนวน ๒๓ ครั้ง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องวิเคราะห์เดี่ยวปี่ในเพลงกราวในสามชั้น ทางครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ของชัชวาล สนิทสันเทียะ (๒๕๕๓) ซึ่งมีการใช้เทคนิคประเภทเดียวกันในการบรรเลงอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องเดี่ยวปี่ในเชิดนอก ทางครูปี๊บ คงลายทอง ของ ปาณิสรา เผือกแห้ว (๒๕๔๘) ซึ่งพบการใช้เทคนิคในลักษณะเดียวกันถึง ๕ เทคนิค ได้แก่ เทคนิคการสะบัด เทคนิคการควงนิ้ว เทคนิคการปริบ เทคนิคการตีนิ้วและเทคนิคการตอดลิ้น ซึ่งนอกจากงานวิจัยข้างต้นแล้วยังพบว่าเทคนิคทางปี่ในที่ ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ใช้ในเพลงสาธุการ เพลงรัวสามลา เพลงเชิด มีความสอดคล้องกับเทคนิคต่างๆ ในเกณฑ์มาตรฐานดนตรีไทย (๒๕๕๓) ได้แก่ การเป่าเก็บ การสะบัด การควงนิ้ว การตีนิ้ว การปริบ การเป่าย้อยจังหวะ การโหนเสียง การตอดลิ้น เป็นต้น ซึ่งพบว่ามีเพียงเทคนิคการพรมนิ้วเท่านั้นที่ไม่พบการใช้งานในเพลงทั้ง ๓ เพลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง กลวิธีการดำเนินกลอนปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงโหมโรงเย็นผู้ศึกษาเล็งเห็นว่านอกเหนือจากข้อมูลการวิเคราะห์ในหัวข้อต่างๆ ที่พบในงานวิจัยฉบับนี้แล้ว ยังมีประเด็นต่างๆที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเป็นความรู้ได้อีกหลากหลายประเด็น ดังนี้

๑. ศึกษาการแปรทำนองและเทคนิคทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ เพลงอื่นๆที่พบในชุดโหมโรงเย็น
๒. ศึกษาการแปรทำนองและเทคนิคทางปี่ในของครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ในเพลงประเภทอื่นๆ
๓. ศึกษาและวิเคราะห์เพลงเดี่ยวต่างๆที่ครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ประพันธ์เอาไว้

เอกสารอ้างอิง

กี จันทศร. (๒๕๕๙). *หลักการปฏิบัติฆ้องวงใหญ่*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
ครูเงิน. (๒๕๓๙). *เพลงไทยตามนัยประวัติ*. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อแกรมมี่.
จเร อู่แก้ว. (๒๕๔๔). *กระบวนการเรียนการสอนปี่ใน ในสถาบันอุดมศึกษา*. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยมหิดล
ชมนาด กิจขันธ์. (๒๕๕๕). *รำหน้าพาทย์ชั้นสูง ตัวพระ*. คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. บริษัทธนาเพรสจำกัดจัดพิมพ์.

ชัชวาล สนิทสันเทียะ. (๒๕๕๓). *วิเคราะห์เดี่ยวปี่ในเพลงกราวในสามชั้น ทางครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชิ้น ศิลปบรรเลง. (๒๕๒๑). *ดนตรีไทยศึกษา*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ไชยวุธ โกศล. (๒๕๔๙). *ทฤษฎีดนตรีไทย*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ไชยวุธ โกศล. (๒๕๔๙). *สาระและปฏิบัติการปี่ใน*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ฐานิสร์ พรรณรายน์. *( ). วิเคราะห์การสอดทำนองเครื่องเป่าในวง ๓ ขลุ่ยไทย ทาง ครูปี๊บ คงลายทอง*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรงค์ชัย ปิฎกรัชต์. (๒๕๕๗). *สารานุกรมเพลงไทย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล

ธนิต อยู่โพธิ์. (๒๕๒๓). *เครื่องดนตรีไทย พร้อมด้วยตำนานการผสมวงมโหรี ปี่พาทย์และเครื่องสาย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.

บุญช่วย โสวัตร. (๒๕๒๕). *ทำอย่างไรถึงจะเป่าปี่ดี. ในหนังสืออนุสรณ์ในการเสด็จพระราชดำเนิน พระราชทานเพลิงศพนายเทียบ คงลายทอง*. กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ท.).

บุญตา เขียนทองกุล. (๒๕๔๘). *ดนตรีไทยในพระราชพิธี*. กรุงเทพฯ: สำนักการสังคีต กรมศิลปากร.

ปรมินทร์ ทับทิมศรี. (๒๕๔๘). *เดี่ยวปี่ในเพลงลาวแพน : กรณีศึกษาเรือตรีสุวิทย์ แก้วกระมล*.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาณิสรา เผือกแห้ว. (๒๕๔๘). *เดี่ยวปี่ในเชิดนอก : ทางครูปี๊บ คงลายทอง*.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พะนอม แก้วกำเนิด. (๒๕๕๘).*พิธีไหว้ครูนาฏศิลป์ไทยและดนตรีไทย.* กรมส่งเสริมวัฒนธรรมกระทรวงวัฒนธรรม.

ไพฑูรย์ บุญพึ่ง. (๒๕๔๓). *จำเนียร ศรีไทยพันธุ์ ศิลปินแห่งชาติ : ชีวประวัติและผลงาน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล

มานพ วิสุทธิแพทย์. (๒๕๕๖). *ทฤษฎีการวิเคราะห์เพลงไทย*. กรุงเทพ: สันติศิริการพิมพ์.

วรพจน์ มานะสมปอง. (๒๕๔๙). *วิเคราะห์เดี่ยวขลุ่ยเพียงออเพลงกราวใน ทางครูจำเนียร ศรีไทยพันธุ์*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สงัด ภูเขาทอง. (๒๕๓๓). *ปี่กับความเชื่อในสังคมไทย.* ในสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล. (๒๕๓๓). ประวัติและพัฒนาการของปี่ไทย. กรุงเทพฯ: ป. สัมพันธ์พาณิชย์.

สวิต ทับทิมศรี. (๒๕๔๘). *ดนตรีไทยภาคปฏิบัติ เล่ม ๑*. กรุงเทพฯ: บริษัทประชุมทอง พริ้นติ้ง กรุ๊ป.

สาทร กันภัย. (๒๕๕๑). *การแปรทำนองระนาดทุ้มเพลงเชิดจีน : ทางครูบุญยัง เกตุคง*. ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกิตติ์ ทำบุญ. (๒๕๖๑). *เพลงเชิดชั้นเดียวทางฆ้องวงใหญ่ของครูไชยยะ ทางมีศรี*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุจิตต์ วงษ์เทศ. (๒๕๓๓). *ประวัติเก่าๆก่อนจะเป่าปี่ ในหนังสือประวัติและพัฒนาการปี่ไทย*. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: ป.สัมพันธ์พาณิชย์.

อนงค์ จิตรมณี. (๒๕๔๓). *กรรมวิธีการสร้างปี่ใน*.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนันต์ สบฤกษ์. (๒๕๓๓). *บทบาทและหน้าที่ของปี่ในวงดนตรีไทย*. กรุงเทพฯ: ป.สัมพันธ์พาณิชย์.

เอกสิทธิ์ สุนิมิตร. (๒๕๕๔). *การศึกษาการเปลี่ยนบันไดเสียงทางฆ้องวงใหญ่ เพลง ชุดโหมโรงเย็น*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี

คณิศร ดีวิเศษ[1] และณัฐที ปิ่นทอง*[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี และ 2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/3 จำนวน 42 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1. ผลการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบไปด้วยส่วนนำ ส่วนเนื้อหา และส่วนสรุป จำนวน 15 วิดีโอสื่อการเรียนรู้ แต่ละสื่อความยาวเฉลี่ย 263 นาที ผ่านเว็บไซต์ http://python6.whyvern.com และ 2. ผลประเมินความพึงพอใจนักเรียนโรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง ภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.65) แบ่งเป็นด้านส่วนนำอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.62, S.D. = 0.70) ด้านส่วนเนื้อหาอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.65) และด้านส่วนสรุปอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.66)

คำสำคัญ: สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง เชื้อไวรัสโคโรนา โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา, คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร, คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

* Corresponding author E-mail: nattee@pinthong.com

Abstract

The objectives of research were 1 . to development of media for self-learning in coronavirus epidemic situation with Python for Prachinratsadornamroong School Prachinburi. and 2. To evaluate the satisfaction of media for self-learning in coronavirus epidemic situation with Python for Prachinratsadornamroong School Prachinburi. The sample group are consisted of 42 students in grade 12 room 3 that were obtained by selective sampling. Data was collected using a valuation scale questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistical methods by average and standard deviation. The results showed that, 1. Results of development of media for self-learning in coronavirus epidemic situation with Python for Prachinratsadornamroong School Prachinburi consist of leading part, content part and summary part, that were 15 video and time about 263 minutes via http://python6.whyvern.com and 2. The satisfaction of media by Prachinratsadornamroong School's students, The overall performance at the highest level ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.65) in term of leading part at the highest level ($\overline{X}$ = 4.62, S.D. = 0.70) in term of content part at the highest level ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.65) and in term of summary part at the highest level ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.66)

Keywords : Media for Self-Learning, Coronavirus, Prachinratsadornamroong School

บทนำ

โลกในยุคดิจิทัลมีความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทุกวงการทั่วโลกไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมทั้งวงการศึกษาของประเทศไทยด้วยซึ่งเป็นผลพวงมาจากระบบคอมพิวเตอร์ล้ำสมัย และผลที่ตามมาคือการพัฒนาทางเทคโนโลยีขึ้นมากมาย จึงต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาสาระและทักษะใหม่เกี่ยวกับการศึกษาเปลี่ยนแปลงไปจากกระบวนการเรียนรู้แบบเดิมให้ความสำคัญและสนใจการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ผู้เรียนรุ่นใหม่ควรมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ตามนโยบายสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ซึ่งไพทอนเป็นภาษาที่นิยมนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางในการพัฒนาโปรแกรม โดยถูกออกแบบให้เป็นภาษาที่อ่านง่าย แสดงผลได้ดี ลดจำนวนบรรทัดที่จะต้องเขียนและยังสามารถถูกต่อยอดได้ง่ายเมื่อเทียบกับภาษาอื่นในอดีต และเป็นภาษาที่อยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาได้ส่งผลกระทบต่อประชากรโลกเป็นวงกว้าง โดยมีจำนวนผู้ป่วยติดเชื้อและผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันรวดเร็ว การป้องกันการแพร่ระบาดอย่างหนึ่งคือมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงสัมพันธภาพในครอบครัวและชุมชนลดลงทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไป เกิดปัญหาการขาดรายได้และชีวิตประจำวันที่ต้องปรับเปลี่ยนไป (บัญชา เกิดมณี และคณะ, 2563) จึงเป็นแรงผลักดันให้มีการนำคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนแบบการสอนผ่านออนไลน์อย่างทั่วถึงในทุกสถาบันและสาขาวิชาชีพ เพื่อเอื้อให้ผู้เรียนและผู้สอนสามารถเรียนรู้ได้จากบ้านพักของตัวเองการใช้สื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษาเป็นการเชื่อมต่อช่องว่างระหว่างครูผู้สอนและนักเรียนในการจัดการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

ซึ่งจำเป็นต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม ในขณะที่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน เนื่องจากผู้เรียนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ต้องเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา การที่ขาดความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์หรือการพัฒนาโปรแกรมด้วยภาษาไพทอนก็อาจส่งผลเสียต่อผู้เรียนที่สนใจเข้าศึกษาในศาสตร์ด้านเทคโนโลยีได้ จากสาเหตุดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้วิชาการโปรแกรม สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาเพียงแค่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตไม่จำกัดอยู่แต่ในห้องเรียนหรือในโรงเรียนเท่านั้น ส่งผลให้นักเรียนเข้าใจเนื้อหาในการเรียนวิชาการโปรแกรมได้

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี

วิธีการศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม ภาษาไพทอนเป็นภาษาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาขึ้น โดยการนำจุดดีของภาษาต่าง ๆ มาไว้รวมกันที่โดดเด่น คือ ไวยากรณ์ที่เข้าใจง่าย จึงง่ายต่อการศึกษาและเขียนโปรแกรมได้สั้นกระชับ จึงทำให้เขียนโปรแกรมได้เร็วขึ้น ลดความซับซ้อนและความผิดพลาดจากการประกาศตัวแปร เพราะสามารถกำหนดตัวแปรพร้อมกับค่าที่ต้องการจัดเก็บ โดยไม่ต้องคำนึงถึงชนิดของข้อมูลและขนาดพื้นที่จัดเก็บข้อมูล ซึ่งไพทอนจะกำหนดชนิดข้อมูลและขนาดพื้นที่หน่วยความจำตามค่าที่เรากำหนดให้กับตัวแปรอัตโนมัติ จึงง่ายสำหรับผู้เริ่มต้นศึกษาการเขียนโปรแกรม รวมทั้งเป็นภาษาสคริปต์ที่สามารถเขียนโปรแกรมให้ทำงานร่วมกับภาษาอื่นได้ จึงใช้สร้างคอมโพเนนต์นำไปทำงานเสริมร่วมกับโปรแกรมที่ใช้ภาษาอื่น มีไลบรารีและเฟรมเวิร์กที่หลากหลายสนับสนุนการสร้างโปรแกรม การติดต่อฐานข้อมูล การทำงานผ่านระบบเครือข่ายระบบฐานข้อมูล ระบบอีเมล การสร้างเกม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และการทำแมชชีนเลิร์นนิ่ง รวมทั้งสามารถทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (สุพจน์ สง่ากอง, 2564)

วงจรการพัฒนาระบบประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลัก คือ เริ่มต้นจากการสำรวจข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางธุรกิจเพื่อกำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหาที่เหมาะสมที่สุด จากนั้นจึงวิเคราะห์และออกแบบระบบโดยประยุกต์ใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหลัก ถัดมาจะเป็นการพัฒนาและทดสอบระบบเพื่อนำไปติดตั้งใช้งานจริงในองค์กร สุดท้ายจะเป็นขั้นตอนที่ใช้ระยะเวลานานที่สุดคือการบำรุงรักษาระบบให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนานที่สุดภายใต้สภาพแวดล้อมขององค์กรจนกระทั่งระบบไม่สมารถตอบสนองความต้องการใช้งานได้อีกต่อไป (อรยา ปรีชาพานิช, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี มีจำนวนทั้งหมด 15 ห้องเรียน จำนวน 628 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/3 โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) (วรรณี แกมเกตุ, 2555) โดยสุ่มแบบเจาะจงห้องเรียน จำนวน 1 ห้องเรียน เนื่องจาก

เป็นห้องเรียนที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอนจึงทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้เหมาะสม คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/3 จำนวน 42 คน มาใช้เป็นตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัย

พัฒนาระบบโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) แบ่งเป็น 6 ขั้นตอนหลัก (อรยา ปรีชาพานิช, 2562) ดังนี้

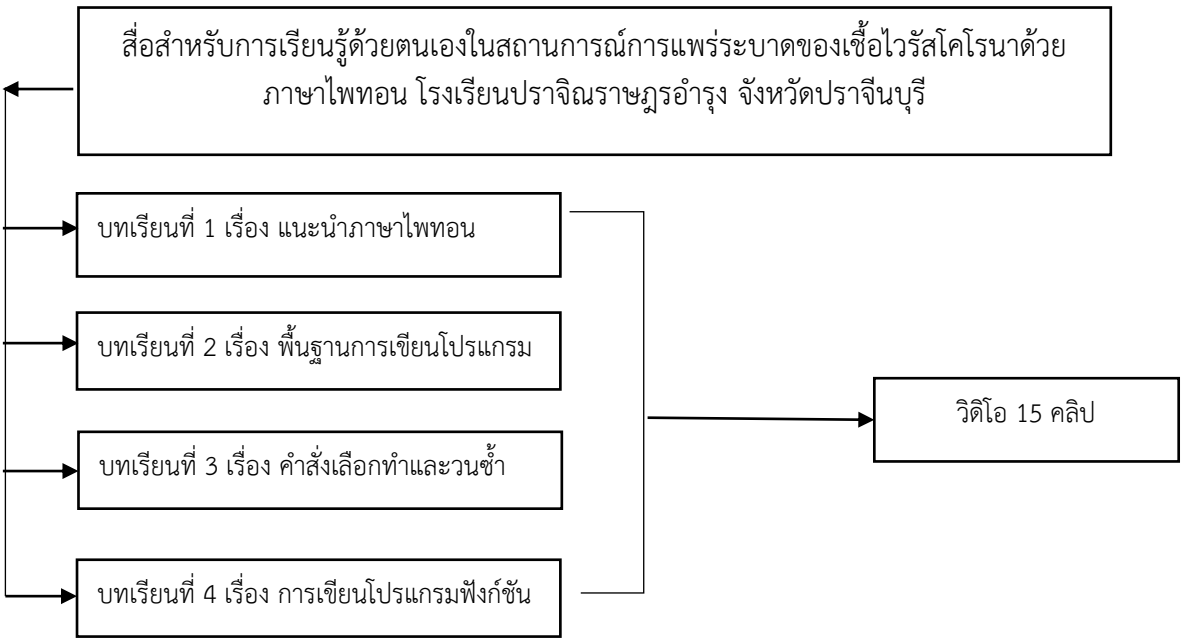
1. ขั้นตอนการสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Investigation Phase)

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดประเด็นปัญหา ศึกษาความเป็นไปได้ และกำหนดขอบเขตของการดำเนินพัฒนาสื่อ จากการศึกษาความเป็นไปได้ พบว่า สื่อสามารถพัฒนาได้ในรูปแบบเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกในการใช้งานแบบออนไลน์ มีการใช้เวิร์ดเพรสส์ ซึ่งเป็นระบบการจัดการเนื้อหาในการจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ (System Analysis Phase)

การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของระบบ พบว่าสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี มีความต้องการเข้าถึงสื่อได้แบบไม่จำกัดเวลา

3. ขั้นตอนการออกแบบเชิงตรรกะ (Logical Design Phase)



ภาพที่ 1. ออกแบบโครงสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี

4. ขั้นตอนการออกแบบเชิงกายภาพ (Physical Design Phase)

ขั้นตอนการออกแบบเชิงกายภาพประกอบไปด้วย 1) การกำหนดคุณลักษณะสื่อภาษาไพทอนที่เหมาะสม 2) ออกแบบสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง และ 3) ออกแบบแบบทดสอบย่อยประจำบทเรียนแต่ละบทเรียน

5. ขั้นตอนการพัฒนาระบบ (System Implementation Phase)

ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี 2 ส่วน ดังนี้

1) สร้างสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี โดยเริ่มต้นจากศึกษาข้อมูลสื่อภาษาไพทอน จากนั้น

สร้างบทเรียน เนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการเรียน และสุดท้ายเป็นการติดตั้งโปรแกรมเพื่อสร้างสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง

2) การออกแบบเว็บไซต์ที่ใช้ในเผยแพร่สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรายละเอียดของเครื่องบริการเว็บ และซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) เครื่องบริการเว็บต้องรองรับการทำงานด้วยระบบปฏิบัติการลีนุกซ์ เนื่องจากเป็นระบบปฏิบัติการที่ใช้งานกันแพร่หลาย ถูกลิขสิทธิ์ และไม่มีค่าใช้จ่าย 2) เครื่องบริการเว็บต้องรองรับระบบฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล เนื่องจากเป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานกันแพร่หลาย ถูกลิขสิทธิ์ และไม่มีค่าใช้จ่าย 3) ดำเนินการเช่าโดเมนเนม ใช้ชื่อว่า http://python6.whyvern.com 4) ดำเนินการเช่าเครื่องบริการเว็บ 5) ติดตั้งเวิร์ดเพรสส์พร้อมสร้างฐานข้อมูลไปยังเครื่องบริการเว็บที่ดำเนินการเช่าไว้ 6) กรอกข้อมูลเบื้องต้นของเว็บไซต์ระหว่างติดตั้งเวิร์ดเพรสส์ และ 7) อัพโหลดสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง ภาษาไพทอน ขึ้นบนเว็บไซต์

6. ขั้นตอนการบำรุงรักษาระบบ (System Maintenance Phase)

หลังจากการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตัวเองเสร็จสิ้น ระบบยังคงต้องได้รับการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถเข้าถึงสื่อได้แบบไม่จำกัดเวลา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

2. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอนจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3. ออกแบบและจำแนกวัตถุประสงค์ของการเรียนเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาไพทอนที่จะนำมาสร้างสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

4. การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี เริ่มต้นโดยการ ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ จากนั้นกำหนดขอบเขตและโครงสร้างของแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยสร้างตามแบบมาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) มีการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม กำหนดข้อคำถามสำหรับสอบถามความพึงพอใจจำนวน 15 ข้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านส่วนนำ จำนวน 4 ข้อ ด้านส่วนเนื้อหา จำนวน 6 ข้อ และด้านส่วนสรุป จำนวน 5 ข้อ จากนั้นนำแบบสอบให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) แล้วนำแบบสอบถามทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความพึงพอใจ จากนั้นนำแบบสอบถามมาใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

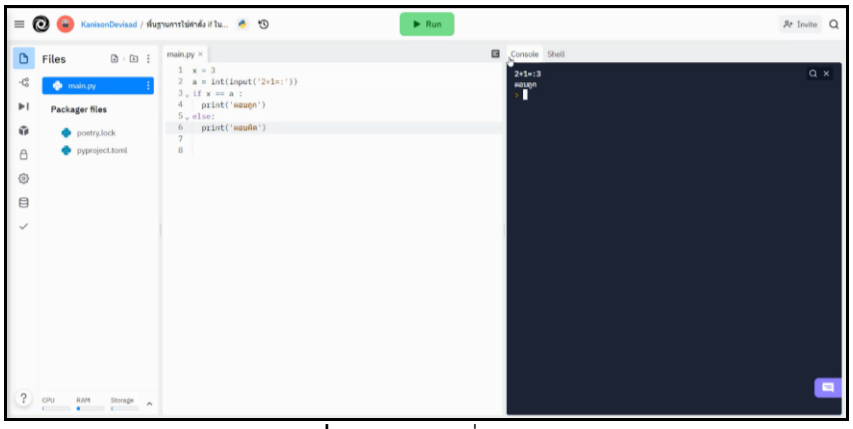
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ 1. นำแบบสอบถามความพึงพอใจการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรีให้กลุ่มตัวอย่าง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/3 จำนวน 42 คน ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจผ่านระบบออนไลน์ 2. ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลจากการตอบกลับของแบบสอบถามความพึงพอใจ และ 3. นำข้อมูลจากการตอบกลับของแบบสอบถามความพึงพอใจมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้านสถิติและวิจัย โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

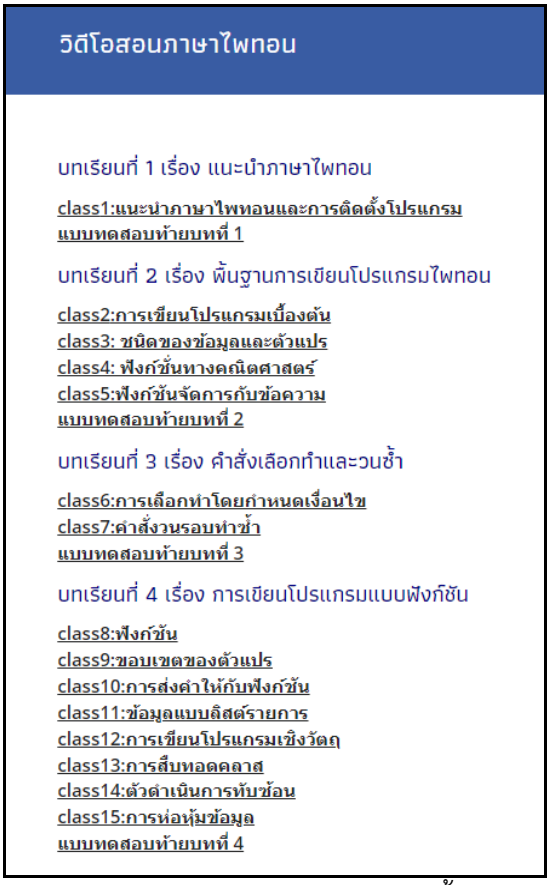
ผลการศึกษา

ผลการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี จากการพัฒนาสื่อโดยอาศัยหลักการพัฒนาระบบโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) ผลการวิจัย ดังนี้

1. ได้สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 15 วิดีโอสื่อการเรียนรู้ แต่ละสื่อความยาวเฉลี่ย 150 นาที จำแนกได้ ดังนี้ บทเรียนที่ 1 เรื่อง แนะนำภาษาไพทอน 1 วิดีโอ บทเรียนที่ 2 เรื่อง พื้นฐานการเขียนโปรแกรมไพทอน 4 วิดีโอ บทเรียนที่ 3 เรื่อง คำสั่งเลือกทำและวนซ้ำ 2 วิดีโอ และบทเรียนที่ 4 เรื่อง การเขียนโปรแกรมแบบฟังก์ชัน 8 วิดีโอ ผ่านเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น http://python6.whyvern.com



ภาพที่ 2. ตัวอย่างสื่อการเรียนการสอน



ภาพที่ 3. ภาพรวมหน้าเว็บไซต์รายการสารบัญวิดีโอเนื้อหาสอนภาษาไพทอน

ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.65) แบ่งเป็นด้านส่วนนำอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.62, S.D. = 0.70) ด้านส่วนเนื้อหาอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.65) และด้านส่วนสรุปอยู่ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.66) ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอนโรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุงจังหวัดปราจีนบุรี

รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านส่วนนำ	4.62	0.70	มากที่สุด
2. ด้านส่วนเนื้อหา	4.70	0.65	มากที่สุด
3. ด้านส่วนสรุป	4.70	0.66	มากที่สุด
รวม	4.67	0.65	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจจำแนกตามรายด้าน สำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี

รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<u>ด้านส่วนนำ</u>			
1. บทเรียนมีการออกแบบใช้ง่าย ไม่สับสน	4.60	0.70	มากที่สุด
2. ความน่าสนใจในการนำเสนอ	4.62	0.70	มากที่สุด
3. การเรียบเรียงเนื้อหาเข้าใจง่าย	4.64	0.69	มากที่สุด
4. การเรียบเรียงเนื้อหาเข้าใจง่าย	4.62	0.70	มากที่สุด
<u>ด้านส่วนเนื้อหา</u>			
5. เนื้อหาในบทเรียนมีความเหมาะสมกับผู้เรียน	4.74	0.63	มากที่สุด
6. การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.71	0.64	มากที่สุด
7. เนื้อหาบทเรียนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.67	0.65	มากที่สุด
8. ภาพและวิดีโอในบทเรียนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.64	0.69	มากที่สุด
9. บทเรียนมีการยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจน	4.69	0.68	มากที่สุด
10. บทเรียนมีภาพประกอบสวยงาม และดึงดูดความสนใจของผู้เรียน	4.76	0.62	มากที่สุด
<u>ด้านส่วนสรุป</u>			
11. การสรุปเนื้อหาในแต่ละตอนอย่างเหมาะสม	4.76	0.62	มากที่สุด
12. ความเหมาะสมของจำนวนแบบทดสอบ	4.57	0.74	มากที่สุด
13. ความสะดวกในการใช้งาน	4.71	0.67	มากที่สุด
14. ความเหมาะสมในการใช้เป็นสื่อประกอบการเรียน	4.71	0.67	มากที่สุด
15. เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง	4.76	0.62	มากที่สุด
รวม	4.67	0.65	มากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรีโดยอาศัยหลักการพัฒนาระบบโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) มาเป็นแนวทางพัฒนาสื่อจำนวน 15 วิดีโอ สื่อการเรียนรู้ แต่ละสื่อความยาวเฉลี่ย 150 นาที จำแนกได้ ดังนี้ บทเรียนที่ 1 เรื่อง แนะนำภาษาไพทอน 1 วิดีโอ บทเรียนที่ 2 เรื่อง พื้นฐานการเขียนโปรแกรมไพทอน 4 วิดีโอ บทเรียนที่ 3 เรื่อง คำสั่งเลือกทำและวนซ้ำ 2 วิดีโอ และบทเรียนที่ 4 เรื่อง การเขียนโปรแกรมแบบฟังก์ชัน 8 วิดีโอ

อภิปรายผล จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาด้วยภาษาไพทอน โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง จังหวัดปราจีนบุรี มีข้อควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านส่วนนำ มีความพึงพอใจอยู่ในอันดับแรก คือ บทเรียนมีการออกแบบใช้ง่าย ไม่สับสน รองลงมา คือ ความน่าสนใจในการนำเสนอ และอันดับสาม คือ การเรียบเรียงเนื้อหาเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณารักษ์ ศรีสมบูรณ์ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์รายวิชามนุษย์กับสิ่งแวดล้อมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพ 84.52/86.04 สูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดไว้ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียนโดยใช้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 4.38 โดยเฉพาะในแง่ความสะดวกในการทบทวนเนื้อหาการเรียนรู้ 4.81 ความรวดเร็วในการตอบสนอง 4.74 และความง่ายของการเข้าใจเนื้อหาการเรียนรู้ 4.62 ตามลำดับ

2. ด้านส่วนเนื้อหา มีความพึงพอใจอยู่ในอันดับแรก คือ เนื้อหาในบทเรียนมีความเหมาะสมกับผู้เรียน รองลงมา คือ ภาพและวิดีโอในบทเรียนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และอันดับสาม คือ บทเรียนมีการยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา รัตนธีรวิเชียร (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาอัลกอริทึมเบื้องต้น เรื่อง การเขียนผังงานสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ผลการศึกษาพบว่า บทเรียนออนไลน์ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 82.21/ 80.07 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80และนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับดีมากด้านเนื้อหาโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.91 ระดับดีมากด้านการออกแบบสื่อมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.91 และระดับดีมากด้านประสิทธิภาพการสอน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.78

3. ด้านส่วนสรุป มีความพึงพอใจอยู่ในอันดับแรก คือ ความสะดวกในการใช้งาน ความเหมาะสมในการใช้เป็นสื่อประกอบการเรียน และอันดับสาม คือ เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำลอง จำปากุล และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อเสริมทักษะการสอบภาษาอังกฤษ RMUTSV Test ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการประเมินคุณภาพสื่อออนไลน์ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าสื่อออนไลน์เพื่อเสริมทักษะการสอบภาษาอังกฤษ RMUTSV Test มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 2) ผลการพัฒนาการสอบภาษาอังกฤษ RMUTSV Test มีผลการเรียนรู้หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อออนไลน์เพื่อเสริมทักษะการสอบภาษาอังกฤษ RMUTSV Test พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้สอนควรติดตามผลการเรียนของนักเรียนอย่างใกล้ชิด เพราะถึงแม้สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองจะมีความยืดหยุ่น นักเรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาบทเรียนตามความต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยไม่จำกัด สถานที่และเวลา แต่นักเรียนบางคนอาจจะรู้สึกเหงาและโดดเดี่ยวจากครูผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้น และอาจพบปัญหาหรืออุปสรรคในช่วงระหว่างการเรียนรู้ซึ่งอาจทำให้ผู้เรียนไม่สามารถแก้ไขปัญหาด้วยตัวเองได้ ผู้สอนจึงควรพูดคุยและสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของนักเรียน ผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ การประชุมทางวิดีโอออนไลน์ หรือช่องทางการสื่อสารอื่นอยู่เสมอ

2. ก่อนนำสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองเข้ามาใช้เป็นสื่อหลักในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนควรแนะนำข้อมูลเบื้องต้นให้กับนักเรียนเพื่อเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับวิธีการใช้สื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองบนระบบการจัดการการเรียนการสอนออนไลน์ และระบบการประชุมทางวิดีโอออนไลน์ เนื่องจากการเริ่มการเรียนการสอนด้วยวิธีดังกล่าว นักเรียนบางคนอาจยังไม่พร้อมทั้งในด้านอุปกรณ์และทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานเพื่อลดอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นของการเรียนการสอน

3. ผู้สอนควรให้ผู้เรียนทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมทุกครั้งหลังจากศึกษาผ่านสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองที่จัดทำขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน เพราะการศึกษาจากการเรียนและทำแบบทดสอบเพียงอย่างเดียว อาจสามารถแสดงถึงความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาได้ แต่ไม่สามารถสะท้อนแนวคิดด้านความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเพียงพอเท่ากับการสร้างสรรค์ผลงานจริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการพัฒนาสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองในรายวิชาอื่น โดยเฉพาะวิชาในกลุ่มสาระหลักของนักเรียน เช่น คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ และสังคมศึกษา เป็นต้น

2. การระบบการจัดการสื่อสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง ควรมีการเพิ่มการใช้งานในหลากหลายอุปกรณ์ให้รองรับกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน หรือพัฒนาผ่านแอพพลิเคชั่น

เอกสารอ้างอิง

บัญชา เกิดมณี, สุรชัย ธรรมทวีธิกุล, ญานพินิจ วชิรสุรงค์, บดินทร์ชาติ สุขบท, และสมบัติ ทีฆทรัพย์. แนวคิดและทิศทางการแก้ปัญหาโควิด-19. วารสารก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์, 20(1), 1-12. 2563.

สุพจน์ สง่ากอง. การเขียนโปรแกรมด้วย Python GUI + Network + Database + Web. กรุงเทพฯ: รีไวว่า. 2564.

อรยา ปรีชาพานิช. คู่มือเรียน การวิเคราะห์และออกแบบระบบ : System Analysis and Design : ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: ไอดีซี พรีเมียร์, บจก. 2562.

วรรณี แกมเกตุ. วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2555.

คณารักษ์ ศรีสมบูรณ์. การพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์รายวิชามนุษย์กับสิ่งแวดล้อมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. 2563.

กาญจนา รัตนธีรวิเชียร. การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาอัลกอริทึมเบื้องต้น เรื่อง การ เขียนผังงาน สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 2555.

จำลอง จำปากุล และคณะ. การพัฒนาระบบบริหารจัดการเรียนการสอน วิชาพื้นฐานการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เรื่องการเขียนผังงาน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคนิคศรีสะเกษ. ในการประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2 (น 56-64). จังหวัดมหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 2559.

การพัฒนาแอพพลิเคชั่นกูเกิลไซต์ (Google Sites) เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ สำหรับนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่

The Google Sites Development of English Reading Exercises Focusing on Content-Based Instruction of Nohra Dancing Culture for Hatyai Technical College Students

ศิตานันญ์ ไชยสนธิ์[1] ทิพย์ฤดี หวังวรรณะกิจ[2] และจุฑาภรณ์ ภารพบ[3*]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อกูเกิลไซต์ ที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ ที่ 75/75 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางด้านการอ่านภาษาอังกฤษเรื่องศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ โดยใช้สื่อกูเกิลไซด์ระหว่างก่อนเรียน และหลังเรียนของนักเรียน 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ที่มีต่อเว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ ที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น

ประชากร คือ นักเรียนสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือเว็บไซต์มโนราห์เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ แบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) และแบบประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{x}$) ค่าร้อยละ (%) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการทดสอบค่า t-test

ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 59.73/76 ซึ่งมีค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด 2) คะแนนการทำแบบทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้นจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ภาพรวมประชากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประเด็นที่ได้รับประโยชน์ในด้านคำศัพท์เกี่ยวกับมโนราห์ และประเด็นประชากรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องมโนราห์เพิ่มขึ้น มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: มโนราห์ กูเกิลไซต์ (Google sites) การอ่านภาษาอังกฤษ

[1.-2.] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

[3.] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

*Corresponding author E-mail: jutaporn.p@rmutsv.ac.th

Abstract

The research aimed to 1) study the effectiveness of Google Sites to promote English reading skills focusing on the content of Manorah at 75/75. 2) To compare the achievement in English reading about Manohra Dancing Culture with the Pre-test and the Post-test of the students. And to 3) study the satisfaction of the students toward Manorah websites -the precious culture of southern.

The participants in this research were 30 students in Science Information and Communication Technology of Hatyai Technical College, Hatyai, Songkhla. The instruments used for data collection were a Manorah websites, a pre-test, a post-test, and a questionnaire. Descriptive statistics Means ($\bar{x}$), percentage (%), and t-test were used to analyze the data.

The results of this study were found as follows: 1) Manorah, the precious culture of southern web sites has an efficiency at 59.73/76 which is according to the specified criteria, 2) the score of the Post-test after using Google Sites was increased significantly at .05, and 3) the whole picture of students' satisfactions was at a high level ($\bar{x}$=4.37). When considering in each item, it was found that the population gained benefit in terms of vocabulary related to Manorah and the increasing of students' knowledge about Manorah, were rated at the highest level.

Keywords: LMS, Thai learners in the digital age

บทนำ

ในโลกแห่งความก้าวหน้าไร้พรมแดนด้วยเทคโนโลยีทางอินเทอร์เนต การสื่อสารและการเรียนรู้เป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว อย่างไรก็ตามในการสื่อสารข้ามประเทศ ข้ามภาษาและวัฒนธรรม ภาษาอังกฤษมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะภาษากลางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ และการประกอบอาชีพ รวมถึงการสร้างความเข้าใจและการเผยแพร่ประเพณีวัฒนธรรม (ภราดร สุขพันธ์, 2561) แม้ว่าภาษาอังกฤษจะเป็นสิ่งสำคัญในการเรียนรู้ของนักเรียน การเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยยังไม่ประสพความสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้หนึ่งในปัญหาเกิดจาก สื่อการสอนที่ขาดความสัมพันธ์กับบริบทในท้องถิ่น ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเรียนรู้ได้เท่าที่ควร เนื่องจากเนื้อหาไกลตัว ผู้เรียนไม่สามารถมองเห็นภาพได้ นำไปสู่ความเบื่อหน่าย และความล้มเหลวทางการศึกษา (ประมาณ อุ่นพิมาย, 2561) การที่จะทำให้นักเรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี จะต้องมีสื่อที่นักเรียนคุ้นเคยและสอดคล้องกับบริบทในท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียน คณะผู้วิจัยจึงได้นำมโนราห์ซึ่งเป็นวัฒนธรรมพื้นถิ่นภาคใต้มาทำเป็นสื่อแอพพลิเคชั่นบนกูเกิลไซต์ ในการเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์สื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในท้องถิ่น และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน

มโนราห์ หรือโนรา เป็นศิลปะการแสดงพื้นเมืองของภาคใต้ มีแม่บทท่ารำอย่างเดียวกับละครชาตรี สันนิษฐานว่าได้รับอิทธิพลมาจากอินเดียเนื่องจากมีท่ารำที่คล้ายท่ากรณะในคัมภีร์นาฏยศาสตร์และการแสดงแขนงนี้ได้เข้ามาแพร่หลายในยุคศรีวิชัยกำลังรุ่งเรืองผ่านทางชวามลายู (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง, 2561) มโนราห์เป็นศิลปะการแสดงด้านการร่ายรำ การเคลื่อนไหวร่างกายอย่างเป็นจังหวะ ที่แสดงถึงความเข้มแข็งและเด็ดขาด อันเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของภาคใต้ โดยมีท่ารำเบื้องต้นสิบสองท่าในการฝึกมโนราห์ (กฤษฎา วิสัยรัตน์, 2552) การแสดงมโนราห์แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ มโนราห์ประกอบพิธีกรรม (โนราโรงครู) และมโนราห์เพื่อความบันเทิง โดยมโนราห์ประกอบพิธีกรรมจะเป็นพิธีการอัญเชิญครูมโนราห์หรือบรรพบุรุษมายังโรงพิธีเพื่อไหว้ครู ตา-ยายมโนราห์ รับของแก้บน และครอบเทริดหรือผูกผ้าแก่มโนราห์รุ่นใหม่ สำหรับการแสดงมโนราห์ที่เน้นความบันเทิง จะมีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นที่นิยม คือ การปล่อยนางรำ ซึ่งเป็นการขับบทกลอนอยู่หลังม่าน จากนั้นนางรำจะออกรำและว่าบทร่ายแตระแล้วทำบท ซึ่งเป็นการอวดลีลาการตีความหมายของบทร้องออกมาเป็นท่ารำ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระนอง, 2558) จากนั้นจึงเป็นการว่ากลอน และการออกพรานตามลำดับ การออกพราน คือ การปรากฏตัวของตัวตลก เพื่อสร้างบรรยากาศให้ครึกครื้น ถัดจากนั้นจะเป็นการออกตัวนายโรงหรือมโนราห์ใหญ่ โดยนายโรงจะเป็นผู้ที่อวดท่ารำและขับกลอน จากนั้นจะออกพรานอีกครั้งเพื่อบอกรายละเอียดเรื่องที่จะเล่นเป็นลำดับต่อไป (มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม - Intangible Cultural Heritage, 2564) อย่างไรก็ตามแม้ว่าการแสดงมโนราห์ หรือโนรา ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน แต่ยังอยู่ในวงจำกัด และด้วยยุคสมัยและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีจึงทำให้มโนราห์ได้รับความนิยมลดลง (ธนาภรณ์ โพธิ์เพชร, 2557) ดังนั้นการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงรูปแบบให้เข้ากับยุคสมัย ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการรักษา ส่งเสริมเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมด้านมโนราห์ให้มีความทันสมัยและทันตามเทคโนโลยีจึงมุ่งที่จะประชาสัมพันธ์ศิลปะมโนราห์เป็นภาษาอังกฤษผ่านกูเกิลไซต์ (Google sites) ซึ่งคณะผู้วิจัยเลือกประชากรเป็นนักเรียนสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ เป็นผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร รวมถึงชมรมมโนราห์เป็นหนึ่งในชมรมศิลปะการแสดงของโรงเรียนที่ผู้สนใจสามารถเลือกเข้าร่วม อันจะเป็นแรงจูงใจใฝ่รู้ในศิลปะการแสดงพื้นถิ่นให้เยาวชนรุ่นใหม่ รวมถึงส่งเสริมให้เยาวชนรุ่นใหม่สามารถนำความรู้จากงานวิจัยนี้ไปสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมที่สามารถเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจต่อไปได้

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อกูเกิลไซต์ (Google sites) ที่ใช้ในการเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์สื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ ที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ที่ 75/75

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการอ่านภาษาอังกฤษ เรื่องศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ โดยใช้สื่อกูเกิลไซต์ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนของนักเรียน

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ที่มีต่อเว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชั้นสูง ปีที่ 2 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ซึ่งมีจำนวน 1 ห้อง จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ มี 3 ประเภท คือ

1. สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ ได้รับการประเมินสื่อโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ผลประเมินมีค่า IOC = 1

2. แบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) ทีมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลมโนราห์พื้นฐาน ได้รับการประเมินแบบทดสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ผลประเมินมีค่า IOC = 1 โดยแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) เป็นแบบทดสอบชุดเดียวกันแต่สลับข้อ จำนวน 25 ข้อ เวลาในการสอบ 30 นาที

3. แบบประเมินความพึงพอใจแบบประเมินค่าห้าระดับ (Five point rating scale) ต่อ Google sites มโนราห์ ได้รับการประเมินแบบทดสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ผลประเมินมีค่า IOC = 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. คณะผู้วิจัยอธิบายถึงความสำคัญของงานวิจัยและขอความร่วมมือในการมีส่วนรวมในงานครั้งนี้ จากนั้นให้ประชากรทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) จำนวน 25 ข้อ เวลาในการสอบ 30 นาที ผ่านทาง Google form โดยคณะผู้วิจัยคุมสอบผ่านการประชุมออนไลน์ ด้วยตอนเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

2. หลังจากนั้นให้ประชากรศึกษาสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ โดยตนเองเป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ หากมีปัญหาสามารถติดต่อคณะผู้วิจัยได้ตามช่องทางที่แจ้ง

3. ในสัปดาห์ที่ 4 ประชากรทำแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) ผ่าน Google form เช่นเดิม โดยคณะผู้วิจัยคุมสอบผ่านการประชุมออนไลน์

4. นำแบบประเมินความพึงพอใจต่อ Google sites มโนราห์ ผ่าน Google form ให้ประชากรประเมิน หลังจากทำแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) เสร็จสิ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่า T (t-test)

ผลการศึกษา

ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และเพศหญิงจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ช่วงอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่1 ประสิทธิผลการเรียนของกลุ่มประชากรที่มีต่อสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องมโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ ตามเกณฑ์ 75/75

ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล
ค่า E1	59.73
ค่า E2	76.00

ประสิทธิผลการเรียนของประชากรมีต่อสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องมโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่าผลคะแนนรวมที่ได้จากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน E1 มีค่าเท่ากับร้อยละ 59.73 และผลคะแนนรวมที่ได้จากการทำแบบทดสอบหลังเรียน E2 มีค่าเท่ากับร้อยละ 76 ซึ่งค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สรุปได้ว่าสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. และค่าสถิติ t-test ก่อนและหลังการใช้สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องมโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้

การทดสอบ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	ค่าสถิติ t	Sig
ก่อนเรียน	14.93	3.02	-5.97	.000
หลังเรียน	19	2.33		

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยสื่อกูเกิลไซต์มโนราห์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 คะแนนแบบทดสอบของประชากรที่ทำคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนโดยแยกตามเกณฑ์

เกณฑ์คะแนนแบบทดสอบ	ร้อยละ	คะแนนก่อนเรียน (คน)	คะแนนหลังเรียน (คน)
ดีมาก	80 ขึ้นไป	1	10
ดี	70 - 79	5	13
ค่อนข้างดี	60 - 69	13	2
พอใช้	50 - 59	4	-
ตก/ต้องปรับปรุง	ต่ำกว่า 50	7	-
รวม		**30**	**30**

จากตารางที่ 3 พบว่าประชากรที่ทำคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนในระดับดีมาก มีจำนวน 1 คน และหลังเรียน มีจำนวน 10 คน ตามด้วย ในระดับดี ก่อนเรียน มีจำนวน 5 คน หลังเรียน มีจำนวน 13 คน ระดับค่อนข้างดี ก่อนเรียน มีจำนวน 13 คน หลังเรียน มีจำนวน 2 คน ระดับพอใช้ ก่อนเรียน มีจำนวน 4 คน และระดับตก/ต้องปรับปรุง ก่อนเรียน มีจำนวน 7 คน

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อสื่อเครื่องมือกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องมโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1.การจัดทำสื่อการเรียนรู้มีประโยชน์ต่อท่านในด้านการพัฒนาทักษะการอ่าน	4.07	0.58	มาก
2.ท่านได้รับประโยชน์ในด้านคำศัพท์เกี่ยวกับมโนราห์	4.53	0.63	มากที่สุด
3.เนื้อหาของข้อมูล ระดับในการใช้ภาษาอังกฤษ เหมาะกับระดับความรู้ความสามารถของท่าน และใช้งานง่าย	4.30	0.65	มาก
4.สื่อกูเกิลไซต์สามารถดึงดูดความสนใจของท่านได้	4.43	0.68	มาก
5.ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องมโนราห์เพิ่มขึ้น	4.53	0.68	มากที่สุด
6.ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดในโอกาสอื่นๆได้	4.33	0.71	มาก
รวม	**4.37**	**0.67**	**มาก**

ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อสื่อเครื่องมือกูเกิลไซต์มโนราห์ (Google Sites) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (□ □ =4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประเด็นประชากรได้รับประโยชน์ในด้าน

คำศัพท์เกี่ยวกับมโนราห์ และประเด็นประชากรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องมโนราห์เพิ่มขึ้น มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (□□=4.53) เท่ากัน ประเด็นสื่อกูเกิลไซต์สามารถดึงดูดความสนใจของประชากรได้ มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (□□=4.43) ประเด็นประชากรสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดในโอกาสอื่นๆต่อไปได้ มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (□□=4.33) ประเด็นเนื้อหาของข้อมูลระดับในการใช้ภาษาอังกฤษ เหมาะกับระดับความรู้ความสามารถ และใช้งานง่าย มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (□□=4.30) และประเด็นการจัดทำสื่อการเรียนรู้มีประโยชน์ในด้านการพัฒนาทักษะการอ่าน มีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (□□=4.07) ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายผล

การพัฒนาแอพพลิเคชั่นกูเกิลไซต์ (Google Sites) เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ สำหรับนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ ปรากฏดังนี้

หลังจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า คะแนนเฉลี่ยของการทำแบบทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้น โดยคะแนนเฉลี่ยของการทำแบบทดสอบก่อนเรียนเท่ากับ 14.93 คะแนนเฉลี่ยของการทำแบบทดสอบหลังเรียนเท่ากับ 19 สังเกตได้ว่ามีคะแนนการทำแบบทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้น 4.07 โดยประชากรที่มีคะแนนสูงสุดจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนเท่ากับ 20 คะแนน และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 8 คะแนน หลังจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน ประชากรที่มีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 23 คะแนน และมีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 13 คะแนน จากการนำผลดังกล่าวมาคำนวณค่า E1/E2 โดยตั้งเกณฑ์เป็น 75/75 พบว่า ผลคะแนนรวมของการทำแบบทดสอบก่อนเรียน E1 เท่ากับ 59.73 และผลคะแนนรวมของการทำแบบทดสอบหลังเรียน E2 เท่ากับ 76 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าสื่อเครื่องมือกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องมโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ มีค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสามารถสรุปได้ว่าประชากรมีผลสัมฤทธิ์หลังจากการเรียนรู้โดยใช้สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่อง มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ สูงกว่าก่อนการเรียนรู้ โดยมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) อยู่ใน ระดับมาก (□□=4.37) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีสองประเด็นที่น่าสนใจที่โดยได้รับคะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ประเด็นประชากรได้รับประโยชน์ในด้านคำศัพท์เกี่ยวกับมโนราห์ และประเด็นมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องมโนราห์เพิ่มขึ้น โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ (□□=4.53) ทั้งนี้เป็นเพราะเนื้อหาเรื่องมโนราห์ซึ่งเป็นวัฒนธรรมพื้นถิ่นทางใต้ เป็นเรื่องที่หลายคนคุ้นเคยแต่อาจยังไม่รู้ในรายละเอียดปลีกย่อย จนถึงไม่ทราบประวัติที่มาอย่างชัดเจน เมื่อคณะผู้วิจัยได้รวบรวมประวัติ รวมถึงนำมาแปลเป็นภาษาอังกฤษ ตลอดจนได้มีภาพประกอบท่ารำต่างๆ รวมถึงเครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ดนตรีต่างๆ ที่มีชื่อเรียกทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษควบคู่กัน จึงทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ รวมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้สามารถดึงดูดผู้เรียนและทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้และจดจำได้มากขึ้น นอกจากนี้ในการเรียนรู้โดยใช้สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) นักเรียนสามารถเรียนรู้แบบอิสระ ตามความพร้อมและความต้องการของตนเองโดยสามารถศึกษาทบทวนได้ตามความสะดวกไม่มีขีดจำกัด จึงทำให้นักเรียนไม่รู้สึกกดดันและมีความเพลิดเพลิน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเชื่อมโยงของธอร์นไดค์ (Thorndike's Connected Theory)

กฎแห่งความพร้อม (Law of Readiness) ที่นำเสนอว่าเมื่อผู้เรียนมีความพร้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจ ย่อมเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การเรียนรู้ นอกจากนี้การที่ผู้เรียนได้กระทำได้ฝึกบ่อยๆ ย่อมนำไปสู่การเรียนรู้ที่คงทนและถาวร ตามกฎแห่งการฝึกหัด (Law of Exercise) (ธอร์นไดค์,1898 อ้างถึงใน สมชาย รัตนทองคำ, 2556)

การพัฒนาแอพพลิเคชั่นกูเกิลไซต์ (Google Sites) เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ สำหรับนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ พบว่า สื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่อง มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศากร แสงสว่าง (2558) เรื่องผลการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนภาษาอังกฤษที่เน้นนิทานคุณธรรม โดยผลการวิจัยพบว่า สื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนภาษาอังกฤษที่เน้นนิทานคุณธรรมมีค่าประสิทธิภาพตรงตามสมมติฐาน และสอดคล้องกับผลการพัฒนาของเกรียงกวินท์ ชูรา และ ภควัฒน์ วงศ์วรรณวัฒนา (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่องแรงและการเคลื่อนที่ผ่านสื่อ Google Sites สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนน้ำยืนวิทยา จังหวัดอุบลราชธานี ผลการพัฒนาพบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการศึกษาสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่อง มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้สูงขึ้นโดยแสดงจากแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวรรณ ศรีฉิม และ บัญชา สำรวยรื่น (2559) ที่ได้ทำการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บ ด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่อง หลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนนครไทย จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ต่อสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่อง มโนราห์เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้ มีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณวัสสา บำรุงอุดมรัชต์ และ อัมพร วัจนะ (2563) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ร่วมกับบทเรียนออนไลน์โดยใช้ Google Sites เรื่องสมดุลเคมี ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะการอ่านทางด้านภาษาอังกฤษที่เน้นเนื้อหาทางการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมมโนราห์ ดังนั้นคณะผู้จัดทำวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

1. ควรจัดทำสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) เรื่องวัฒนธรรมการแห่เรือพระในรูปแบบภาษาต่างประเทศสำหรับนักศึกษาในระดับมัธยมปลาย เพื่อพัฒนาทักษะด้านการฟังและการอ่านที่เน้นเนื้อหาด้านการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของภาคใต้

2. ผู้ที่สนใจจัดทำสื่อกูเกิลไซต์ (Google Sites) ควรพัฒนารูปแบบของสื่อกูเกิลไซต์ (Google sites) ให้มีความน่าสนใจ โดยเน้นเนื้อหาทางด้านการฟังและการอ่านภาษาต่างประเทศเป็นหลัก

เอกสารอ้างอิง

เกรียงกวินท์ ชูรา และ ภควัฒน์ วงศ์วรรณวัฒนา. (2562). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่องแรงและการเคลื่อนที่ผ่านสื่อ Google Sites สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนน้ำยืนวิทยา จังหวัดอุบลราชธานี.* สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2564. จาก file:///C:/Users/VivoBook/Downloads/191387-Article%20Text-609521-1-10-20190701.pdf.

กฤษฎา วิสัยรัตน์. (2552). *รำโนรา ท่าสิบสอง.* สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2564. จาก https://www.gotoknow.org/posts/233028.

ธนาภรณ์ โพธิ์เพชร. (2557). *มโนราห์ร่วมสมัย.* สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2564. จาก http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/13202.

นิศากร แสงสว่าง. (2558). *ผลการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนภาษาอังกฤษที่เน้นนิทานคุณธรรม เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่าน ภาษาอังกฤษ และความตระหนักรู้ด้านคุณธรรม สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสกลวิทยา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม.* สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2564. จาก https://he02.tci-thaijo.org/Journal/article/view/40273/33215

ประมาณ อุ่นพิมาย.(2561). *ปัญหาในการสอนภาษาอังกฤษและความต้องการในการพัฒนาวิชาชีพของครูชาวไทยผู้สอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศในระดับชั้นประถมศึกษา.* สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2565.จากhttp://dspace.bru.ac.th/xmlui/handle/123456789/4308

ปวีณวัสสา บำรุงอุดมรัชต์ และ อัมพร วัจนะ. (2563). *การศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ร่วมกับบทเรียนออนไลน์โดยใช้ Google Sites เรื่องสมดุลเคมี ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสตรีนนทบุรี.* สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2564. จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/248284/170479.

ภราดร สุขพันธ์. (2561). *การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษกับความเป็นบัณฑิตในยุคปัจจุบัน.* สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2565. จาก https://so04.tci-thaijo.org › article › download.

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. Intangible Cultural Heritage. (2564). *ศิลปะการแสดง.* สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2564. จาก http://ich.culture.go.th/index.php/th/ich/performing-arts.

รศ.สมชาย รัตนทองคำ. (2556). *เอกสารประกอบการสอน 475 788 การสอนทางกายภาพบำบัด ภาคต้นปีการศึกษา 2556. หน้า 32-50.* สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2564. จาก https://ams.kku.ac.th › resource › edoc › tech.

ลัดดาวรรณ ศรีฉิม และ บัญชา สำรวยรื่น. (2559*). การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บ ด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่อง หลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.* สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564. จาก.

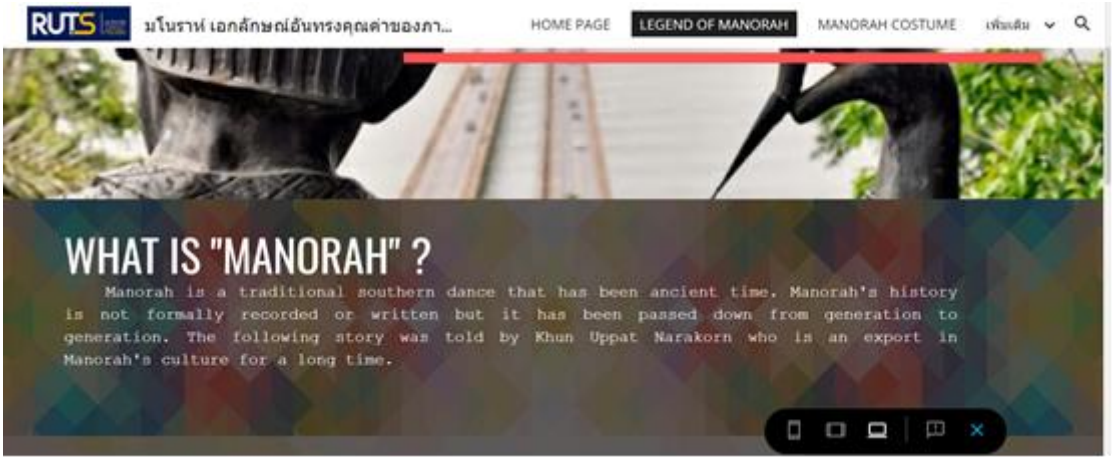
https://so01.tcithaijo.org/index.php/GraduatePSRU/article/view/65000/53222

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2561). *มโนราห์*. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2564.
จาก https://www.mculture.go.th/phatthalung/ewt_news.px

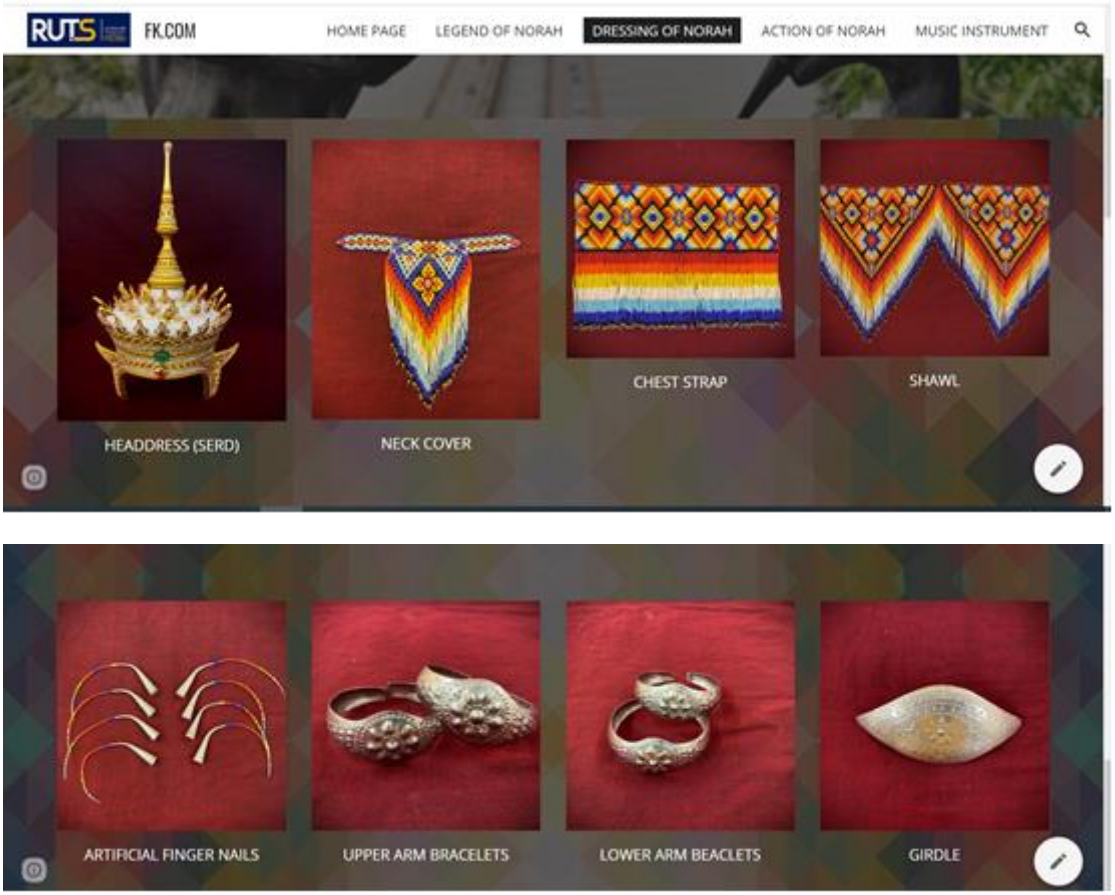
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระนอง. (2558). *การแสดงมโนราห์*. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2564.
จาก https://www.m-culture.go.th/ranong/ewt_news.php?nid=25&filename=index



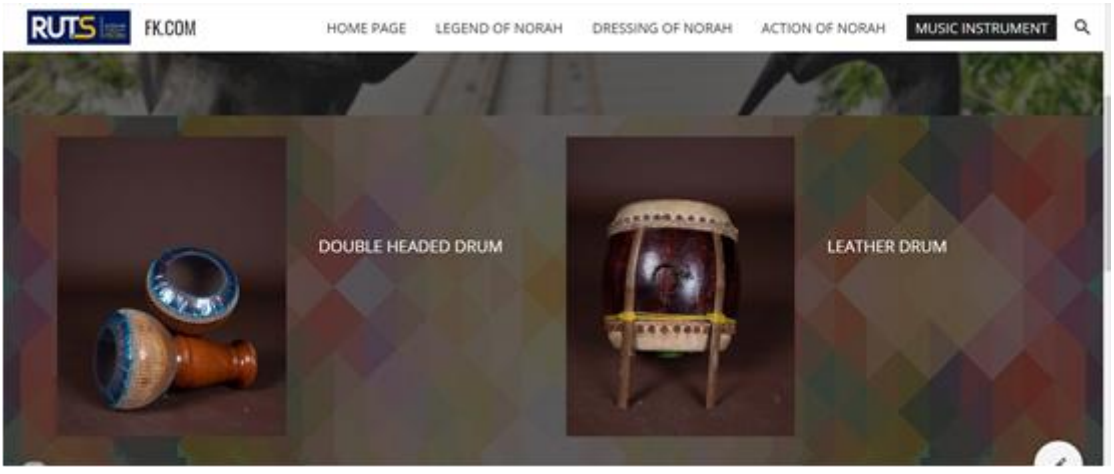
ภาพที่ 1 Home Page เว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้



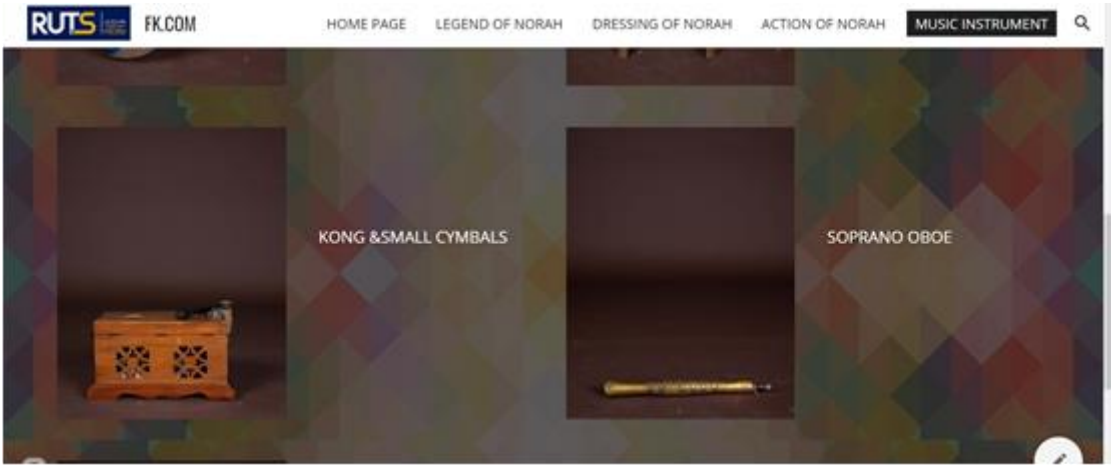
ภาพที่ 2 Story of Manorah เว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้



ภาพที่ 3-4 Costume of Manorah เว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้



ภาพที่ 5 Movement of Manorah เว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้



ภาพที่ 6-7 Music Instrument เว็บไซต์ มโนราห์ เอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของภาคใต้

การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

A Folklore Study : From Historical *Don Mae Mai* to Present-Day Don Kaeo Village, Kumphawapi Subdistrict, Kumphawapi District, Udon Thani Province

ธีราภรณ์ เทพสมพร[1*] และแก้วตา จันทรานุสรณ์[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.ประวัติความเป็นมาของดอนแม่หม้ายหรือดอนแก้วในปัจจุบัน 2.ความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และ 3.บทบาทและความสำคัญของพระมหาธาตุเจดีย์กับจิตใจของคนในชุมชน โดยสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 5 คน ในพื้นที่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี โดยจำแนกผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มผู้นำชุมชน 2.กลุ่มผู้มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ประวัติความเป็นมาของชุมชน 3. กลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ดอนแม่หม้าย (ดอนแก้ว) มีตำนานและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเกี่ยวข้องกับตำนานผาแดงนางไอ่ ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้ว มีความคิด ความเชื่อที่ผูกพันเชื่อมโยงกับตำนานผาแดงนางไอ่ รวมถึงการเกิดหมู่บ้านต่าง ๆ ในอำเภอกุมภวาปี และเมื่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป วิทยาศาสตร์เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนมากขึ้น แต่ความเชื่อเรื่องตำนานผาแดงนางไอ่ไม่ได้เลือนหายไปไหน หากแต่เพียงลดบทบาทลง ซึ่งตำนานผาแดงนางไอ่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตในอดีตของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในชุมชนยังมีพระมหาธาตุเจดีย์ (พระธาตุดอนแก้ว) เป็นโบราณสถานอันศักดิ์สิทธิ์เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนในชุมชนมาอย่างช้านาน

คำสำคัญ: คติชนวิทยา ดอนแม่หม้าย ผาแดงนางไอ่ อุดรธานี

[1]นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

[2]อาจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทย, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* Corresponding author Email: Teeraporn_tsp@kkumail.co

Abstract

This research was aimed at understanding the history and heritage of *Don Mae Mai*, or what is today known as Don Kaeo Village, located in Kumphawapi Subdistrict, Kumphawapi District, Udon Thani Province. The study explored the dynamic ideas, beliefs, and way of life of the villagers in the location, as well as the role and significance of *Phra Mahathat Chedi*, a stupa located in the area, on the community's mindset. Five people from the target group in Don Kaeo Village were interviewed.

The findings showed that the people of *Don Mae Mai* (Don Kaeo Village) have their own lore and local history related to the Legend of *Pha Daeng Nang Ai*. The villagers in the community of Don Kaeo Village demonstrated ideas and beliefs which were closely connected and interwoven with this legend, as well as with the establishment of the various villages in Kumphawapi District. While times have changed and science has begun to play a larger role in the lives of the villagers, decreasing the role of the *Pha Daeng Nang Ai* Legend in the daily lives of the villagers, the lore has not faded from their consciousness. Rather, it strongly reflects the historical ideas, beliefs, and way of life of the people in the community. Moreover, *Phra Mahathat Chedi* (*Phra That Don Kaeo*) is a sacred ancient site in the community which has anchored the mindsets of the people for generations.

Keywords: Folklore, *Don Mae Mai*, *Pha Daeng Nang Ai* Legend, Udon Thani

บทนำ

ภูมินามหรือนามเรียกสถานที่ (Place name หรือ Toponyms) ที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่โดยทั่วไปนั้นเป็นการตั้งและกำหนดให้ความแตกต่างเบื้องต้นทางพื้นที่อย่างหนึ่งของมนุษย์ เพื่อให้สามารถเรียกบ่งสถานที่ต่าง ๆ ได้จำเพาะเจาะจง การกำหนดตั้งนามเรียกสถานที่ในแต่ละท้องถิ่นคนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ จะเป็นผู้กำหนดตั้งขึ้นตามภูมิปัญญานึกคิดของตนแบบมีความหมาย หรือมีประวัติความเป็นมา ที่มาของนามที่ตั้งขึ้นนั้น ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กับปรากฏการณ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติต่าง ๆ หรือสัมพันธ์กับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น หลังจากที่ได้เรียกกันเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและยอมรับกันในท้องถิ่น นามนั้นจะกลายเป็น ชื่อภูมิศาสตร์ (Geographical names) ที่บรรทุกปรากฏบนแผนที่ที่ใช้กันทั่วไปภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ จากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ภาษาถิ่น ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น ทำให้ภูมินามที่ปรากฏมีรูปแบบทางภาษาเฉพาะภูมิภาคหรือท้องถิ่นแตกต่างกันออกไป (ไพฑูรย์ ปิยะปกรณ์, 2537 : น. 17-18) และเรืองเดช ปันเขื่อนขัติย์ (2538 : น. 21) ได้กล่าวถึงการตั้งชื่อนามของสถานที่และจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย สรุปได้ว่า มีการตั้งชื่อโดยเรียกชื่อตามประวัติศาสตร์ของสถานที่ เรียกชื่อตามสิ่งที่มีความสำคัญที่มีอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ เรียกชื่อตามชื่อท้องถิ่นเป็นภาษาถิ่นของจังหวัดนั้น และการตั้งชื่อใหม่ซึ่งอาจจะตั้งให้มีความใกล้เคียงกับชื่อเดิมของเมืองนั้นหรือตั้งชื่อให้มีความหมายดี

การศึกษาภูมินามของหมู่บ้าน เป็นการศึกษาถึงที่มาของการตั้งชื่อ ว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของท้องถิ่นนั้น ๆ ดังที่ สุพัตรา จิรนันทนาภรณ์ และอัญชลี สิงห์น้อย (2548 : น. 2) กล่าวถึงการศึกษาภูมินามว่าผลการศึกษาภูมินามของหมู่บ้านมีความสำคัญสำหรับเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนมีความสำคัญในการอนุรักษ์ชื่อสถานที่ ซึ่งชื่อสถานที่ต่าง ๆ เป็นที่มาของประวัติศาสตร์ ตำนาน แสดงลักษณะภูมิประเทศ สะท้อนลักษณะชีวิต การประกอบอาชีพ และแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การศึกษาภูมินามสามารถสะท้อนให้เห็นประเพณี วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และลักษณะของพื้นที่นั้น ๆ หรือที่เรียกโดยรวมว่า ภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ สุจริตลักษณ์ ดีผดุง (2543, น. 51) ได้กล่าวว่า การศึกษาภูมินามมักมุ่งเน้นการศึกษาประวัติความเป็นมาและความสำคัญของชื่อเรียกสถานที่นั้น ๆ หรืออาจมุ่งเน้นการศึกษาเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดความสนใจ และตระหนักถึงคุณค่าของถิ่นฐานที่ตนอาศัยอยู่ ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมของท้องถิ่น และนอกจากนี้การศึกษาภูมินามยังเป็นหนึ่งในการศึกษาข้อมูลที่สำคัญสำหรับเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวอีกด้วย

อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีชื่อปรากฏในวรรณกรรมท้องถิ่นอีสานเรื่องผาแดงนางไอ่ ในนามเมืองเอกชะทีตา หรือทีตานคร อันถือเป็นวรรณกรรมที่เป็นต้นเค้าของการปรากฏชื่อบ้านนามเมืองที่เกี่ยวข้องในบริเวณหนองหานน้อยและลุ่มน้ำชีตอนบน และความในวรรณกรรมท้องถิ่น เรื่อง “ผาแดงนาไอ่” ซึ่งเชื่อมโยงกับตำนานการเกิดดอนแม่หม้าย หรือที่รู้จักกันในชื่อ “ดอนแก้ว” ในปัจจุบัน โดยบ้านดอนแก้วมีภูมิหลังเกี่ยวข้องกับตำนานผาแดงนางไอ่มาตั้งแต่อดีตส่งผลมาจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพจิตใจของผู้คน อีกทั้งยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อของผู้คนในชุมชน และวิเคราะห์ถึงบทบาทและความสำคัญของพระมหาธาตุเจดีย์อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงประวัติศาสตร์ความเป็นของหมู่บ้าน ความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนบทบาทความสำคัญของโบราณสถานที่สำคัญในชุมชนกับจิตใจของคนในชุมชน และการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นการเผยแพร่ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงการรักษาและสืบทอดตำนานเหล่านี้ให้คงอยู่คู่ท้องถิ่นของตนสืบไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของดอนแม่หม้ายหรือดอนแก้วในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
3. เพื่อศึกษาบทบาทและความสำคัญของพระมหาธาตุเจดีย์กับจิตใจของคนในชุมชน

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ตำนาน หมายถึง เรื่องราวแสดงความเป็นมาแต่ปางหลังของสถานที่ บุคคล หรือพิธีกรรม ตั้งแต่อดีต

จนถึงปัจจุบันของบ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

ดอน หมายถึง พื้นที่ที่น้ำท่วมไม่ถึง ตรงข้ามกับที่ลุ่ม ที่เนิน โคก โขด หรือหาดที่มีลักษณะราบ ซึ่งจะปรากฏให้เห็นเมื่อน้ำลด (ในภาษาถิ่น-อีสาน) เรียกเกาะในแม่น้ำว่า ดอน เช่น ดอนโขง ในที่นี้คือ ดอนแก้วหรือดอนแม่หม้าย

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งภูมินามของหมู่บ้าน และทฤษฎีคติชนวิทยา

2. กำหนดพื้นที่ศึกษา คือ บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี และกลุ่มเป้าหมาย คือ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 คน โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือก คือ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่บ้านดอนแก้ว โดยจำแนกผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มผู้นำชุมชน จัดเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดทั่วไปของหมู่บ้าน อาณาเขตหมู่บ้าน จำนวนประชากร จำนวนครัวเรือน จำนวน 1 คน คือ นายปกรณ์ ศรีเมือง

2) กลุ่มผู้มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ประวัติความเป็นมาของชุมชน ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้านและผู้รู้คนสำคัญ จัดเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดเชิงลึกด้านประวัติศาสตร์หมู่บ้าน ตำนานการเกิดและความเป็นมาของหมู่บ้าน จำนวน 2 คน ได้แก่ คุณยายสำลี วงศ์ไกร และนายชาตรี เทวบาล

3) กลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ ข้อมูลในส่วนของประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านจากประสบการณ์ที่เคยได้ยินหรือสิ่งที่เคยพบเห็น จำนวน 2 คน ได้แก่ นางจุมจี รัตนวงศ์ และนางสาวสุจิตตรา วงศ์ไกร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้ 1) การตั้งปัญหา 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหา โดยจะต้องวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่หรือท้องถิ่นที่จะทำงานภาคสนาม และเวลาที่จะออกทำงานภาคสนาม จากนั้นจึงวางแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในชุมชนก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ 1.วิธีการสังเกต ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม 2.วิธีการสัมภาษณ์ ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาจำแนกออกเป็นส่วน ๆ และวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยวิเคราะห์บทบาทและความสำคัญของตำนานการเกิดบ้านดอนแก้ว และบทบาทของพระธาตุดอนแก้ว วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของคติชนตามแนวคิดของ ศิราพร ณ ถลาง (2563) ที่ได้ปรับทฤษฎีของ William R. Bascom (1996) มาเป็นกรอบในการอธิบายบทบาทหน้าที่ของคติชนในสังคม จำแนกออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1) บทบาทคติชนในการอธิบายกำเนิดและอัตลักษณ์ของกลุ่มชน พิธีกรรม และความเชื่อ

2) บทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

3) บทบาทคติชนในการเป็นทางออกให้กับความคับข้องใจของบุคคลอันเกิดจากกฎเกณฑ์ทางสังคม

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ประวัติความเป็นมาของดอนแม่หม้ายหรือบ้านดอนแก้ว ความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้ว ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และบทบาทของการเกิดหมู่บ้านดอนแก้วกับสภาพสังคม และจิตใจของคนในชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

ประวัติความเป็นมาของดอนแม่หม้าย หรือบ้านดอนแก้ว

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2554 ให้ความหมายคำว่า ม่าย หมายถึง ไร้คู่ครอง เพราะผัวหรือเมียตายจากไปและยังไม่ได้แต่งงานใหม่ และหมายรวมถึงเพราะหย่าขาดจากกันด้วย ถ้าเป็นชายเรียกว่า พ่อม่าย ถ้าเป็นหญิง เรียกว่า แม่ม่าย โดยปริยาย เรียกผู้หญิงที่เลิกกับผัวว่า แม่ม่ายผัวร้าง หรือ แม่ร้าง เขียนเป็น หม้าย ก็มี (ถิ่น-พายัพ, อีสาน ให้ความหมายคำว่า หม้าย ว่า คู่ครองตายจากกัน) สตรีที่ผ่านการหย่าร้างหรือแยกทางการอยู่ร่วมกันกับสามีอย่างถาวร สรุปได้ว่า แม่ม่าย หมายถึง ผู้หญิงที่ผ่านการหย่าร้างโดยมีการแยกทางกันอย่างถาวรมิได้อยู่ร่วมกันกับสามีอีกต่อไป หรือสามีเสียชีวิตก็ได้ แต่ในสังคมของชาวอีสานได้ให้ความหมายของคำว่า แม่ม่าย (หม้าย) และ แม่ร้าง (แม่ฮ้าง) แตกต่างกัน โดยคำว่า แม่ม่าย หมายถึง ผู้หญิงที่สามีเสียชีวิต ส่วนคำว่า แม่ร้าง หมายถึง ผู้หญิงที่หย่าขาดกับสามี

คุณยายสำลี วงศ์ไกร ผู้มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านดอนแก้ว กล่าวขณะให้สัมภาษณ์ว่า คติความเชื่อและความหมายของสังคมอีสานเกี่ยวกับ “แม่ม่าย” ในอดีตจะมีความหมายในเชิงลบ กล่าวคือ ผู้หญิงที่สามีเสียชีวิต หรือหย่าร้างกับสามี จะถูกมองไม่ดี เป็นกาลกิณี เป็นผู้หญิงชายขอบ คนในสังคมไม่ให้การยอมรับ สังเกตจากตำนานผาแดงนางไอ่กับการเกิดเมืองกุมภวาปี สังคมของชาวอีสานในอดีตเมื่อมีการแจกจ่ายอาหารจะมีการแจกจ่ายกันอย่างทั่วถึง เมื่อมีการแจกจ่ายอาการ คือ เนื้อกระรอกเผือก ผู้หญิงที่อาศัยอยู่ที่ดอนแม่หม้ายกลับไม่ได้รับเนื้อกระรอกเผือกนั้น แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมและถูกกีดกันออกจากสังคม แต่ในปัจจุบันเนื่องด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนผ่านคติความเชื่อจึงเปลี่ยนไป การที่ผู้หญิงจะแยกทางกับสามีหรือสามีเสียชีวิตจึงไม่ใช่เรื่องใหญ่โตแบบในอดีต และกลายเป็นเรื่องปกติในสังคม

ตำนานเล่าว่า เมืองกุมภวาปีมีชื่อปรากฏในวรรณกรรมท้องถิ่นอีสานเรื่องผาแดงนางไอ่ ในนามเมืองเอกชะทีตา หรือทีตานคร อันถือเป็นวรรณกรรมที่เป็นต้นเค้าของการปรากฏชื่อบ้านนามเมืองที่เกี่ยวข้องใน

บริเวณหนองหานน้อยและลุ่มน้ำชีตอนบน ความในวรรณกรรมท้องถิ่น เรื่อง “ผาแดงนาไอ่” กล่าวว่า เมืองทีตานครเป็นเมืองใหญ่ตั้งอยู่ในที่ราบลุ่มอันอุดมสมบูรณ์ เจ้าผู้ครองเมืองชื่อพญาขอม มีธิดาชื่อว่า ไอ่คำ เมื่อนางไอ่คำเจริญวัยได้มีเจ้าชายจากเมืองผาโพงชื่อ ท้าวผาแดง ได้มาติดพันเกี้ยวพาราสีหวังได้เป็นคู่ครอง กาลต่อมาพญาขอมได้จัดงานบุญบั้งไฟของเมืองทีตานครนี้ได้ล่วงรู้ไปถึงเมืองบาดาลเขตแดนของพญานาค ทำให้ท้าวพังคีโอรสของพญานาคหลอมตัวเป็นกระรอกเผือกขึ้นมาเที่ยวชมงานพร้อมกับบริเวณท้าวพังคีในร่างกระรอกเผือก (กระฮอกด่อน) ได้แอบยลโฉมนางไอ่คำทางช่องหน้าต่าง เมื่อนางไอ่เห็นเข้าก็ปรารถนาอยากได้กระรอกเผือกไว้เชยชมจึงให้เสนาอำมาตย์ตามจับแต่ก็จับไม่ได้ สุดปัญญาจะตามจับได้จึงยิงด้วยหน้าไม้กะจะไม่ให้ถูกที่สำคัญตาย แต่ลูกหน้าไม้ทะลุหัวใจเจ้ากระรอกด่อนจนถึงแก่ความตายจนได้ เมื่อกระรอกเผือกตายแล้วจึงนำกระรอกตัวนั้นมาชำแหละ เนื้อกระรอกนำมาแบ่งปันประกอบอาหารกิน ด้วยแรงอธิษฐานของพังคีก่อนตายทำให้เนื้อกระรอกเผือกเพิ่มปริมาณขึ้นอย่างมากมายกินกันทั่วเมืองยังไม่หมดและขอให้คนที่ได้กินเนื้อจงตายตามไปด้วย

เมื่อท้าวพังคีตาย บริวารได้กลับไปบอกพญานาคบิดาของพังคีทำให้พญานาคโกรธมากจึงสำแดงอิทธิฤทธิ์ทำให้เมืองทีตานครของพญาขอมถล่มจมดินกลายเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ คือ หนองหาน กุมภวาปี ส่วนชาวเมืองที่กินเนื้อกระรอกเผือกก็ล้วนตายกันหมดรวมทั้งท้าวผาแดงและนางไอ่คำด้วย ยกเว้นบรรดาแม่ม่ายที่ไม่ได้รับกาแจกจ่ายเนื้อกระรอกเผือกมาให้กิน ทำให้บ้านเมืองของเขาไม่ถูกทำลายและล่มสลายไป จึงเหลือเป็นเกาะกลางหนองหานที่เรียกกันว่า “ดอนแก้ว” ในปัจจุบัน ในขณะที่บริเวณโดยรอบล่มสลายกลายเป็นหนองหานและลำน้ำปาวในปัจจุบัน

คำว่า ดอน ในที่นี้หมายถึง พื้นที่ที่น้ำท่วมไม่ถึง, คำใช้เรียกเกาะในแม่น้ำ (ถิ่น-อีสาน) (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยคุณยายสำลี วงศ์ไกร (2565) ได้อธิบายว่า ด้วยลักษณะทางกายภาพของบ้านดอนแก้ว มีลักษณะเป็นเกาะกลางน้ำ ซึ่งคำว่า ดอน สามารถอธิบายลักษณะของบ้านดอนแก้วได้อย่างชัดเจน และในอดีตจากเหตุการณ์ที่ชาวเมืองทีตานครได้กินเนื้อกระรอกด่อน ยกเว้นก็แต่ผู้หญิงที่อยู่ในบ้านดอนแก้วแห่งนี้ไม่ได้กิน ส่วนสามีที่ได้กินเนื้อกระรอกด่อนไปต่างก็ล้มตาย ในหมู่บ้านจึงเหลือเพียงผู้หญิงที่สามีตายจากหมู่บ้านแห่งนี้จึงถูกเรียกขานว่าเป็น “ดอนแม่หม้าย”

ความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้ว ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ตำนานผาแดงนางไอ่และการเกิดชื่อบ้านนามเมืองต่าง ๆ ในอำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับผู้คนในชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้วมีความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับตำนานผาแดงนางไอ่กับการเกิดหมู่บ้านต่าง ๆ ในอำเภอกุมภวาปีมาอย่างช้านาน ความเชื่อเรื่องตำนานเหล่านี้ถูกปลูกฝังมาตั้งแต่รุ่นปู่ทวดตาทวด โดยผ่านบอกเล่าจากปากต่อปากจากรุ่นสู่รุ่น ไม่มีใครทราบว่าแท้จริงแล้วตำนานผาแดงนางไอ่เกิดขึ้นจริงหรือไม่ เกิดขึ้นเมื่อไร

จุมจี รัตนวงศ์ และสุจิตตรา วงศ์ไกร (2565) ชาวบ้านในพื้นที่บ้านดอนแก้ว กล่าวไว้ว่า เนื่องจากในสมัยก่อนตำนานเหล่านี้ยังไม่ถูกบันทึกอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งอาจทำให้เนื้อหาหรือข้อมูลบางส่วนตกหล่น ถูกหลงลืม หรือผิดเพี้ยนไปจากเดิมบ้าง และไม่มีใครทราบว่าตำนานผาแดงนางไอ่หากเคยเกิดขึ้นจริงแล้ว

เป็นอย่างไร ไม่มีสิ่งไหนมายืนยันหรือพิสูจน์ได้ มีเพียงตำนานที่ถูกเล่าขานแบบปากต่อปากสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน แต่ทั้งนี้ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้ว และชาวอำเภอกุมภวาปีบางส่วนต่างก็เชื่ออย่างปักใจว่าชื่อบ้านนามเมืองและสถานที่ต่าง ๆ ในอำเภอกุมภวาปี ไม่ว่าจะเป็น บ้านดอนแก้ว บ้านพันดอน บ้านห้วยสามพาด บ้านเชียงแหว ลำน้ำปาว หนองหาน และหมู่บ้านอื่น ๆ มีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับตำนานผาแดงนางไอ่โดยไม่มีข้อกังขา และในปัจจุบันยังคงเป็นเช่นนั้นอยู่ ถึงแม้จะมีหลักวิทยาศาสตร์เข้ามารองรับ หรืออ้างอิงถึงเหตุผลของการเกิดหนองหาน ลำน้ำปาว หรือบ้านดอนแก้ว ทำให้เกิดเป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์เช่นนี้ แต่ผู้คนในชุมชนยังให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและตำนานผาแดงนางไอ่ตราบเท่าทุกวันนี้

ลักษณะทางกายภาพของบ้านดอนแก้วนั้นเป็นเกาะกลางน้ำ มีทางสัญจรเข้าออกไปมาแค่ 2 เส้นทาง บริเวณพื้นที่โดยรอบหมู่บ้านเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ นั่นคือ หนองหาน หรือลำน้ำปาวทั้งหมด

หนองหานกุมภวาปี และลำน้ำปาว เป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และเนื่องด้วยเป็นหมู่บ้านที่ล้อมรอบด้วยหนองน้ำขนาดใหญ่ ทำให้ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้วส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตสัมพันธ์กับน้ำ และมักจะประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับน้ำ

ชาตรี เทวบาล (2565) ผู้มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านดอนแก้ว กล่าวว่า อาชีพที่ชาวบ้านยึดถือประกอบในการเลี้ยงชีพคือ การประมงในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการจับปลา ยกสะดุ้ง (ยกยอ) หว่านแห ใส่ไซ เก็บดอกบัว งมหอย โดยชาวบ้านมักจะนิยมต่อแพขนาดใหญ่ และไปยกสะดุ้งหาปลา ด้วยความที่หนองหานเป็นหนองน้ำที่กว้างมาก หากใช้เรือลำเล็ก ๆ ออกไปหาปลาอาจจะไม่ได้ปลาเยอะ และมีข้อจำกัดหลายอย่าง แต่หากเป็นแพจะล่องไปได้เรื่อย ๆ และสามารถทิ้งสะดุ้งทิ้งไว้ได้ทั้งคืน รุ่งเช้าจึงมายกสะดุ้งขึ้นเพื่อนำปลาที่ได้กลับไปประกอบอาหาร หากได้เป็นจำนวนมากจะนำแบ่งไปขายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว หรือหากไม่อยากกลับเข้าบ้านสามารถนอนบนแพได้เลย เพราะบนแพมีการกั้นห้องไว้สำหรับนอนพักผ่อนและมีครัวเล็ก ๆ ด้านนอกสำหรับประกอบอาหารง่าย ๆ อยู่บนแพด้วย นอกจากประมงในท้องถิ่นแล้ว ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้วยังมีการทำเกษตรกรรมในหนองหานและลำน้ำปาวบริเวณที่น้ำท่วมไม่ถึงร่วมด้วย เช่น ปลูกผักสวนครัว ปลูกพืชอายุสั้น แต่จะไม่นิยมปลูกข้าวเนื่องจากใช้เวลานานและความเสี่ยงสูง เพราะหากปีไหนฝนตกชุกหรือทางเขื่อนกักเก็บน้ำไว้ใช้หน้าแล้งจะทำให้น้ำท่วมและข้าวเสียหายไม่ได้ผลผลิต

นอกจากนี้ ปกรณ์ ศรีเมือง (2565) ผู้ใหญ่บ้านบ้านดอนแก้ว ยังกล่าวอีกว่า ชาวบ้านในพื้นที่ยังมีการดำเนินกิจกรรมที่เน้นจุดเด่นของพื้นที่ เช่น ประเพณีแข่งเรือยาว จัดขึ้นที่ลำน้ำปาว มักจัดเป็นประจำทุกปีหลังวันออกพรรษา ประเพณีลอยกระทง จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันเพ็ญเดือนสิบสอง และประเพณีบุญบั้งไฟอันเกี่ยวเนื่องกับตำนานผาแดงนางไอ่และการขอฝนจากพญาแถน มักจัดเป็นประจำทุกปีในบุญเดือนหกตามประเพณีฮีตสิบสองคองสิบสี่ของชาวอีสาน

บทบาทและความสำคัญของพระมหาธาตุเจดีย์กับจิตใจของคนในชุมชน

“พระมหาธาตุเจดีย์” หรือชื่อเรียกที่คุ้นหูของคนทั่วไปว่า “พระธาตุดอนแก้ว” นั้น ประดิษฐานอยู่กลางวัดมหาธาตุเจดีย์ บ้านดอนแก้ว หมู่ที่ 5 ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เป็นเจดีย์

ลักษณะทรงสี่เหลี่ยมคล้ายพระธาตุพนม

ชุมชนบ้านดอนแก้วมีโบราณสถานที่สำคัญอันเป็นที่ยึดเหนี่ยวและเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนชุมชน คือ พระมหาธาตุเจดีย์ หรือที่เรียกกันในท้องถิ่นว่า พระธาตุดอนแก้ว ไม่เฉพาะแต่ชาวบ้านในหมู่บ้านดอนแก้วเท่านั้น หากแต่ชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียงในอำเภอกุมภวาปีและต่างอำเภอยังเคารพและศรัทธาในพระธาตุดอนแก้วด้วยเช่นเดียวกัน โดยสามารถจำแนกบทบาทหน้าที่ได้ดังนี้

1. บทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม

ศิราพร ณ ถลาง (2563, น. 386) กล่าวว่า คติชนเป็นกลไกสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นสถาบันการศึกษา ในความหมายว่า ให้ความรู้ ถ่ายทอดวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ปลูกฝังทัศนคติ อบรมสั่งสอนระเบียบสังคมและรักษามาตรฐานทางจริยธรรมและพฤติกรรมที่เป็นแบบแผนที่สังคมยอมรับ บทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 บทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหาธาตุเจดีย์

ในชุมชนบ้านดอนแก้วที่พบการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นของตนให้คนรุ่นหลังได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาและภูมิหลังของท้องถิ่นของตน คือ บริเวณทางเข้าพระมหาธาตุเจดีย์ มีรูปปั้นกระรอกด่อน 2 ตัว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์เกี่ยวกับตำนานผาแดงนางไอ่ และตำนานผาแดงนางไอ่ได้มีความผูกพันเชื่อมโยงกับบ้านดอนแก้ว ในนามของ ดอนแม่หม้าย โดยภูมิหลังและประวัติศาสตร์ชุมชนทำให้ผู้คนในท้องถิ่นได้ทราบว่าในอดีตชุมชนของเขามีความเป็นมาอย่างไร จะเห็นได้ว่ารูปปั้นกระรอกด่อน 2 ตัว มีบทบาทในการถ่ายทอดและอธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวกับท้องถิ่น คือ บอกเล่าประวัติความเป็นมาของบ้านดอนแก้ว และสื่อถึงตำนานผาแดงนางไอ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเกิดบ้านดอนแก้วโดยตรง

1.2 บทบาทหน้าที่ในการอบรมระเบียบสังคมปลูกฝังค่านิยมและรักษาบรรทัดฐานทางพฤติกรรมให้สังคม

ประเพณีสรงน้ำพระมหาธาตุเจดีย์ดอนแก้ว เกิดจากความเชื่อ ความศรัทธาของคนในชุมชนที่ร่วมกันสร้างขึ้นให้เป็นมรดกของชุมชน มีการปฏิบัติสืบทอดกันต่อมาจนกลายเป็นประเพณีที่สำคัญของชุมชน เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในชุมชน จนกลายเป็นแบบอย่างของการกระทำที่ได้สืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตและมีอิทธิพลจนถึงปัจจุบัน กลายเป็นที่ยอมรับของคนส่วนรวมและถือเป็นแบบแผนมาอย่างเดียวกัน ทั้งคนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง

นอกจากนี้ ปกรณ์ ศรีเมือง (2565) ผู้ใหญ่บ้านบ้านดอนแก้ว ยังกล่าวว่า ประเพณีสรงน้ำพระธาตุดอนแก้วเป็นสิ่งผูกพันและสร้างความเป็นอันหนึ่งกันเดียวกันของคนในชุมชน โดยการปฏิบัติหรือประกอบประเพณีอันเป็นแบบแผนเดียวกัน ย่อมเป็นสิ่งที่ทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันใกล้ชิดและรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน โดยจะมีการจัดประเพณีสรงน้ำพระมหาธาตุเจดีย์เป็นประจำทุกปีในช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน เพื่อความเป็นสิริมงคลและการทำบุญในรูปแบบอื่น ๆ ร่วมด้วย ไม่ว่าจะเป็นการการถวายผ้าไตรจีวร สอยดาว

ทำโรงทาน ตักบาตร 108 ปิดทองพระพุทธรูป ขนทรายเข้าวัด ก่อกองทราย ฟังเทศน์ กล่าวได้ว่าเป็นการทำบุญแบบครบเซต

อย่างไรก็ตาม ฤกษ์ยามในการจัดประเพณีสรงน้ำพระธาตุดอนแก้ว มักจะจัดเป็นประจำทุกปีช่วงเดือนเมษายนในเทศกาลสงกรานต์ เหตุผลที่จัดในเทศกาลสงกรานต์ อาจมีนัยยะเพื่อให้ลูกหลานหรือชาวบ้านในชุมชนที่ไปทำงานต่างถิ่นหรือจังหวัด ถือโอกาสช่วงวันหยุดยาวในเทศกาลสงกรานต์กลับภูมิลำเนามาเยี่ยมเยือนบ้านเกิดและมาร่วมทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตของตน

นอกจากประเพณีสรงน้ำพระมหาธาตุเจดีย์ดอนแก้วแล้ว ในชุมชนบ้านดอนแก้วยังคงมีการสืบทอดประเพณี 12 เดือนของชาวอีสานหรือที่รู้จักกันในชื่อ “ฮีต 12” ซึ่งฮีต 12 ถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวอีสานทั่วทั้งภูมิภาค แต่เนื่องด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปประเพณีบางอย่างจึงถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น โดยประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์และมีส่วนเชื่อมโยงเกี่ยวกับตำนานผาแดงนางไอ่และการเกิดหมู่บ้าน คือ ประเพณีบุญบั้งไฟ โดยทุกปีจะมีการจัดขบวนแห่ของแต่ละหมู่บ้าน หมู่บ้านใดมีตำนานเกี่ยวกับผาแดงนางไอ่อย่างไรมักจะทำขบวนแห่เกี่ยวกับสิ่งนั้น เช่น บ้านดอนแก้ว เป็นดอนแม่หม้ายในอดีตที่ไม่กินเนื้อกระรอกเผือก ในขบวนแห่มักจะให้ผู้หญิงเป็นคนเดินขบวน และมักจะปรากฏ กระรอกเผือกในขบวน เพื่อชี้ให้เห็นถึงสัญลักษณ์ของหมู่บ้านดอนแก้วนี้

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน ในพื้นที่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ชาวบ้านในชุมชนบ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีความคิด ความเชื่อที่ผูกพันเชื่อมโยงกับตำนานผาแดงนางไอ่ รวมถึงการเกิดหมู่บ้านต่าง ๆ ในอำเภอกุมภวาปี ถึงแม้ตำนานผาแดงนางไอ่กับการเกิดหมู่บ้านต่าง ๆ จะไม่มีหลักฐานที่ยืนยันว่าตำนานเหล่านี้เกิดขึ้นจริง หรือเป็นเพียงคำบอกเล่า แต่ชาวบ้านในชุมชนยังให้การยอมรับนับถือว่าตำนานเหล่านี้อาจเกิดขึ้นจริง หรือมีอยู่จริงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนผ่านผู้คนสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนตามวัฏจักรของชีวิต คนรุ่นเก่าเริ่มโรยรา คนรุ่นใหม่เติบโตและขึ้นมาแทนที่ และด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป วิทยาศาสตร์เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนมากขึ้น และสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้อย่างตำนานเริ่มเกิดข้อถกเถียงว่าจริง ๆ แล้วลำน้ำปาวหรือหนองหาน อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลกหรือลักษณะทางภูมิศาสตร์อื่น ๆ แต่ความเชื่อเรื่องตำนานผาแดงนางไอ่ไม่ได้เลือนหายไปไหน หากแต่เพียงลดบทบาทลง ผู้คนในชุมชนและสังคมไม่ได้เชื่อในตำนานนี้ ทุกคน ซึ่งตำนานผาแดงนางไอ่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตในอดีตของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

เนื่องด้วยลักษณะบ้านดอนแก้ว มีลักษณะทางกายภาพเป็นเกาะกลางน้ำ พื้นที่โดยรอบหมู่บ้านเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ 2 แห่ง คือ หนองหาน และลำน้ำปาว ซึ่งเป็นแหล่งน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้วิถีชีวิตของชาวบ้านดอนแก้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับน้ำเป็นส่วนใหญ่ วิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นจะเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้คนในสังคมมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การประพฤติปฏิบัติ หรือการทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกัน เป็นแบบแผนเดียวกัน ย่อมช่วยให้ผู้คนในสังคมหรือในท้องถิ่นมีความผูกพันใกล้ชิด และรู้สึกว่าตนเป็นพวกเดียวกัน

“พระมหาธาตุเจดีย์” หรือที่รู้จักกันในท้องถิ่นว่า “พระธาตุดอนแก้ว” เป็นโบราณสถานอันศักดิ์สิทธิ์เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนในชุมชนมาอย่างช้านาน ไม่เฉพาะแต่ชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น แต่เป็นผู้คนจากทุกสารทิศที่ศรัทธาในพระธาตุดอนแก้วและมักจะมากราบไว้และสรงน้ำพระธาตุดอนแก้วเป็นประจำทุกปี โดยประเพณีสรงน้ำพระธาตุดอนแก้วเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เป็นสิ่งที่คนในชุมชนร่วมกันสร้างขึ้น ประเพณีมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต และความเชื่อของคนในชุมชน การประกอบประเพณีตามความเชื่อและความศรัทธาเป็นรูปแบบของการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการปลูกฝัง การบอกต่อ การขัดเกลาทางสังคมและผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผสานกับความเชื่อดั้งเดิมที่แนบแน่นอยู่กับวิถีชีวิต จึงเป็นสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดไม่ให้ประเพณีที่สำคัญนี้หายไปจากชุมชน

อาจกล่าวได้ว่า หนองหานกุมภวาปี และลำน้ำปาว เป็นแหล่งน้ำที่มีความสำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของชาวบ้านรอบ ๆ บริเวณหนองหานและลำน้ำปาว เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวกับแหล่งน้ำต่าง ๆ และพระมหาธาตุเจดีย์มีความสำคัญต่อคนในชุมชน โดยเป็นโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์อันเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนในชุมชนและสังคม ดังคำขวัญประจำอำเภอกุมภวาปี ที่ว่า “กุมภวาปีเมืองน้ำตาล อุทยานวานร ดอนแก้วพุทธสถาน หนองหานสายธารแห่งชีวิต ธรรมชาติวิจิตรทะเลบัวแดง”

คติชนช่วยทำให้ชาวบ้านปฏิบัติพิธีกรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ได้เหมาะสมและถูกต้องตามแบบแผนของวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ควบคุมสังคมยอมรับและปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคมหรือตามแบบแผนของสังคมเป็นมาตรฐานทางจริยธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่นและเป็นการให้การศึกษานอกระบบที่สำคัญในสมัยก่อน

กล่าวได้ว่า ตำนานการเกิดบ้านดอนแก้ว เปรียบเสมือนกรอบในการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ที่คนในท้องถิ่นและสังคมใกล้เคียงให้การยอมรับ และยังเป็นมรดกหรือสมบัติของชาติที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับมนุษย์และประเพณีสรงน้ำพระมหาธาตุเจดีย์ดอนแก้วยังเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่คนในท้องถิ่นและชุมชนใกล้เคียงถือปฏิบัติและถ่ายทอด และสืบต่อ ๆ กันมา นอกจากนี้ ยังช่วยให้ชาวบ้านและคนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มองเห็นความแตกต่างและความคล้ายคลึงกับสภาพท้องถิ่นอื่น ๆ ทำให้สามารถเข้าใจสภาพท้องถิ่นของตนเองและท้องถิ่นอื่น ๆ เป็นการสร้างเสริมความสามัคคีในสังคมและความเข้าใจซึ่งกันและกัน ซึ่งนำมาซึ่งความผาสุกของคนในสังคม จะเห็นได้ว่าคติชนวิทยามีบทบาทและความสำคัญต่อมนุษย์ สังคม ตลอดจนมีอิทธิพลต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคม

และมีอิทธิพลต่อการรับและเผยแพร่วัฒนธรรมอีกด้วย

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : จากดอนแม่หม้าย สู่บ้านดอนแก้ว ตำบลกุมภวาปี อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า ตำนานการล่มสลายของเมืองทีตานครในอดีตจนกลายเป็นหนองหานและการเกิดบ้านดอนแก้ว ถูกถ่ายทอดผ่านการบอกเล่าแบบปากต่อปาก จากผู้คนรุ่นหนึ่งสู่ผู้คนอีกรุ่นหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิพงษ์ ทองก้อน, และกชพร ขวัญทอง (2564, น.13) ที่ศึกษาการตั้งชื่อคลองและชื่อบ้านในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า บางพื้นที่ในอำเภอบางบ่อมีเรื่องราวลักษณะเรื่องเล่า (Narratives) ที่เป็นตำนานซึ่งคนในพื้นที่จำแล้วถ่ายทอดกันด้วยปากต่อปากสืบมา

ทั้งนี้ แรงอธิฐานของพังคีในร่างกระรอกด่อนที่อธิฐานก่อนตาย จึงทำให้เนื้อกระรอกเพิ่มขึ้นอย่างมากมายกินทั่วเมืองยังไม่หมดและผู้ที่กินเนื้อกระรอกก็ตายตามไปด้วย แสดงให้เห็นถึงอนุภาคของกระรอกด่อนสอดคล้องกับงานวิจัยของอนันต์ ลากุล และอุมารินทร์ ตุลารักษ์ (2560, น. 44-49) ที่ศึกษาแบบเรื่องและอนุภาคสัตว์สีเผือกในตำนานเมืองล่มอีสาน พบว่า สัตว์สีเผือกในภาคอีสานมีลักษณะแทนลางบอกเหตุหรือสิ่งผิดปกติ กล่าวได้ว่า อนุภาคของสัตว์สีเผือกที่เป็นเหตุให้เมืองล่มสลายนั้น คือการแสดงให้เห็นถึงความผิดปกติหรือลางบอกเหตุผ่านสีเผือกซึ่งผิดแปลกไปจากธรรมดา นอกจากนี้ ชื่อหมู่บ้านดอนแก้วสะท้อนถึงประวัติความเป็นมา รวมถึงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชน ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา ตรีสินธุรส (2549) ที่ศึกษาเรื่องชื่อบ้านนามเมือง ในเขตอำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ชื่อหมู่บ้านแต่ละชื่อสะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของชุมชนนั้น ทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม อันทำให้เข้าใจถึงพื้นฐานในด้านความคิด ความเชื่อของคนในหมู่บ้าน เช่น ในด้านภูมิศาสตร์ ชื่อหมู่บ้านสะท้อนให้เห็นถึงสภาพภูมิศาสตร์ของหมู่บ้านว่าเป็นที่สูงประเภทโดน ดอน หรือเนิน ฯลฯ อยู่ใกล้แหล่งน้ำประเภทหนอง คลอง หรือบึง และมีพรรณไม้ชนิดใดในบริเวณนั้น หรือเป็นต้นไม้ขนาดใหญ่ที่บ่งชี้ให้ทราบที่ตั้งหมู่บ้านชัดเจน หรือต้นไม้ที่มีลักษณะพิเศษ ในด้านวัฒนธรรมสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกทำเลที่ตั้งถิ่นฐานว่า ที่ตั้งหมู่บ้านมักจะอยู่บริเวณที่สูง เป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ อยู่ใกล้แหล่งน้ำ และมีความปลอดภัยในชีวิตเป็นสำคัญ นอกจากนี้ชื่อหมู่บ้านยังบอกถึงลักษณะการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ และความเชื่อของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ปรากฏอยู่ในชื่อหมู่บ้าน ดังนั้น ความสำคัญของหมู่บ้าน นอกจากจะเป็นสื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักชื่อของสถานที่นั้น ๆ แล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาของหมู่บ้าน ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิต สภาพสังคม และจิตใจของคนในชุมชนอีกด้วย อีกทั้งประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านดอนแก้ว มีลักษณะเป็นตำนานประวัติศาสตร์ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในชุมชน และการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นยังทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของถิ่นฐานที่ตนอาศัยอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต และสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทรชัย ชอบยศ (2562, น. 133) ที่กล่าวว่าประวัติศาสตร์ท้องถิ่นสามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวโดยท้องถิ่นได้ผ่านการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญต่อตำนานเรื่องราวปรัมปราในฐานะที่เป็นความเชื่อ และการบอกต่อของคนในท้องถิ่น

และการให้ความสำคัญกับคนในท้องถิ่นในฐานะผู้เล่าเรื่อง (Oral History)

นอกจากนี้ยังพบว่า พระมหาธาตุเจดีย์มีบทบาทและความสำคัญในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม โดยมีหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหาธาตุเจดีย์ และหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหาธาตุเจดีย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก นัยเจริญ และกฤษณา ชาญณรงค์ (2561, น. 335-337) ที่ศึกษาบทบาทหน้าที่ของมรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรมในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหนองกะท้าว อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่พบในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นของตนให้กับคนรุ่นหลังได้ทราบถึงตัวตน และภูมิหลังของชุมชนว่าท้องถิ่นของพวกเขามีความเป็นมาอย่างไร และยังมีบทบาทสำคัญในการอบรมระเบียบสังคม สร้างกฎกติกาให้เป็นที่ยอมรับร่วมกัน รวมถึงสร้างบรรทัดฐานทางพฤติกรรมให้คนในตำบลหนองกะท้าวยึดถือและปฏิบัติอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงถึงตำนานผาแดงนางไอ่ และที่มาของการเกิดหมู่บ้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตำนานผาแดงนางไอ่ทั้งหมด เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไว้ศึกษาต่อไป

2. ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ของท้องถิ่น เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยว เนื่องจากตำนานท้องถิ่นเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สามารถอธิบายพัฒนาการในอดีตของสังคม และเรื่องราวตำนานยังสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาด้านความเชื่อในท้องถิ่น นอกจากนี้ เนื้อหาของตำนานยังบอกเล่าถึงการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวอำเภอกุมภวาปีที่มีการถ่ายทอดกันมานับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

ขวัญชนก นัยเจริญ, และกฤษณา ชาญณรงค์. (2561). บทบาทหน้าที่ของมรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรมในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหนองกะท้าว อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), 11**(3), 329-344.

ปิยะพร. (2537). **จากตำนานนาค ถึงผาแดง-นางไอ่.** กรุงเทพฯ: ศรีบุญอุตสาหกรรมการพิมพ์.

ไพฑูรย์ ปิยะปกรณ์. (2537). ภูมินามทั่วไปในการตั้งชื่อถิ่นฐานหมู่บ้านชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือวิเคราะห์รูปแบบทางภูมิศาสตร์ของนามทั่วไป. **วารสารภาษาและวัฒนธรรม. 13**(2), 49-60

_____ . (2557). **ภูมิศาสตร์ชนบท** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มัลลิกา คนานุรักษ์. (2550). **คติชนวิทยา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

เรืองเดช ปันเขื่อนขัติย์. (2538). การศึกษาชื่อสถานที่ภาษาไทยและภาษาจีนในประเทศไทย. **วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 14**(2), 20-37.

วนิดา ตรีสินธุรส. (2534). **ชื่อบ้านนามเมืองในเขตอำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.** ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยคดีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

วุฒิพงษ์ ทองก้อน, และกชพร ขวัญทอง. (2564). การศึกษาเชิงคติชนวิทยา : การตั้งชื่อคลองและชื่อบ้านในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 16,** 1-15.

ศิราพร ณ ถลาง. (2563). **ทฤษฎีคติชนวิทยา วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุจริตลักษณ์ ดีผดุง. (2543). ชื่อหมู่บ้านในจังหวัดนครปฐม. **วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 19**(1), 51-75.

สุนันท์ อุดมเวช. (2524). **คติชนวิทยา.** เพชรบุรี : วิทยาลัยครูเพชรบุรี.

สุพัตรา จิรนันทนาภรณ์ และอัญชลี สิงห์น้อย. (2547). **ภูมินามของหมู่บ้านในเขตภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดเพชรบูรณ์.** พิษณุโลก : สาขาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุภณ สมจิตรปัญญา. (2522). **ผาแดงนางไอ่.** ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาลัยครูมหาสารคาม: มหาสารคาม.

สุนทรชัย ชอบยศ. (2562). ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนารากฐานท้องถิ่นที่เข้มแข็งและยั่งยืน. **วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 5**(2), 115-138.

เสาวลักษณ์ อนันตศานต์. (2543). **ทฤษฎีคติชนและวิธีการศึกษา.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อมฤต หมวดทอง, สุพิชชา โตวิวิชญ์, และอรศิริ ปาณินท์. (2559). **ภูมินาม การให้ความหายพื้นที่ : กรณีศึกษา ชุมชนรอบหนองหานกุมภวาปี จัวหวัดดอุดรธานี เกี่ยวกับตำนานผาแดงนางไอ่.** การประชุมวิชาการ “สรรค์สาระสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ประจำปี 2559”. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy) ทางด้านศิลปะส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต1

The need for learning media using digital literacy in arts to promote intellectual development for early childhood under the Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1

สหชาติ เขียวเกษม[1] จิณัฐตา เมฆสุทัศน์[2] และฟารีดา หีมอะด้ำ*[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย และ 2) เพื่อศึกษาความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนศิลปะ จำนวน 137 คน ที่อยู่ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling) ดังนี้ 1) สุ่มครูผู้สอนศิลปะในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 มา 1 อำเภอ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ อำเภอเมือง และ 2) สุ่มครูผู้สอนที่อยู่ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 อำเภอเมือง จำนวนทั้งหมด 57 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) จากการเปิดตาราง ของ Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan ซึ่งจากการเปิดตารางได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 48 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูผู้สอน ตำแหน่ง ชำนาญการพิเศษ (คศ.3) มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.85 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.54 และเป็นโรงเรียนขนาดเล็กคิดเป็นร้อยละ 53.85 2) การศึกษาสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก และ 3) ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.76 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

คำสำคัญ: สื่อการเรียนรู้, เทคโนโลยีดิจิทัล, พัฒนาการด้านสติปัญญา

[1-2]นักศึกษาระดับปริญญาตรี, สาขาวิชาศิลปศึกษา, วิทยาลัยช่างศิลปสุพรรณบุรี, สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

[3]อาจารย์ฟารีดา หีมอะด้ำ, สาขาวิชาศิลปศึกษา, วิทยาลัยช่างศิลปสุพรรณบุรี, สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

*Corresponding author E-mail heem.adam@gmail.com

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the current state of learning media using digital literacy to manage art learning for early childhood. and 2) to study the need for learning media using digital literacy in arts to promote intellectual development for early childhood. The population used in this study were teachers under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1, Muang District, Suphanburi Province, totaling 137 people. The sample consisted by multi-stage random sampling as follows: 1) randomly selected art teachers in schools under the Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1 to 1 district by purposive sampling, namely the district City and 2) Randomly selected 57 teachers in schools under the Suphanburi Primary Educational Service Area Office, District 1, Muang District, using a simple random sampling method from the table of Robert V. Krejcie. and Earyle W. Morgan. The data this study was used. It is a questionnaire. Which consisted of 3 parts, the data were analyzed with basic statistics, i.e., frequency, percentage mean ($\overline{X}$) and standard deviation (S.D).

The result show that :1) the general information of the respondents was mostly teachers. Specialized of 43.59 percent, aged 40 years or more, of 53.85 percent, with a bachelor's degree of 61.54 percent and was a small school of 53.85 percent. 2) the current state of learning media using digital literacy to manage art learning for early childhood has a mean of 3.84 and a standard deviation (S.D) of 0.12. and 3) the need for learning media using digital literacy in arts to promote intellectual development for early childhood with a mean of 4.24 and a standard deviation (S.D) of 0.76, which has a high level.

Keywords: Learning media, Digital literacy, Intellectual development

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า COVID-19 ที่ปรากฏในปัจจุบันส่งผลกระทบทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคการศึกษา ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในหลากหลายมิติ ทำให้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนใหม่ ที่เรียกว่า วิถี New Normal ต้องเผชิญกับภาวะของการปรับตัวครั้งใหญ่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาครูอย่างเร่งด่วน โดยฝึกอบรมให้ครู มีความรู้ มีทักษะในการใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนและเทคโนโลยีให้สามารถนำเทคโนโลยีจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และการสนับสนุนแพลตฟอร์มที่ครูสามารถนำไปจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทั้งสภาวะปกติ การเรียนแบบ Onsite หรือการเรียนแบบ Online (พงศ์รัตน์ ธรรมชาติ และ ชวลิต เกิดทิพย์ 2564, น. 18) สถาบันการศึกษาต้องมีการปรับเปลี่ยนการศึกษา เพราะช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา เทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามามีบทบาทในด้านต่างๆทั้งภาคบริการ และอุตสาหกรรม ยิ่งมีเหตุการณ์การระบาด ของเชื้อไวรัสโคโรน่า COVID-19 ตั้งแต่ปลายปี 2563 สถาบันการศึกษาในทุกระดับชั้น ทุกประเทศยิ่งควรปรับตัวและปรับเปลี่ยนมากยิ่งขึ้น สถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาการศึกษา สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น และส่งผลกับวิถีชีวิตของมนุษย์ทุกคนทั่วทั้งโลก ทั้งด้านลบ และด้านบวก ประชาชนในศตวรรษที่ 21 ต้องใช้ชีวิตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในสภาพการณ์เช่นนี้ การใช้ประสบการณ์เดิมที่เคยผ่านหรือเรียนรู้มา ไม่อาจเพียงพอในปัจจุบัน เราจำเป็นต้องมีความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับเหตุการณ์ในศตวรรษที่ 21 เพื่อพัฒนาทุกคนให้อยู่รอด และใช้ชีวิตได้อย่างเป็นสุข

การเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยในประเทศไทย ยังประสบปัญหาด้านพัฒนาการ ทั้งการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กและด้านภาษา ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านความฉลาดของสติปัญญา เด็กระดับปฐมวัย ถือเป็นวัยที่สำคัญที่สุด ซึ่งถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาของมนุษย์ในทุกๆ ด้าน เด็กวัยนี้สามารถเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการสังเกต และเรียนรู้ด้วยตนเอง เด็กจะเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว โดยเรียนรู้จากการเลียนแบบ การเล่นของเล่น การสัมผัส และการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับเด็กวัยนี้ ซึ่งการจัดกิจกรรมให้เด็กเรียนรู้ตามความสนใจ หรือให้เด็กเป็นศูนย์กลางตามความสามารถโดยคอยสนับสนุน กระตุ้นให้เด็กเกิดการเรียนรู้และตื่นตัว ซึ่งสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยสำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี เป็นการจัดการศึกษาในลักษณะอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษา เด็กจะได้รับพัฒนาการทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ตามวัยและความสามารถของแต่ละบุคคล การจัดประสบการณ์เป็นแนวทางสำหรับผู้สอน นำไปใช้ในการออกแบบให้เด็กปฐมวัยเรียนรู้ลงมือปฏิบัติและได้รับการพัฒนาที่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยประสบการณ์สำคัญที่ส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา เป็นการสนับสนุนให้เด็กเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้เด็กใช้ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การคิดรวบยอดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัว (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560, น. 26-37)

การพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ทางด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดในการจัดการเรียนรู้ต้องเน้นทักษะ กระบวนการคิดที่เน้นให้ผู้เรียนสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบโจทย์ของการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ซึ่งรูปแบบการบูรณาการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสรรค์สร้างนวัตกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 กระบวนการเรียนรู้ยุคใหม่ และทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ต่อไป (เยาวเรศ ภักดีจิตรม, บังอร ทิวาพรภานุกูล, และทิพรัตน์ มาศเมธาทิพย์, 2563, น. 164) โดยสามารถนำศิลปะมาเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างจิตใจของมนุษย์ให้สูงขึ้น กล่อมเกลาจิตใจให้อ่อนโยน ทำให้เกิดความกลมกลืน ความรักสามัคคีต่อกัน งานศิลปะถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางอารมณ์และจิตใจ

จากปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ที่ทุกคนต้องปรับตัวในการดำเนินชีวิตรวมไปถึงปรับเปลี่ยนวิธีการศึกษา ซึ่งเป็นการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบOnline ดังนั้น การนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียนและผู้สอนรวมไปถึงการแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองในการดูแลและช่วยเหลือผู้เรียนระหว่างเรียนให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย

2. เพื่อศึกษาความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย

วิธีการศึกษา

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนศิลปะ จำนวน 137 คน ที่อยู่ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling) ดังนี้ 1) สุ่มครูผู้สอนศิลปะในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 มาจาก 1

อำเภอ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ อำเภอเมือง และ 2) สุ่มครูผู้สอนที่อยู่ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 อำเภอเมือง จำนวนทั้งหมด 57 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) จากการเปิดตาราง ของ Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan (อ้างอิงจาก ไพศาล วรคำ, 2554, น. 461) ซึ่งจากการเปิดตารางได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 48 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองโดยการศึกษาจากทฤษฎี แนวคิด และการทบทวน เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัจจุบัน และความต้องการในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของครูผู้สอน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

การศึกษาครั้งนี้มีวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์การสร้างแบบสอบถามสภาพปัจจุบันและความต้องการในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 เพื่อนำเนื้อหา และสาระสำคัญ มาสร้างเป็นข้อคำถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์โกเมศ คันธิก 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิทยา ชลสุวัฒน์ 3) นายแผน เอกจิตร 4) นายปภณ กมลวุฒิพงศ์ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและเป็นผู้มีประสบการณ์เชี่ยวชาญ ทางด้านศิลปศึกษาและทัศนศิลป์ และ 5) นางฉัตรฤทัย บูรณากาญจน์ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและเป็นผู้มีประสบการณ์เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการระดับปฐมวัย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น (index of item – objective congruence : IOC) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยข้อคำถามเท่ากับ 0.93 และนำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุง แก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน มีค่าความเชื่อมั่นตามสูตรแอลฟ่าของครอนบาร์ช เท่ากับ 0.98 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นในเกณฑ์ที่ ดีมาก (George และ Mallery (2003) และ Wikipedia (2014) อ้างอิงจาก วัฒนา สุนทรธัย และ วนิดา คูชัยสิทธิ์,2558, น. 16) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 โดยมีระยะเวลา 2 สัปดาห์ ซึ่งมีการตอบกลับผ่าน Google form จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 จากจำนวนทั้งหมด 48 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาทำการวิเคราะห์หาค่าทาง

สถิติพื้นฐานโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป Microsoft Excel ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ตารางความถี่และร้อยละในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. วิเคราะห์สภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

3. วิเคราะห์ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) (บุญชม ศรีสะอาด, 2546, น. 104-105)

ผลการศึกษา

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วโดยใช้ตารางความถี่และร้อยละในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่ และร้อยละในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ความถี่	ร้อยละ
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	n=39	
1. ตำแหน่งผู้สอน (กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ)		
1.1 ครู (คศ.1)	11	28.21
1.2 ครูชำนาญการ (คศ.2)	9	23.08
1.3 ครูชำนาญการพิเศษ (คศ.3)	17	43.59
1.4 ผู้อำนวยการโรงเรียน	1	2.56
1.5 อัตราจ้าง	1	2.56
	n=39	
2. อายุ		
2.1 25-40 ปี	18	46.15
2.2 40 ปีขึ้นไป	21	53.85
	n=39	
3. วุฒิการศึกษา		
3.1 ปริญญาตรี	24	61.54
3.2 ปริญญาโท	15	38.46
	n=39	
4. ขนาดของโรงเรียน (จำแนกตามเกณฑ์ของ สพฐ.)		
4.1 โรงเรียนขนาดเล็ก	21	53.85
4.2 โรงเรียนขนาดกลาง	16	41.02
4.3 โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ	2	5.13
	n=39	

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูผู้สอนตำแหน่ง ชำนาญการพิเศษ (คศ.3) คิดเป็นร้อยละ 43.59 มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.85 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.54 และ เป็นโรงเรียนขนาดเล็กคิดเป็นร้อยละ 53.85

2. วิเคราะห์สภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพปัจจุบันในการใช้สื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	S.D	แปลผล
1.ด้านนโยบายและเป้าหมายของโรงเรียน/เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy)			
1.1 สถานศึกษามีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาและใช้สื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา สำหรับเด็กปฐมวัย	3.72	0.72	มาก
1.2 สถานศึกษามีเป้าหมายที่ชัดเจนในการใช้สื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา สำหรับเด็กปฐมวัย	3.79	0.70	มาก
1.3 สถานศึกษามีความตระหนักถึงการพัฒนาสื่อและการใช้สื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา สำหรับเด็กปฐมวัย	3.64	0.74	มาก
1.4 สถานศึกษามีการกำหนดนโยบายในการจัดการเรียนรู้และการเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา สำหรับเด็กปฐมวัย	3.79	0.73	มาก
1.5 สถานศึกษามีกำหนดให้มีการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการใช้สื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา สำหรับเด็กปฐมวัย	3.79	0.73	มาก
รวม	**3.86**	**0.73**	**มาก**
2.ด้านทรัพยากรและสภาพแวดล้อมต่อการนำสื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย ไปใช้ในการจัดการเรียนรู้			
2.1 สถานศึกษามีการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้	3.69	0.77	มาก
2.2 สถานศึกษามีการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อการเรียนรู้	3.74	0.82	มาก
2.3 สถานศึกษามีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy) เพื่อสนับสนุนการสร้างสื่อการเรียนรู้อย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการ	3.77	0.84	มาก
2.4 สถานศึกษามีวัสดุและครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่พร้อมใช้งานอย่างเพียงพอต่อการจัดการเรียนรู้	3.64	0.84	มาก
รวม	**3.71**	**0.82**	**มาก**
3. ด้านกระบวนการและสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)			
3.1 สถานศึกษามีการฝึกอบรมผู้สอนเพื่อพัฒนาทักษะความสามารถในการผลิตสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy	3.85	0.99	มาก

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	S.D	แปลผล
3.2 สถานศึกษามีเครือข่ายความร่วมมือของผู้สอนภายในโรงเรียน เกี่ยวกับสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)	3.68	0.87	มาก
3.3 ผู้สอนได้รับความช่วยเหลือจากเครือข่ายภายนอกเกี่ยวกับสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)	3.59	0.85	มาก
3.4 ผู้สอนมีการเผยแพร่สื่อการเรียนรู้โดยการนำสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)ที่ผลิตขึ้นให้บุคคล/หน่วยงาน	3.66	0.88	มาก
รวม	**3.68**	**0.90**	**มาก**
4. ด้านผลลัพธ์			
4.1 ท่านมีการนำสื่อการเรียนรู้โดยเทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)ไปใช้ในกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดของสถานศึกษา	3.79	0.80	มาก
4.2 ท่านมีการนำสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)ไปจัดกิจกรรมและเกิดประโยชน์ต่อกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน ทั้ง Online และ Onsite	4.00	0.83	มาก
4.3 ผลย้อนกลับ/สะท้อนในการเผยแพร่โดยการนำสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy)ไปกิจกรรมจัดการเรียนรู้	4.03	0.84	มาก
รวม	**3.94**	**0.82**	**มาก**
รวมทั้งหมด	**3.84**	**0.12**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า การศึกษาสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.12 มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านผลลัพธ์ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) เท่ากับ 0.82 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านกระบวนการและสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.90 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	S.D	แปลผล
1. ท่านคิดว่าการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย	4.64	0.72	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) สามารถสนับสนุนการเรียนรู้และเกิดความเข้าใจในบทเรียนสำหรับผู้เรียนได้ดี	4.08	0.77	มาก
3. ท่านมีความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ประเภทวีดีโอมาประกอบการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย	4.18	0.84	มาก
4. ท่านมีความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ประเภทเกมมาประกอบการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย	4.51	0.68	มากที่สุด
5. ห้องเรียนของท่านมีความพร้อมในการเผยแพร่ความรู้ด้วยสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) สำหรับเด็กปฐมวัย	4.13	0.86	มาก
6. ผู้เรียนของท่านมีความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy)	4.05	0.82	มาก
7. ท่านต้องการสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ที่เป็นการให้ความรู้จากนิทานหรือบทเพลง สำหรับเด็กปฐมวัย	4.10	0.85	มาก
8. ท่านคิดว่าการสอนวิชาศิลปะในสถานการณ์โควิด19 มีความจำเป็นในการนำสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล(digital literacy) มาช่วยในการจัดการเรียนรู้	4.23	0.87	มาก
รวม	**4.24**	**0.76**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า ความต้องการในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย ผู้ที่ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.76 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.64 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) เท่ากับ 0.72 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ประเภทเกมมาประกอบการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยโดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.68 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ มีความพร้อมใน

การเรียนรู้ด้วยสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.82 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

สรุปและอธิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก และ 2) ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนศิลปะ จำนวน 137 คน ที่อยู่ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling) ดังนี้ 1) สุ่มครูผู้สอนศิลปะในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 มาจาก 1 อำเภอ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ อำเภอเมือง และ 2) สุ่มครูผู้สอนที่อยู่ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 อำเภอเมือง จำนวนทั้งหมด 57 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) จากการเปิดตาราง ของ Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan (อ้างอิงจาก ไพศาล วรคำ, 2554, น. 461) ซึ่งจากการเปิดตารางได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 48 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูผู้สอน ตำแหน่ง ชำนาญการพิเศษ (คศ.3) คิดเป็นร้อยละ 43.59 มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.85 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.54 และเป็นโรงเรียนขนาดเล็กคิดเป็นร้อยละ 53.85 2) การศึกษาสภาพปัจจุบันในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ไปจัดการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นรายด้านมากที่สุด คือ ด้านผลลัพธ์ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) เท่ากับ 0.82 รองลงมาเป็นด้านนโยบายและเป้าหมายของโรงเรียน/เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.73 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านกระบวนการและสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.90 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อธิบายได้ว่า การจัดการเรียนรู้ให้เด็กปฐมวัยในสถานการณ์ปัจจุบัน จะต้องมีผู้ปกครองเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยในการควบคุม ช่วยเหลือ แนะนำผู้เรียนระหว่างเรียน โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้กับครูผู้สอน และครูผู้สอนเลือกใช้เทคนิคการสอนที่แปลกใหม่ ช่วยเพิ่มกระบวนการเรียนรู้ การสร้างสรรค์ที่กระตุ้นให้ผู้เรียนอยากรู้อยากเห็น และมีส่วนร่วมในห้องเรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กุลชาติ พันธุวรกุล และ เมษา นวลศรี,2562, น.1) เด็กปฐมวัยอยู่ในช่วงวัยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในยุคที่มีการขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างไม่หยุดนิ่ง เด็กวัยนี้จึงจำเป็นต้องมีทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อสร้างโอกาสสำคัญใน การเติบโตเป็นพลเมืองที่มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อภายใต้มิติแห่งความหลากหลายด้านสื่อเทคโนโลยี ประกอบด้วยสภาพการณ์ในปัจจุบันของการใช้สื่อดิจิทัลของเด็กไทย คุณค่าของการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีต่อเด็กปฐมวัย ปัจจัยและความเสี่ยงในยุคดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการเด็กปฐมวัย รวมถึงการสร้างโอกาสให้แก่เด็กปฐมวัยสู่การเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล โดยมีครูและผู้ปกครองเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเด็ก

อย่างมีคุณภาพ ผ่านบทบาทการเป็นแบบอย่างที่ดีมีความสามารถในการคัดกรองสื่อที่มีคุณภาพ และมีทักษะในการประสานความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวเด็กพัฒนาไปสู่การเกิดทักษะการเป็นพลเมืองดิจิทัล หรือที่เรียกว่า “ความฉลาดทางดิจิทัล” และ 3) ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.76 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นรายข้อมากที่สุด คือ การนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.64 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) เท่ากับ 0.72 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ประเภทเกมมาประกอบการจัดการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยโดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.68 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ มีความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.82 ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก อธิบายได้ว่าครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 มีความคิดเห็นว่าการนำสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในยุคปัจจุบันนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อลงกรณ์ เกิดเนตร, ประภาวรรณ สมุทรเผ่าจินดา และ พันพัชร ปิ่นจินดา, 2564, น. 297) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้ในชีวิตใหม่จะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning activities) ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น การเรียนในห้องเรียนแบบดั้งเดิมจะถูกเร่งให้เปลี่ยนไปสู่รูปแบบใหม่ที่จะเป็นระบบออนไลน์ที่ทันสมัย ทั้งใช้เป็นสื่อเสริมและใช้จัดการเรียนรู้เต็มรูปแบบ สถาบันการศึกษาจึงต้องปรับโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้รองรับกับชีวิตวิถีใหม่ที่จะเกิดขึ้นผ่านแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ต่างๆ และพัฒนาผู้สอนให้สามารถจัดการชั้นเรียนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและเตรียมพร้อมรับมือกับวิกฤติของโรคระบาดที่จะอุบัติใหม่ในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะสุดวิสัยต่างๆ ซึ่งยังไม่มีใครสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไรในอนาคต

จากประเด็นดังกล่าวสรุปได้ว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย มีความสำคัญต่อการจัดการศึกษาในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง ช่วยในการเรียนรู้ทั้งรูปแบบ Online และ Onsite ซึ่งผู้ปกครองเป็นกลไกสำคัญในการร่วมมือกับผู้สอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะในการนำสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ทางด้านศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาสำหรับเด็กปฐมวัย ผู้ศึกษาเห็นว่า แนวทางดังกล่าวสามารถนำไปพัฒนาการเรียนรู้ และช่วยส่งเสริมพัฒนาการในด้านต่างๆได้อีก เช่น ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ จิตใจ และด้านสังคม ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย เช่น เรื่อง รูปร่างรูปทรง การจับคู่สี และการประดิษฐ์

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรพัฒนาสื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทั้งด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ จิตใจ ด้านสังคม และด้านสติปัญญา และ 2) ควรพัฒนาสื่อการเรียนรู้ทางด้านศิลปะเพื่อนำไปดำเนินการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนในระดับชั้นอื่น และ

3) ควรพัฒนาสื่อการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำไปจัดการเรียนรู้กับกลุ่มสาระวิชาอื่น

เอกสารอ้างอิง

กุลชาติ พันธุวรกุล และ เมษา นวลศรี.(2562).เด็กปฐมวัยกับการเป็นพลเมืองดิจิทัล: โอกาสหรือความเสี่ยง. **วารสารครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**.47(2), 1.

กระทรวงศึกษาธิการ. 2560. **หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560**.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

บุญชม ศรีสะอาด.(2546). **พื้นฐานการวิจัยศึกษา.** กาฬสินธ์ : ประสานการพิมพ์.

พงศ์รัตน์ ธรรมชาติ และ ชวลิต เกิดทิพย์. (2564). **ทบทวนบทเรียน INSIDE สู่ ONLINE กับการพัฒนาครูที่ไร้ทิศทางในยุควิกฤต COVID-19**.สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ไพศาล วรคำ. (2554). **การวิจัยทางการศึกษา(Educational Research)**.มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.

เยาวเรศ ภักดีจิตร บังอร ทิวาพรภานุกูล และ ทิพรัตน์ มาศเมธาทิพย์.(2563). รูปแบบการบูรณาการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสรรค์สร้างนวัตกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์. **วารสาร มรม**. 13(3), 164.

วัฒนา สุนทรธัย และ วนิดา คูชัยสิทธิ์.(2558). ความเชื่อมั่นของแบบวัดที่มีเป้าหมายของการวัดแตกต่างกัน กรณีศึกษา : แบบประเมินผลการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. **วารสาร BU ACADEMIC REVIEW**,14(1),14.

อลงกรณ์ เกิดเนตร ประภาวรรณ สมุทรเผ่าจินดา และ พันพัชร ปิ่นจินดา. (2564). การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ในยุคเปลี่ยนผ่าน การศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. **วารสารปัญญาภิวัฒน์.** 13(1), 297.

ดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) กรณีศึกษา : วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Music for offering rice to Buddha Kung-ngoh Ritual: A Case Study of Thavornwararam Temple Hat Yai, Songkhla

อภิสิทธิ์ เฉลิมวรบุตร[1] สุณิสา ศิริรักษ์*[2] และสกลพัฒน์ โคตรตันติ*[3]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางดนตรี ดำเนินการวิจัยระหว่างปี พ.ศ. 2564 – พ.ศ.2565 มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาประวัติและความเป็นมาของวงดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) ดำเนินการวิจัยโดย ศึกษาข้อมูลจจากงานวิจัยต่าง ๆ หนังสือ วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์นักดนตรี พระสงฆ์ และผู้ที่มาเข้าร่วมพิธี

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พิธีกุ๊งหง่อ เป็นพิธีการบูชาข้าวพระพุทธของพระสงฆ์อนัมนิกาย เป็นการถวายเครื่องกระยาหารเจ เพื่อบูชาพระรัตนตรัย และเทพเทวดาต่าง ๆ จัดขึ้นในวันขึ้น 1 ค่ำ และ 15 ค่ำ โดยยึดตามปฏิทินจันทรคติจีน และเทศกาลสำคัญ ๆ ต่าง ๆ เพื่อเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งที่จัดขึ้นเพื่อชักจูงให้ผู้คนได้หันมาสนใจธรรมะและเข้าวัดทำบุญปฏิบัติธรรม นอกจากนี้วงดนตรีที่ใช้ประกอบในพิธี เป็นวงเครื่องสายจีนประสมคีย์บอร์ด ประกอบด้วย ขิมหยางฉิน ซอเอ้อหู กลอง และคีย์บอร์ด เพลงที่ใช้ในการประกอบพิธีมีทั้งหมด 7 เพลง ซึ่งอยู่ในบันไดเสียง ฟซลxดรx เพลงส่วนใหญ่เป็นเพลงที่เรียกตามบทสวดมนต์ อีกทั้งดนตรียังมีบทบาทที่สำคัญคือช่วยทำให้พิธีกรรมนั้นเกิดความศักดิ์สิทธิ์และสมบูรณ์ รวมถึงระดับเสียงมีส่วนช่วยทำให้ผู้ฟังและผู้สวดมีสมาธิมากขึ้น

คำสำคัญ : กุ๊งหง่อ หาดใหญ่

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรี,สาขาวิชาดนตรีไทย,คณะศิลปกรรมศาสตร์,มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[2] อาจารย์ ดร. สุณิสา ศิริรักษ์,อาจารย์สาขาวิชาดนตรีไทย,คณะศิลปกรรมศาสตร์,มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

*Corresponding author E-mail: sunisa.si@skru.ac.th

[3] อาจารย์ ดร. สกลพัฒน์ โคตรตันติ,อาจารย์สาขาวิชาดนตรีไทย,คณะศิลปกรรมศาสตร์,มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

* Corresponding author E-mail: Sakolput.ko@skru.ac.th

Abstract

This Thai music article research is a qualitative study that use music research methods. The study was carried out during the years 2021 and 2022. The purposes of this paper were as follows: 1) to study the history and context of the band used for the rice offering ritual (Kung-ngoh). Wat Thavorn Wararam Hat Yai is based in the Hat Yai District of Songkhla Province. 2) To study the music used in the rice-offering rite to the Buddha (Kung-ngoh). Analyze data from books, journals, and scholarly journals papers. And interviews with musicians, monks, and attendees of the ritual.

The results of the study showed that the Kung Ngo ceremony It is a ceremony to worship the Buddha's rice by monks Anam Nikaya. It is a vegetarian food offering. To worship the Buddha and the gods on the first day of the Fullmoon and the 15th day of the night, based on the Chinese lunar calendar. and various important festivals as a gift that is organized to make people play attention to Dharma and go to temples and practice Dharma. In addition, the band used in the ceremony It is a Chinese stringed orchestra with Electronic keyboard, consisting of dulcimer, YangQin, Erhu, Drums, and Electric keyboard. There are a total of 7 songs used in the ceremony, which are in the FGACD scale. Most of the songs are called chants. In addition, music plays an important role in helping to make the ritual holy and complete. Including the sound level helps to make the listener and the chanter more concentrated.

Keywords : Kung-ngoh Hat Yai

บทนำ

ดนตรีถือเป็นวัฒนธรรมประจำชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองทางด้านความคิด ความรู้สึก ตลอดจนศิลปะของแต่ละชนชาติ ที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกันเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่อยู่คู่กับวัฒนธรรมประเพณีของมนุษย์ชาติมาอย่างยาวนาน โดยอาศัยเสียงเป็นสื่อในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟัง (ภิญโญ ภู่เทศ 2562, น. 106-108) ช่วยยกระดับจิตใจของมนุษย์ให้ พ้นสภาพความเป็นอนารยชน ซึ่งมนุษย์ใช้ดนตรีเพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการเกิด การดำรงชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งวาระสุดท้ายของชีวิต ดังนั้นดนตรีจึงเป็นมรดกอันล้ำค่าทางวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้ร่วมกันสั่งสมและถ่ายทอดกันมาอย่างยาวนาน จะเห็นได้ว่าชาติที่เจริญแล้วย่อมมีศิลปะชั้นสูง ที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองและความเป็นเอกลักษณ์ของชาติได้อย่างชัดเจน รวมถึงลักษณะของดนตรีและบทเพลงนั้นจะมีความแตกต่างกันไปตามศาสนา ความเชื่อ ตามวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่อยู่ของผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย ซึ่งศาสนาและ ความเชื่อ นี้เองถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มีผลต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งที่อยู่ควบคู่กับมนุษย์มาเป็นเวลานานหลายพันปี ศาสนสถานจึงถือเป็นองค์ประกอบหลักของศาสนาทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างศาสนาและ ผู้ที่ศรัทธา อีกนัยหนึ่งศาสนสถานก็เป็นแหล่งรวบรวมอารยธรรม ศาสตร์และศิลปะวิทยาการแขนงต่าง ๆ ของชนชาตินั้น ๆ เอาไว้ด้วยกัน

พระพุทธศาสนาแบบเวียดนามหรืออนัมนิกายนั้นเป็นนิกายหนึ่งของพุทธศาสนาฝ่ายมหายาน ได้ถือกำเนิดขึ้นในประเทศไทย โดยเข้ามาพร้อมกับชาวเวียดนามที่มาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของพระมหากษัตริย์ไทยตั้งแต่ปลายสมัยกรุงธนบุรี และเนื่องจากชาวเวียดนามอยู่ภายใต้การปกครองของจีนมาเป็นเวลานานจึงได้นำเอาความเชื่อและความคิดตามลัทธิของชาวจีนตลอดจนพิธีกรรมทางศาสนาคล้ายจีนเข้ามาด้วย จนเข้าสู่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นได้เกิดปัญหาการติดต่อกัน ระหว่างคณะสงฆ์เวียดนามในไทยและคณะสงฆ์เวียดนามในประเทศเวียดนาม ทำให้อิทธิพลทางวัฒนธรรม ด้านศาสนาและแผนปฏิบัติของคณะสงฆ์เวียดนามที่มีมาแต่เดิมบางประการไม่สามารถดำเนินต่อได้ (เรวดี อึ้งโพธิ์ 2545, น. 18) จึงได้ถือเอาการปฏิบัติของคณะสงฆ์ในเมืองไทยมาเป็นแบบอย่าง ทำให้ระเบียบปฏิบัติหลายอย่างของพระสงฆ์อนัมนิกายมีลักษณะเหมือนพระสงฆ์ฝ่ายเถรวาทของไทย เช่น ข้อปฏิบัติตามพระธรรมวินัยบางประการ การอุปสมบท การบิณฑบาต การเข้าพรรษา การทอดกฐิน การทอดผ้าป่า เป็นต้น แต่ยังคงสวดมนต์เป็นภาษาเวียดนาม (วินัย พงศ์ศรีเพียร 2532, น. 4) ภายหลังได้มีการนำเอาดนตรีเข้ามาประกอบการสวดมนต์เรียกว่า มนต์ต๊าง มีจุดประสงค์หลักเพื่อช่วยกำหนดจังหวะความช้า-เร็วของทำนองในการสวดให้ไปในทิศทางเดียวกัน และยังช่วยให้การสวดมนต์นั้นมีความไพเราะน่าฟังเกิดความศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น ต่อมาเมื่อชาวญวนได้ลงหลักปักฐานในไทย และมีความเข้มแข็งทำให้เกิดการขยายของชุมชนและสร้างวัดเพิ่มขึ้น จึงทำให้ศาสนาพุทธ อนัมนิกายเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของกลุ่มชนชาวจีนในด้านต่าง ๆ จนถึงปัจจุบัน

วัดถาวรวรารามหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นวัดที่อยู่ในสังกัดของคณะสงฆ์อนัมนิกาย เป็นวัดหนึ่งที่เกิดจาความศรัทธาของชาวไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ร่วมกันสร้างขึ้น ซึ่งทางวัดมีการจัดประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางพุทธศาสนาและตามคติความเชื่อแบบมหาญาณ ซึ่งในพิธีจะมีการสาธยายมนต์ของพระภิกษุสามเณร อีกทั้งยังมีการนำวงเครื่องสายจีนประสมคีย์บอร์ด เข้ามาใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ ซึ่งในพิธีกรรมประจำปีของทางวัดนั้นจะมีพิธีกรรมหนึ่ง ที่ขาดไม่ได้นั่นคือ พิธีกุ๊งห่อ หรือพิธีถวายข้าวพระพุทธเป็นพิธีที่จัดก่อนที่จะมีการถวายภัตตาหารเพลแก่พระภิกษุและสามเณร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประวัติและความเป็นมาของพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งห่อ) วัดถาวรวรารام อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งห่อ)

วิธีการศึกษา

การศึกษาดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งห่อ) กรณีศึกษา : วัดถาวรวรารام อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการรวบรวมข้อมูลไว้ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ 2) การเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์นักดนตรีที่มาร่วมบรรเลง 3 ท่าน พระสงฆ์ผู้ทรงภูมิความรู้ในการประกอบพิธี และผู้ที่มาเข้าร่วมพิธีกรรม โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามนี้ผู้ศึกษาได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเทศกาลประจำปีของวัด และ วันพระ ขึ้น 1 ค่ำ และ ขึ้น 15 ค่ำ ตามปฏิทินจันทรคติจีนระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2565 และใช้แบบสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการกับผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และเชื่อมโยงข้อมูลทางด้านพิธีกรรมและทางด้านดนตรี

ผลการศึกษา

พิธีกุ๊งหง่อของวัดถาวรวราราม หาดใหญ่นั้นจะจัดในทุก ๆ วันพระ 1 ค่ำและ 15 ค่ำ ตามปฏิทินจันทรคติจีน และเทศกาลสำคัญ ๆ ของวัด ในพิธีมีการจัดเตรียมเครื่องสักการะบูชา ได้แก่ เครื่องกระดาษ น้ำชา อาหารเจ และผลไม้ วางไว้ตามจุดที่ประดิษฐ์สิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ในส่วนของสถานที่นั้นจะจัดขึ้นบริเวณหน้าพระประธานใต้พระอุโบสถชั้นล่าง ซึ่งในการประกอบพิธี มีทั้งหมด 8 ขั้นตอน จะเริ่มพิธีขึ้นเวลา 10.30 น. หลังจากสัญญาณกลองครั้งที่ 3 จบลง ในแต่ละขั้นตอนจะมีการสวดมนต์ประกอบดนตรี (มนต์ต๊าง) สลับกับการสวดมนต์ธรรมดา ไปจนจบพิธีกรรม ในการประกอบพิธีนั้นพระผู้ประกอบพิธีนั้นจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปตามตำแหน่งที่ยืน ประกอบด้วย ไท่ก๋า ยีนา ยีจุ๊ง โด่วนา โด่วจุ๊ง และ ด่ำวกร่าง



ภาพที่ 1 วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2 บรรยากาศการประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ)



ภาพที่ 3 การยืนประกอบพิธีของพงสงฆ์



ภาพที่ 4 วงดนตรีของวัด

ประวัติวงดนตรีวัดถาวรวราราม มหาดใหญ่

วงดนตรีของวัดถาวรวราราม มหาดใหญ่ นั้นในระยะแรกเริ่มได้มีการเชิญนักดนตรีจากกรุงเทพ มาร่วมบรรเลงดนตรีประกอบพิธีให้กับวัด แต่เนื่องจากเกิดปัญหาในหลาย ๆ ด้าน จึงทำให้นายจำรัส ศุกษิต เป็นลูกศิษย์วัดในสมัยนั้นเกิดแนวคิดที่จะเรียบเรียงดนตรีที่ให้อยู่ในรูปแบบของแผ่นดิสก์เก็ต โดยได้นำเอาเสียงของเครื่องดนตรีที่อยู่ในคีย์บอร์ด มาเรียบเรียง เช่น ขิม ซอ ขลุ่ย ซึ่งใช้เวลาในการเรียบเรียง ถึง 2 ปี จึงสำเร็จ และยังถือเป็นจุดเริ่มต้นในการนำเอาคีย์บอร์ด ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีตะวันตก เข้ามาบรรเลงประกอบพิธีอันมีนิกายในประเทศไทยจนกลายมาเป็นวงเครื่องสายจีนประสมคีย์บอร์ดที่ใช้กันแพร่หลายในปัจจุบัน เมื่อเวลาผ่านไปแผ่นดิสก์ได้เกิดสูญหาย จึงทำให้มีการเชิญนักดนตรีมาร่วมบรรเลงอีกครั้ง ปัจจุบันมีนักดนตรีที่มาร่วมบรรเลงประกอบพิธีให้กับทางวัดนั้นมีทั้งหมด 3 ท่าน คือ นายกันตภณ ก้อนแหวน และนายกรภัทร สุวรรณภา นายปัญญา รวมถึงยังมีพระภิกษุและสามเณรที่ได้รับการถ่ายทอดการบรรเลงดนตรีจากนักดนตรีทั้ง 3 ท่าน มาช่วย

บรรเลงในพิธีกรรมเล็กๆ ที่ทางวัดได้จัดขึ้น ทั้งนี้นักดนตรีในวงจะมีการแสดงความเคารพกันโดยการจัดวงดนตรีนั่งบรรเลงตามลำดับความอาวุโสของนักดนตรี

เครื่องดนตรีที่ใช้ในการประกอบพิธี

เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในพิธีนั้น ทางวัดได้นำวงเครื่องสายจีนประสมคีย์บอร์ด มาบรรเลงประกอบพิธี ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการจำแนกเครื่องดนตรีออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ เครื่องกระทบ เครื่องหนัง เครื่องสาย และเครื่องดนตรีประเภทลิ่มนิ้ว โดยใช้ระบบฮอร์นบอสเทล-ซากส์ (Hornbostel – Sachs System) ดังนี้

1. เครื่องกระทบ ได้แก่ ระฆัง หมอหรือปักฮื้อ ลิน จวง เจี๊ยง โด๋วหมัก โด๋วไก๊ ตั้งล้อ และฉาบ
2. เครื่องหนัง ได้แก่ กลอง
3. เครื่องสาย ได้แก่ ขิมหยางฉิน และ ซอเอ้อหู
4. เครื่องดนตรีประเภทลิ่มนิ้ว ได้แก่ คีย์บอร์ด

บทเพลง

สำหรับบทเพลงที่ใช้ในการประกอบพิธีนั้นมีทั้งหมด 7 เพลงด้วยกัน ได้แก่ เพลงทามเหล่ เพลงเฮืองบุนจาย เพลงทางเหล่ เพลงตื้อกู๊ เพลงโผกุ๊งเยื้อง เพลงกุ๊งเผิก เพลงโป้ยกังเหลง ซึ่งเพลงส่วนใหญ่เป็นเพลงทำนองสั้น ๆ อยู่ในกลุ่มเสียง ฟซลxดรx ไม่สามารถทราบความหมาย เนื่องจากชื่อเพลงเป็นภาษาเวียดนามโบราณ ลักษณะของเพลงมีลักษณะการดำเนินทำนองแบบห่างๆ จากช้าไปหาเร็ว และมีแนวทำนองเรียงไปในทิศทางเดียวกันตามคำสวดของพระสงฆ์

ตัวอย่างเพลงที่ใช้ในการประกอบพิธี

บทกุ๊งเผิก

เพลงกุ๊งเผิก เป็นเพลงที่ใช้บรรเลงประกอบการสวดมนต์บทกุ๊งเผิกเพื่อลาเครื่องบูชา

ต๊าง กุ๊งเผิกหยีเฮิก ดังเหวี่ยนจุ๊งซัน
เสอต๊ากยายเบี่ยน กู่จือเผิกพ๊าบ
โบ่เด่เหยี่ยวพ๊าบเบี๊ยนกรังเงียม
ตี้เสอกรู่ซื้อซื้อเถื่องอางหลาก (มนต์พิธีอนัมนิกาย, ม.ป.ป.)

ท่อน 1

- - - -	- - - ซ	- - - -	- ด - ล	- - - -	- ซ - -	- ฟ - -	- ล - ซ
- ฟ - -	- ฟ - -	- ล - ซ	- ฟ - ซ	- - - -	- ร - ซ	- - - -	- ฟ - -
- ร - -	ด ร ฟ ด	- - - -	- ร - ด				

กลับต้น

ท่อน 2

- - - -	- - - ร	- - - ร	- - - ร	- ฟ - ซ	- - - ซ	- - - ฟ	- - - -
- - - ร	- ฟ - ซ	- ฟ - ร	- ฟ - ซ	- - - ซ	- - - ฟ	- - - -	- - - ร
- - ด ร	- - ฟ ด	- - - ด	- - - ด				

ไม่กลับต้น

ตัวอย่างการสวดมนต์ต้างประกอบทำนอง

ทำนองเพลงกุ้งเผิกนี้ เป็นการบรรเลงไปคลอไปตามคำสวดภาษาญวนเป็นหลัก และมีการเอื้อนคำลักษณะคล้ายการขับร้องเพลงไทยเดิม เข้าไปในบทสวด เพื่อทำให้พระสงฆ์สามารถสวดมนต์ได้ไพเราะและบทสวดมนต์ น่าฟังมากยิ่งขึ้น

ท่อน 1 เที่ยวแรก

ทำนองสวด		กุ๊ง		เผิก		หยี	อา	ง้าอา
โน้ตเพลง	- - - -	- - - ซ	- - - -	- ด - ล	- - - -	- ซ - -	- ฟ - -	- ล - ซ

ทำนองสวด	เผิก	อ่า	ง้า อา	อา ดัง		เหวี่ยน		
โน้ตเพลง	- ฟ - -	- ฟ - -	- ล - ซ	- ฟ - ซ	- - - -	- ร - ซ	- - - -	- ฟ - -

ทำนองสวด	จุ๊ง	ซัน		
โน้ตเพลง	- ร - -	ด ร ฟ ด	- - - -	- ร - ด

บทบาทของดนตรีที่มีต่อสังคมและพิธีกรรม

ดนตรีที่นำมาใช้ในการประกอบพิธีนั้น มีบทบาทสำคัญต่อสังคมและพิธีกรรมเป็นอย่างมาก ส่งผลต่อการสวดมนต์ของพระสงฆ์ให้ตรงกับท่วงทำนอง ทำให้ไพเราะน่าฟังมากขึ้น ทำให้พิธีเกิดความศักดิ์สิทธิ์ มีการสอดแทรกไปด้วยคติธรรมต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างสติ สมาธิ ปัญญาให้แก่ผู้ที่มาร่วมพิธี อีกทั้งบทเพลงที่ใช้นั้นเป็นเพลงเฉพาะขั้นตอน เครื่องดนตรีบางชิ้น เช่น กลอง ปักฮื้อ ลิน จวง และเจี๊ยง จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อใช้เป็นอาณัติสัญญาน ในการเริ่มประกอบพิธี และช่วยกำกับจังหวะช้า-เร็ว ของแต่ละขั้นตอน ทำให้พิธีมีเกิดความสมบูรณ์ ดำเนินไปอย่าราบรื่น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการชักนำจิตใจของเหล่าพุทธศาสนิกชนให้เกิดความศรัทธาในพระพุทธศาสนา เป็นเครื่องชักจูงจิตใจให้ผู้คนได้หันมาสนใจธรรมะและเข้าวัดทำบุญปฏิบัติธรรม

สรุปและอธิปรายผล

จากการศึกษาดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) กรณีศึกษา : วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลานั้น ผู้ศึกษาสามารถนำมาสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) และวงดนตรีของวัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

พิธีกุ๊งหง่อ เป็นพิธีการบูชาข้าวพระพุทธของพระสงฆ์อนัมนิกาย โดยการถวายเครื่องกระยาหารเจ และเครื่องกระดาษ เพื่อเป็นพุทธบูชา ธรรมบูชา สังฆบูชา ถวายแก่ทวยเทพและพระโพธิสัตว์ มีจุดเริ่มต้นเกิดจากในสมัยพุทธกาลนางสุชาดาได้ถวายข้าวมธุปายาส แก่เจ้าชายสิทธัตถะ ก่อนที่จะตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ซึ่งพิธีนี้เป็นความเชื่อของพระสงฆ์ที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ และเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งที่จัดขึ้นเพื่อชักจูงให้ผู้คนได้หันมาสนใจธรรมะและเข้าวัดทำบุญปฏิบัติธรรม ซึ่งในการประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) ของวัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นั้น จะจัดในวันขึ้น 1 ค่ำ และ 15 ค่ำ โดยยึดตามปฏิทินจันทรคติจีน และจัดขึ้นในเทศกาลสำคัญ ๆ ต่าง ๆ อาทิ เทศกาลบูชาดาวนพเคราะห์ เทศกาลทิ้งกระจาด เทศกาลกินเจ โดยจะประกอบพิธีขึ้นบริเวณหน้าพระประธานใต้พระอุโบสถชั้นล่าง โดยจะเริ่มพิธีหลังจบสัญญาณกลองครั้งที่ 3 ลักษณะของสัญญาณกลองนี้เป็นการรัวกลองจากช้าไปหาเร็ว และจะพบได้ใน 2 พิธีเท่านั้น คือพิธีกุ๊งหง่อ และพิธีเวียนเทียน การให้สัญญาณกลองแต่ละครั้ง มีระยะเวลาห่างกัน 15 นาที เพื่อเป็นสัญญาณบอกการเริ่มพิธีกรรมโดยเริ่มสัญญาณกลองที่ 1 เรียกว่า ยิ๊กโก๋ เริ่มเวลา 10.00 น. สัญญาณกลองที่ 2 เรียกว่า หยี่โก๋ เริ่มเวลา 10.15 น. สัญญาณกลองที่ 3 เรียกว่า ตามโก๋ เริ่มเวลา 10.30 น.

2. องค์ประกอบของพิธีกุ๊งหง่อทางดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ)

วงดนตรีประกอบพิธีของวัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลานั้น แต่เดิมทางวัดได้มีการเชิญ นักดนตรีจากกรุงเทพ มาบรรเลงเพลงประกอบพิธีในช่วงเทศกาลต่าง ๆ แต่เนื่องจากเกิดปัญหาในด้านของค่าตัวของนักดนตรี และการเดินทางที่ต้องอาศัยรถไฟ ประกอบกับนักดนตรีที่มาบรรเลงจะต้องนำเครื่องดนตรีมาเอง จึงทำให้นักดนตรีจากกรุงเทพไม่สะดวกที่จะเดินทางมายังวัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ นายจำรัส ศุกษิต ซึ่งเป็นลูกศิษย์วัดในสมัยนั้นจึงได้เกิดแนวคิดในการเรียบเรียงดนตรีให้อยู่ในรูปของแผ่นดิสก์เก็ต โดยนายจำรัส ศุกษิต ได้เดินทางได้ไปเรียนดนตรีที่สยามชัยกลการ กรุงเทพ เขตปทุมวัน หลังจากนั้นจึงได้นำเอาวิชาความรู้ที่ได้จาการเรียนอิเล็กโทน และเอาดนตรีที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็น เสียงขิม เสียงซอ เสียงกลอง มาประยุกต์ใช้กับคีย์บอร์ด Roland ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเรียบเรียงดนตรีถึง 2 ปีเต็ม จึงเสร็จสมบูรณ์และใช้เปิดประกอบพิธีตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เวลาต่อมาแผ่นดิสก์ทั้งหมดได้สูญหายไป จึงได้มีการรวมวงนักดนตรีขึ้นมาอีกครั้ง โดยในปัจจุบันทางวัดมีนักดนตรีที่มาร่วมบรรเลงประจำให้อยู่ 3 ท่าน คือ นายกรภัทร สุวรรณภา ทำหน้าที่ตีกลองและเครื่องประกอบจังหวะ ได้แก่ ตั้งล้อและฉาบ นายกันตภณ ก้อนแหวน ทำหน้าที่บรรเลงขิมหยางฉิน และนายปัญญา ทำหน้าที่บรรเลงซอเอ้อหู นักดนตรีแต่ละท่านจะนั่งอยู่ทางซ้ายของอาสนะสงฆ์ โดยเรียงตามลำดับความอาวุโส นอกจากนี้ยังมีพระสงฆ์และสามเณรที่ได้รับการถ่ายทอดทักษะการเล่นดนตรีจากนายกันตภณ ก้อนแหวน และนายกรภัทร สุวรรณภา สลับกันมาร่วมบรรเลงคีย์บอร์ด ขิมหยางฉิน ซอเอ้อหู และกลองอีกด้วย

สำหรับบทเพลงที่ใช้บรรเลงในพิธีกุ๊งหง่อ มีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 7 เพลง เพลงส่วนใหญ่เป็นเพลงที่เรียกตามบทสวดมนต์ ได้แก่ เพลงทามเหล่ เพลงเฮืองบุนจาย เพลงทางเหล่ เพลงตื้อกู๊ เพลงโผ่กุ๊งเยื้อง เพลงกุ๊งเผิก เพลงโป๊ยกังเหลง เพลงทั้งหมดอยู่ในบันไดเสียง ฟซลxดรx มีลักษณะการดำเนินทำนองที่ไปในทิศทางเดียวกัน ดำเนินทำนองแบบลูกล้อและการซ้ำกันของทำนอง อีกทั้งเพลงส่วนใหญ่ดำเนินทำนองอยู่ในจังหวะยก

ในส่วนของบทบาททางดนตรีที่มีต่อสังคมและพิธีกรรมนั้น มีส่วนช่วยทำให้พิธีกรรมนั้นเกิดความศักดิ์สิทธิ์และสมบูรณ์ รวมถึงระดับเสียงมีส่วนช่วยทำให้ผู้ฟังและผู้สวดมีสมาธิมากขึ้น อีกทั้งดนตรียังส่งผลต่อการสวดมนต์ประกอบดนตรี (มนต์ต๊าง) ของพระสงฆ์ทำให้สามารถสวดได้ตรงทำนองไม่ผิดเพี้ยน และดนตรีนั้นยังช่วยชักจูงผู้คนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางศาสนามากขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถอภิปรายผลดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (กุ๊งหง่อ) : กรณีศึกษาวัดถาวร วราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในด้านของประวัติความเป็นมาของพิธีกุ๊งหง่อ และองค์ประกอบทางด้านดนตรีของพิธีกุ๊งหง่อพบว่า พิธีกุ๊งหง่อ ของ วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลานั้น เป็นพิธีที่จัดขึ้นเพื่อถวายเครื่องสักการะบูชาแก่พระพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์ รวมถึงเทพเทวดา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในบริเวณวัดนั้น จะประกอบพิธีขึ้นทุกวันที่ 1 ค่ำ และ 15 ค่ำ ของ ตามปฏิทินจันทรคติจีนและในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ซึ่งพิธีนี้ เป็นพิธีที่ที่จัดอยู่ในช่วงต้นของทุกพิธีไม่ว่าจะเป็น พิธีกงเต๊ก พิธีบูชาดาวนพเคราะห์ (บ๊ายโด๋ว) เทศกาลกินเจ โดยมีนัยยะสำคัญ หมายถึงการแสดงถึงความเคารพ นอบน้อมต่อพระพุทธเจ้า และพระโพธิสัตว์ต่าง ๆ และยังพบอีกว่าการนำดนตรีมาใช้ในพิธีนั้น ช่วยทำให้พิธีกรรมเกิดความศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ผู้สวดและผู้ฟัง มีสมาธิจดจ่อในการสวดมนต์มากขึ้น และยังทำให้พระสงฆ์สวดมนต์ไม่ผิดเพี้ยน ในด้านของบทเพลงที่ใช้ในพิธีนั้น มีบางเพลงที่นำมาใช้เหมือนกันกับพิธีกงเต๊กที่ เรวดี อึ้งโพธิ์ (2545) ได้ทำการศึกษาไว้ เรื่องการศึกษาดนตรีในพิธีกงเต๊กแบบอนัมนิกาย กรณีศึกษาคณะดนตรี วัดโลกานุเคราะห์และพิธีบูชาดาวนพเคราะห์ (บ๊ายโด๋ว) ของวัดสมณานัมบริหาร (วัดญวนสะพานขาว) และทัศนารัตน์ ลพสันเทียะ และภิญญดา เภาพงศ์ (2555) ได้ทำการศึกษาไว้ เช่น เพลงเฮืองบุนจาย เพลงทางเหล่ เพลงตื้อกู๊ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าทั้ง 3 เพลงเป็นนี้ เพลงบังคับในทุกพิธีและเป็นเพลงประจำบทสวดซึ่งได้ยึดถือการปฏิบัติกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ด้านของเครื่องดนตรีที่ใช้บรรเลงในพิธีนั้นมีการนำเอาซอซิงฮู่ ซอตงหู่ ขลุ่ยติ-ตซุ เข้ามาร่วมบรรเลงประกอบในพิธี ซึ่งสองวัดที่ได้กล่าวมาข้างต้นมีความแตกต่างจากวงดนตรีของวัดถาวรวราราม หาดใหญ่ ที่มีเพียง ขิมหยางฉิน ซอเอ้อหู คีย์บอร์ และกลอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการขาดแคลนนักดนตรีในการประกอบพิธีของอนัมนิกายและ ยังบ่งบอกถึงลักษณะของวงดนตรีที่ใช้ในการประกอบพิธี ที่ไม่ได้จำกัดขนาดของวงและเครื่องดนตรีที่แน่นอน สามารถนำเครื่องดนตรีชนิดใดก็ได้เข้ามาร่วมบรรเลงในพิธีได้อย่างอิสระ แต่จะมีเพียงกลองอย่างเดียวเท่านั้นที่จำเป็นในการประกอบพิธีเพราะเป็นเครื่องดนตรีหลัก ในการให้สัญญาณขึ้นและจบเพลงในแต่ละขั้นตอน และในด้านบทบาทของดนตรียังพบว่า เสียงดนตรีมีความสำคัญต่อพิธีกรรมเป็นอย่างมาก กล่าวคือช่วยเป็นเสียงประสานกับเครื่องประกอบจังหวะของพระสงฆ์ เพื่อให้พระสงฆ์ได้ยึดเป็นแนวทำนองในการสวด ใช้เป็นสัญญานในการขึ้นต้น และจบพิธีกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ช่วยสร้างบรรยากาศภายในงานให้พิธีกรรมมีเอกลักษณ์และมีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และทำนองเพลงที่ใช้ในการประกอบพิธี คล้ายกับทำนองเพลงของไทยด้วยเหตุที่ว่าวงดนตรีที่ใช้ในช่วงแรก ๆ เป็นวงดนตรีแบบไทย ผนวกกับการขยายตัวของประชากรจึงเกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม โดยการรับเอาวัฒนธรรมในแบบของไทยมาประยุกต์ใช้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและปรับตัว ของวงดนตรีอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคม และการคมนาคมในอดีต จึงทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเครื่องดนตรี วงดนตรี รวมถึงบทเพลงที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ระหว่างนักดนตรีในพื้นที่และนักดนตรีจากนอกพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาดนตรีประกอบพิธีกุ๊งหง่อ : กรณีศึกษา วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1. สามารถศึกษาดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีอื่น ๆ ของพระสงฆ์อนัมนิกายได้อีก เช่น พิธีกุ๊งเจ๊า พิธีสวดซับ

2. ควรมีการจัดการอบรมให้ความรู้ในด้านของการบรรเลงดนตรีที่ใช้ประกอบพิธีในพิธีต่าง ๆ ของวัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติเพื่อเป็นการรักษาและสืบทอดองค์ความรู้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กุศล บอกบุญ. (ม.ป.ป.). ***อนัมศึกษา1.*** (ม.ป.พ.). (น. 43) ม.ป.ท. โรงเรียนกุศลสมาครวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (http://anyflip.com/vhimr/azol/basic/51-67).

_____. (ม.ป.ป.). ***อนัมศึกษา2.*** (ม.ป.พ.). (น. 2-5) ม.ป.ท. โรงเรียนกุศลสมาครวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (http://anyflip.com/vhimr/nvjc).

_____. (ม.ป.ป.). ***อนัมศึกษา3.*** (ม.ป.พ.). (น. 3-4) ม.ป.ท. โรงเรียนกุศลสมาครวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (http://anyflip.com/vhimr/nvjc).

_____. (ม.ป.ป.). ***อนัมศึกษา4.*** (ม.ป.พ.). (น. 14-20) ม.ป.ท. โรงเรียนกุศลสมาครวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (http://anyflip.com/vhimr/nvjc).

_____. (ม.ป.ป.). ***อนัมศึกษา5.*** (ม.ป.พ.). (น. 71) ม.ป.ท. โรงเรียนกุศลสมาครวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (http://anyflip.com/vhimr/nvjc).

คณะสงฆ์อนัมนิกายแห่งประเทศไทย. (2560) ***อนุสรณ์คณะสงฆ์อนัมนิกายแห่งประเทศไทยได้รับพระบรมราชานุญาตให้บำเพ็ญกุศลทักษิณานุปทาน (กงเต๊ก) ถวายพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤบดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ในพระบรมมหาราชวัง วันอังคารที่ 21 มีนาคม พุทธศักราช 2560.*** พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัทมารินย์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด มหาชน. กรุงเทพฯ.

_____. (2561). เจริญธรรมปัญญานุสรณ์. (น. 110-111) พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่งจำกัดมหาชน. กรุงเทพฯ สืบค้น 28 มกราคม 2565 (https://www.anamnikayathai.com/research).

ทัศนารัตน์ ลพสันเทียะ และ ภิญญดา เภาพงศ์. (2555). ***ดนตรีประกอบพิธีบูชาดาวนพเคราะห์ (บ๊ายโด๋ว).*** (น. 40) ศิลปะนิพนธ์ปริญญาตรีศึกษาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชานาฏดุริยางคศิลป์ ศิลปะกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นิสสานารถ ตรีเพ็ชร. (2549***). การศึกษาดนตรีจีนในจังหวัด ชลบุรี.*** (น. 3). (ปริญญานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้น 20 มกราคม 2565 (http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/ethno/nissanart_t.pdf).

พระมหายุทธกิจ นามชื่น. (2551). ***วิเคราะห์เนื้อหาและทำนองสวดพระอภิธรรมที่ใช้สวดในจังหวัดเชียงใหม่.*** (น. 19-24). (ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้น 15 เมษายน 2565 (http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/12554).

พระระพิน พุทฺธิสาโร. (2020). พัฒนาการของพระพุทธศาสนาอนัมนิกายแบบเวียดนามในประเทศไทย. วารสารชัยภูมิปริทรรศน์. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ. ปีที่ 3. ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม), 2-7. สืบค้น 13 มกราคา 2565 (https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcr/article/view/157364).

ภิญโญ ภู่เทศน์. (2562). ***ดนตรีในวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์จีนจังหวัดนครสวรรค์.*** วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ปีที่ 6, ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562), 106-108.

รองศาตราจารย์ธีรยุทธ สุนทรา. (2540). ***พระพุทธศาสนามหายานในประเทศไทยจีนนิกายและอนัมนิกาย.*** *(น. 1).* พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

เรวดี อึ้งโพธิ์. (2545). ***การศึกษาดนตรีในพิธีกงเต๊กแบบอนัมนิกาย กรณีศึกษาคณะดนตรีวัดโลกานุเคราะห์ .*** (น. 19-20). (ปริญญานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุดารัตน์ แก้วดำ และ อัจฉณา จันทร์แป้น. (2563). ***ดนตรีกงเต็ก : วัดถาวรวราราม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.*** (น. 9-11). *(ดนตรีไทยนิพนธ์หลักสูตรปริญญาดุริยางคศาสตร์บัณฑิต).* มหาวิทยาลัยทักษิณ

ธุรกิจดนตรีไทยออนไลน์กรณีศึกษาร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

Thai music Business Online a case study of Piyasilp Paktai Shop

ฐิตาพร มีเต็ม[1] สกลพัฒน์ โคตรตันติ[2] และรัชวิช มุสิการุณ[3]

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางการบริหารธุรกิจ ดำเนินการวิจัยระหว่าง พ.ศ.2564 - 2565 มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ และเพื่อศึกษาการบริหารจัดการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ดำเนินวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและศึกษากลยุทธ์การบริหารธุรกิจของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ โดยใช้หลัก SWOT 4M 4P และ4E เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสังเกตและแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 คน

ผลการวิจัยพบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้มีนายปิยเทพ ไชยวารี ซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการร้านเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2557 มีพัฒนาการของร้านตามรูปแบบของการผลิตสินค้า เป็น 3 ช่วง ช่วงที่1 พ.ศ. 2557 ถึง 2558 เป็นช่วงเริ่มเปิดร้าน การทำธุรกิจออนไลน์สร้างตัวตนโดยการขายอุปกรณ์ดนตรีบนเฟซบุ๊ก โดยมีรูปแบบการนำเสนอสินค้าด้วยภาพถ่ายที่มีมุมมองแบบใหม่ ช่วงที่2 พ.ศ. 2559 เริ่มมีกำลังการผลิตและหาช่างเพื่อผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ช่วงที่3 พ.ศ. 2560 ถึง ปัจจุบัน มีการผลิตสินค้าด้วยตนเอง โดยเฉพาะโทน - รำมะนา จะเข้ ซออู้และซ้องมอญ โดยใช้ประสบการณ์จากการเรียนจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเครื่องมือจนสามารถออกแบบและผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้มี กลยุทธ์ทางการตลาด มีจุดแข็งด้านสินค้าและการบริการ โดยสร้างแนวคิดว่าเครื่องดนตรีไทยคืองานศิลปะอันสะท้อนรสนิยมของผู้ใช้สอดคล้องกับสโลแกนของทางร้านว่า จำหน่ายรสนิยมไทย จากการสำรวจความพึงพอใจพบว่าร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีสินค้าที่ดีรวมไปถึงการบริการที่ดี ทำให้มีลูกค้านิยมเข้ามาใช้บริการร้านปิยศิลป์อยู่เสมอ

คำสำคัญ : ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้,ธุรกิจดนตรีไทย

[1]นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[2]อาจารย์ ดร.ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[3]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีไทย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Abstract

This Thai thesis music is a qualitative research Using research methods in music business administration The research was conducted during 2021 - 2022. The objectives of this research were to study the history of Piyasil Paktai Shop and to study the management of Piyasil Paktai Shop. Interviews with executives and study business management strategies of Piyasil Shops in the south by using SWOT 4M, 4P and 4E principles by using a questionnaire to survey the satisfaction of service users of Piyasil Paktai Shop with a sample of 130 people.

The results of the research revealed that Piyasil Paktai Shop has Mr. Piyathep Chaiwaree, who is the store manager. Established in 2014, the shop has developed according to the pattern of production into 3 periods. The first period from 2014 to 2015 is the opening period. Build your identity by selling music equipment on Facebook. Presenting products with photos with a new perspective. Phase 2, 2016. Manufacturing and finding technicians to produce products according to customers' needs. Phase 3, 2017 to the present. There are self-made products, especially drum- tambourine, zither, fiddle, and mon gong, using the experience of learning from experts in each instrument. until able to design and produce products according to customer requirements In addition, Piyasil Paktai Shop have a marketing strategy. There are strengths in products and services. by creating the concept that Thai musical instruments are works of art that reflect the user's taste consistent with the slogan of the shop that Selling Thai tastes From the satisfaction survey, it was found that Piyasil Paktai Shop had good products as well as good service. Therefore, there are always popular customers who come to use the service at Piyasil Paktai Shop.

Keywords : Piyasilp Paktai Shop,Thai music Business

บทนำ

ธุรกิจจำหน่ายเครื่องดนตรีนั้น ปัจจุบันธุรกิจดนตรี คือการดำเนินงานหรือประกอบกิจกรรมเพื่อแสวงหาประโยชน์จากการใช้สื่อ ศิลปะที่เกี่ยวเนื่องกับเสียงเข้ามาเป็นเครื่องมือในการสร้างผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบกิจการ โดยมีรูปแบบ (Process Model) ประกอบด้วย การจัดหา บุคคลและเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ กระบวนการระหว่างการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้เข้ารับบริการ และผลที่ได้รับคือ การสร้างรายได้ที่เหมาะสมต่อผู้ดำเนินธุรกิจ ดังจะกล่าวได้ว่า ธุรกิจดนตรี เป็นกระบวนให้ส่งมอบบริการหรือสินค้าให้ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า โดยมีเงื่อนไขว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ จะต้องเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับ ศาสตร์ทางด้านดนตรี รวมถึงการดำเนินงานนั้นๆ จะต้องนำไปสู่ผลกำไรตอบแทนแก่ผู้ประกอบการนั่นเอง (ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์, 2557)

จากสถานการณ์โรคระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ตั้งแต่ปี2562 จนถึงปัจจุบัน จึงทำให้ผู้คนหันมาทำธุรกิจออนไลน์กันมากยิ่งขึ้นเนื่องจากลดการสัมผัสและตอบสนองความต้องการ

สะดวกสบายยิ่งขึ้น อีกอย่างยุคนี้เป็นยุคดิจิทัล 4.0 โลกที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้า ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนยุคใหม่ นอกเหนือจากเพื่อการค้นหาข้อมูลและติดต่อสื่อสารแล้ว ผู้บริโภคยุคใหม่ยังใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขาย เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องสำอาง อาหารเสริม เป็นต้น รูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึงความนิยมของอุปกรณ์เคลื่อนที่สมรรถนะสูงอย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ทำให้คาดได้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนโฉมรูปแบบการซื้อขายออนไลน์ไปสู่การซื้อขายผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่มากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพในการเป็นช่องทางจัด จำหน่าย หรือให้บริการของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเอสเอ็มอี (SME) รวมถึงเจ้าของธุรกิจโฮมเมดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป เบเกอรี่ สินค้าแฮนเมดในกลุ่มไลฟ์สไตล์ เช่น ผ้าปู เตียง ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความยืดหยุ่นพร้อมต่อยอดจากการทำธุรกิจผ่านช่องทางแบบดั้งเดิมโดยผ่านช่องทางทางการตลาดที่มีความเป็นอิสระและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงบนการสื่อสารไร้สายความเร็วสูง ผู้บริโภคต้องการความรวดเร็วและ สะดวก พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตซึ่งผู้บริโภคมีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัยต้องการความเร็วและความสะดวกสบายมากขึ้น ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์และความเร็วของการสื่อสาร และสามารถสั่งซื้อและขายได้เพียงแค่มีสมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆเพียงเครื่องเดียวเท่านี้ชีวิตของดูสะดวกสบายยิ่งขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ ได้รับการยอมรับในวงการดนตรีเนื่องจาก ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้มีการตอบรับจากผู้ใช้บริการต่างๆ ในเรื่องของคุณภาพ วัสดุที่นำมาใช้ และการบริการหลังการขายที่ดี ใส่ใจรายละเอียดต่างๆ มีการนำเสนอตัวสินค้าได้น่าสนใจ และแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับผู้อื่น ในด้านของการใช้แอพพลิเคชั่นต่างในการนำเสนอตัวสินค้า เช่น การโพสต์ให้ลูกค้าสนใจและตอบกลับด้วยการคอมเม้นต์ อีกทั้งการผสมผสานออกแบบเครื่องดนตรีให้มีความเป็นไทยและสากล และด้านการนำเสนอตัวสินค้าโดยการถ่ายรูปเก็บรายละเอียดต่างๆ ให้มีเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น มีบริการหลังการขายที่ดี จึงทำให้มีคนรีวิวแล้วบอกต่อจนมีผู้บริโภคประจำและผู้บริโภคใหม่ตามมา และร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้ทำธุรกิจดนตรีแบบออนไลน์จึงมีทั้งผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศอีกด้วยที่ให้ความสนใจในการซื้อเครื่องดนตรีของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

จากที่กล่าวข้างต้นธุรกิจของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเป็นธุรกิจจำหน่ายเครื่องดนตรีในรูปแบบออนไลน์ เพราะปัจจุบัน ธุรกิจออนไลน์เป็นที่นิยมของคนในปัจจุบันเนื่องมาจากมีความสะดวกสบายและง่ายต่อการซื้อขาย ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด การบริหารจัดการ กลยุทธ์การตลาดต่างๆที่ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ ทำให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความพึงพอใจ และกลับมาบริโภคซ้ำ และนำธุรกิจปรับใช้เทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าให้ลงตัว เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

2.เพื่อศึกษาการบริหารจัดการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

วิธีการศึกษา

1.ขั้นรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วิทยานิพนธ์ ตำรา งานวิจัย บทความ เป็นต้น ที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริหารธุรกิจร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

2.เครื่องมือและอุปกรณ์ในการดำเนินวิจัย ผู้วิจัยได้ทำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการและแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ที่ใช้บริการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ และอุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่ กล้องถ่ายภาพนิ่ง กล้องถ่ายวิดีโอ เครื่องบันทึกเสียง สมุดจนบันทึก และแบบสอบถามความพึงพอใจบน Google form

3.ขั้นศึกษาและจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลโดยการถอดเทปบันทึกบทสัมภาษณ์และนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่

4.ขั้นนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณณาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและหลักการบริหารจัดการของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

ผลการศึกษา

ประวัติความเป็นมาของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

ผลจากการศึกษาพบว่าร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีนายปิยเทพ ไชยวารี ซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการร้าน การริเริ่มเปิดกิจการมาจากความชอบในดนตรีไทย อยากให้ลูกค้าที่เป็นคนดนตรีไทยด้วยกันได้มีโอกาสใช้เครื่องดนตรีไทยที่ดีมีคุณภาพ รวมถึงตนเป็นคนดนตรีไทยอีกด้วย พัฒนาการประวัติของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ แบ่งเป็น 3 ช่วง ช่วงที่1 พ.ศ. 2557 - 2558 เป็นการสร้างตัวตนให้มีคนรู้จักเพิ่มมากขึ้นด้วยการเข้าทำการตลาดอนไลน์ ใช้เฟซบุ๊ก เป็นการสร้างตัวตนให้มีคนจดจำ โดยการขายไม้ระนาด เพราะต้องการให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่ดีมีคุณภาพเหมือนสมัยที่ตนเองประกวดการแข่งขันดนตรีไทย ได้รับตอบรับดีมากในช่วงแรก แต่ใช้เวลานานกว่าจะกลับมามีตัวตน เนื่องจากหายไปจากวงการดนตรีไทยไปในระยะเวลาที่ค่อนข้างนาน ช่วงที่2 พ.ศ. 2559 พอเริ่มมีกำลังในการผลิต จึงเลือกการไปติดต่อหาช่างทำออเดอร์ ที่ตนต้องการมีการสนทนาทำข้อตกลงกับช่าง มีการออกแบบลวดลายที่ตัวเองชื่นชอบนำออกมาเสนอกับลูกค้าเกิดการตอบรับมากขึ้น ช่วงที่3 พ.ศ. 2560 ถึงปัจจุบัน นายปิยเทพ ไชยวารี ได้เข้ามาผลิตสินค้าด้วยตัวเองจากการไปเรียนมาจากคุณครูหลายๆท่าน มีการรับทำตามออเดอร์ตามสโลแกนของร้าน คือจำหน่ายรสนิยมไทย ทำให้มีความน่าสนใจให้กับลูกค้า รวมไปถึงการนำเสนอตัวสินค้าที่น่าสนใจ เช่น การถ่ายรูปและถ่ายวิดีโอด้วยเทคนิคหลากหลาย มีการนำแอพพลิเคชั่นต่างๆ มาใช้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นจึงทำให้เกิดธุรกิจออนไลน์มากขึ้น ทางร้านจึงมีช่องทางในการจำหน่ายเพิ่มขึ้น ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตราแกรม ไลน์ เพื่อความสะดวกง่ายต่อการซื้อขายสินค้า แต่เนื่องด้วยมีสถานการณ์โรคระบาดจึงทำให้เกิดปัญหากระทบหลายอย่าง เช่นรายได้ลดลง แต่นั้นไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่มากนัก เพราะมีข้อดีในเรื่องการซื้อขายบนตลาดออนไลน์แพร่หลายขึ้นมาก ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้มีการบริการที่ดีตลอดจนบริขายหลังการขายจึงทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการเป็นอย่างดี สินค้ามีคุณภาพ คุ้มค่ากับระยะเวลา

ศึกษาการบริหารจัดการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

หลักการ SWOT

Strength จุดแข็ง พบว่า นายปิยเทพ ไชยวารี เป็นคนดนตรีไทยมาตั้งแต่เด็กจึงมีเข้าใจในเครื่องดนตรีไทยมากว่าคนที่ไม่ได้เล่นดนตรีไทยที่เปิดร้านขายเครื่องดนตรีไทย มีการผูกร้านกับหน่วยงานราชการ มีการนำเสนอตัวสินค้าได้อย่างสร้างสรรค์ เป็นงานฝีมือ การบริการที่ดีเพราะนายปิยเทพ ไชยวารี มีบุคลิกภาพดี รวมการบริขายหลังการที่ดีเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

Weaknesses จุดอ่อน พบว่า นายปิยเทพ ไชยวารี หายไปจากวงดนตรีไทยนานจึงต้องสร้างตัวตนให้มีคนรู้จักซึ่งใช้เวลาค่อนข้างนาน การติดต่อช่าง การทำข้อตกลงต่างๆ ใช้เวลานานกว่าช่างพึงพอใจสามารถผลิตสินค้าให้กับทางร้านรวมถึงเสียทุนและวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก งานฝีมือใช้ระยะเวลานานในการทำมีการย้ายที่อยู่บ่อยทำให้การขนส่งล่าช้า

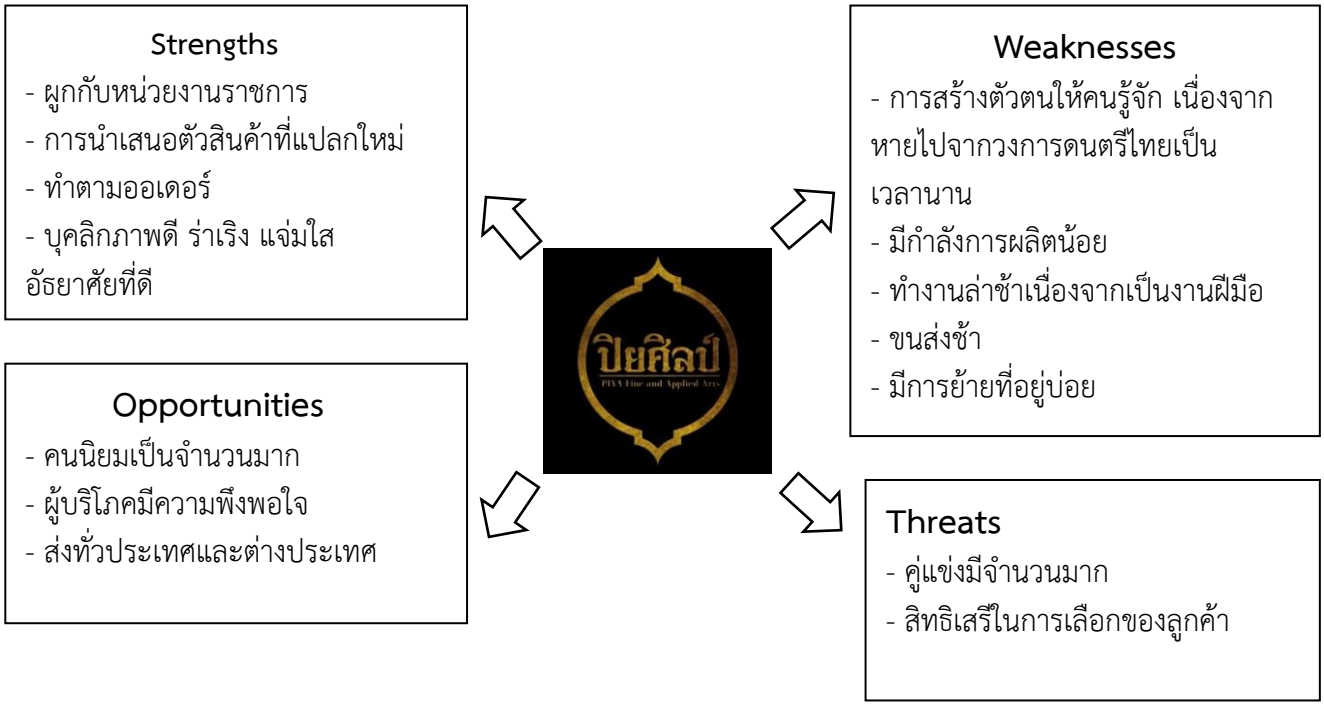
Opportunities โอกาส พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ เป็นที่นิยมเนื่องจากเป็นธุรกิจออนไลน์สะดวกง่ายต่อการสั่งซื้อ มีลูกค้ารีวิวเป็นจำนวนมาก มีการผูกงานกับหน่วยงานราชการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับทางร้านและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า มีการขนส่งทั่วประเทศรวมไปถึงต่างประเทศ

Threats อุปสรรค พบว่า ปัจจุบันมีคู่แข่งจำนวนมาก เปลี่ยนแปลงตามความนิยม ทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ต้องมีการวางแผนรับมือที่ดี มีเวลาผลิตได้น้อยเนื่องจากมีอาชีพหลักเป็นข้าราชการ รอวัสดุบางตัวนานเนื่องจากนำเข้าจากต่างประเทศ

สามารถสรุปหลักการใช้SWOT ได้ดังนี้ จุดแข็ง คือ ผูกกับหน่วยงานราชการ การนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่ ทำตามออเดอร์ มีบุคลิกภาพดี ร่าเริง แจ่มใส อัธยาศัยดี มีบริขายที่ดี จุดอ่อนคือ มีกำลังการผลิตน้อย ทำงานล่าช้าเนื่องจากเป็นงานฝีมือ มีการขนส่งช้าเพราะย้ายที่อยู่บ่อยครั้ง โอกาส คือ มีคนนิยม

ศึกษาการบริหารจัดการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

หลักการ SWO

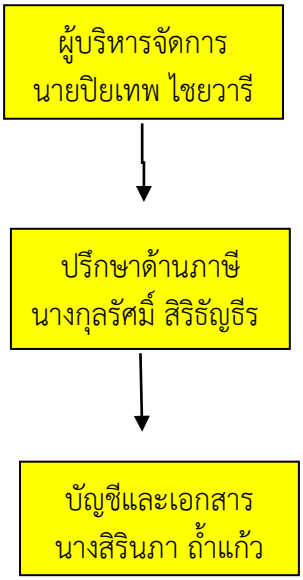


หลักบริหาร 4M

Man ทรัพยากรบุคคล พบว่า ทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีผู้บริหารคือ นายปิยเทพ ไชยวารี นางสิรินภา ถ้ำแก้ว ทำในส่วนเรื่องเอกสาร บัญชี และนางกุลรัศมิ์ สิริธัญธีรกุล เป็นที่ปรึกษาเรื่องภาษีและบัญชี นายปิยเทพ ไชยวารีมีการสำรวจตนเองโดยการใช้หลัก SWOT ในการค้นหาจุดดีและจุดอ่อน โอกาส และรวมไปถึงอุปสรรค ที่พบและได้ปรับแก้ไขโดยวิธีการที่สามารถทำได้และได้ใช้ตลาดออนไลน์ในการสร้างตันตน ได้รับผลการตอบรับที่ดีเนื่องมาจาก นายปิยเทพ ไชยวารี เป็นนักดนตรีที่มีผลงานและคุณภาพ จึงทำให้ลูกค้าไว้วางใจ อีกทั้งยังมีการถ่ายรูปนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่ สวยงาม สื่อให้เห็นถึงรูปและขนาดของสินค้าได้ชัดเจน เนื่องมาจากมีประสบการณ์ในการเป็นช่างภาพมาก่อน รวมไปถึงการบริการที่ดี ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดการบอกต่อโดยการรีวิวต่างๆ ทำให้มีลูกค้าเกิดความสนใจและเลือกใช้บริการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

แผนผังองค์กรธุรกิจร้านปิยศิลป์ ภาคใต้





Money เงินหรือทุน พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีการศึกษาในเรื่องของวัสดุต่างๆที่นำมาใช้โดยการทดลองผิดทดลองถูกเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและคุ้มค่ากับต้นทุนมากที่สุด รวมไปถึงคุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับ

Material วัสดุสิ่งของ พบว่า ทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้มีการศึกษาและหาวัสดุด้วยตนเองมีการคัดเลือก วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย รวมไปถึงการนำเข้าของวัสดุที่มาจากต่างประเทศเพื่อให้ได้สินค้าที่ดีและมีคุณภาพสูงสุดต่อลูกค้า

Method วิธีการ ขั้นตอน พบว่าร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีการวางแผนในเรื่องของการผลิตสินค้า โดยให้ช่างผลิตตามความต้องการของลูกค้าซึ่งอาจจะเข้าไปดูด้วยตนเองเพราะช่างบางคนอาจจะผลิตโดยยึดแบบเดิม ตัวผู้บริหารจึงจำเป็นต้องตรวจสอบงานอย่างละเอียด ส่วนในส่วนที่สั่งโรงงานผลิต นายปิยเทพ ไชยวารี นั้นจะมาตรวจสอบรายละเอียดและควบคุมคุณภาพอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าตามความต้องการ

แผนการตลาด 4P

Product ผลิตภัณฑ์ พบว่า สินค้าในร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีเครื่องหมายการค้าที่จดจำง่าย ใส่ใจในคุณภาพของสินค้า โดดเด่นในเรื่องของการนำเสนอที่มีเอกลักษณ์โดยการมีความคิดสร้างสรรค์ทำให้ตัวสินค้าที่ต่างไปจากร้านอื่น ทำงานตรงตามความต้องการของลูกค้ามีการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพและสวยงาม เนื่องจากเป็นงานฝีมือ

Price ราคา พบว่า ราคาสินค้าที่จัดจำหน่ายใน ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีราคาค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับการเลือกวัสดุและการออกแบบของตัวลูกค้า เนื่องจากเป็นงานฝีมือ แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในการจ่าย ซึ่งงานใช้เวลานาน ทำได้ยาก สินค้าคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย เพราะสินค้าดีมีคุณภาพและสวยงาม

Place ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีการจัดจำหน่ายสินค้า 2 รูปแบบ คือ 1. มีสาขาของร้านอยู่ทั้งหมดมี 3 แห่ง ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. ช่องทางการขายออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตราแกรม และไลน์ โดยใช้ชื่อทุกช่องทางคือ ปิยศิลป์ ภาคใต้ ส่งผลให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวกและง่ายขึ้น

Promotion การส่งเสริมการขาย พบว่า มีการบริการหลังการขายที่ดีทำให้มีลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอยู่เสมอ โดยการใช้บริการขนส่งที่มีคุณภาพ เมื่อสินค้าเกิดความเสียหายระหว่างขนส่งสามารถนำมาเคลมใหม่ หากใช้ไปแล้วเกิดการชำรุดหรือต้องการปรับแต่งสามารถนำกลับมาซ่อมแซมและปรับแต่งได้เสมอ

กลยุทธ์การตลาดแบบ 4E คือการได้รับการพัฒนามาจาก กลยุทธ์การตลาด “4P

ผู้วิจัยวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดแบบ 4E กับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ จำนวน 130 คน โดยแบ่งลักษณะผู้ใช้บริการเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.กลุ่มผู้ใช้บริการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ 2.กลุ่มนักเรียนนักศึกษา 3.กลุ่มนักดนตรีทั่วไป ทั้ง 3 กลุ่มนี้แตกต่างคือ กลุ่มที่1คือผู้ใช้บริการทั่วไปที่ไม่ได้เป็นนักศึกษาและนักดนตรี ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในสินค้าของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

Product สู่ Experience การสร้างประสบการณ์ใหม่ พบว่า ของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีการสร้างสินค้าให้ลูกค้ามีความประทับใจซึ่งมีการนำเสนอสินค้า โดยการถ่ายรูปในมุมมองที่แปลกใหม่ ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้ามีความสนใจ เพื่อดึงจุดสนใจของลูกค้า ทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ เน้นคุณภาพของสินค้าและปรับเปลี่ยนไปตามค่านิยมของลูกค้าพร้อมวางแผนเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ให้ทันเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

Price สู่ Exchange ความคุ้มค่า พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีความคุ้มค่าเนื่องจากทางร้านมีสโลแกนจำหน่ายรสนิยมไทย เป็นการทำตาม ออเดอร์สินค้า ตามที่ลูกค้าต้องการ การออกแบบ การเลือกลวดลายที่ลูกค้าพึงพอใจ และงานของทางร้านเป็นงานฝีมือ ใช้ระยะเวลานาน ลูกค้าจึงพึงพอใจในการซื้อ เพราะได้รับสินค้าที่ดีมีคุณภาพและมีชิ้นเดียวบนโลก มีการสำรวจความพึงพอใจในการบริการทั้งหมด 130 คน พบว่ามากที่สุด 92 คน มาก 31 คน และปานกลาง 8 คน

ภาพผลิตภัณฑ์ของร้านที่โดดเด่น





Place สู่ Everywhere ทุกคนสามารถค้าขายได้ทุกสถานที่ ไม่ต้องมีหน้าร้าน พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ พยายามสร้างตัวให้มีบทบาทมากขึ้นในตลาดออนไลน์ เพื่อทำให้ลูกค้าจดจำ เช่น การทำ เฟซบุ๊ก แฟนเพจและอินสตาแกรม สร้างเรื่องราวให้ลูกค้าเข้ามาสนใจ โดยการถ่ายรูปสินค้าลงในช่องต่างๆของร้านให้มีความแปลกใหม่ และโพสต์วิดีโอการทำเครื่องดนตรีสั้นๆให้เห็นวิธีการทำ เนื่องด้วยปัจจุบันมีการใช้แอพพลิเคชั่นมาใช้ในการทำธุรกิจออนไลน์ เห็นได้ชัดถึงการมีตัวตนบนตลาดออนไลน์จากการสำรวจทั้งหมด 130 คน พบว่า มีคนรู้จักจากเฟซบุ๊ก 111 คน แฟนเพจ 23 คน อินสตราแกรม 21 คน ไลน์ 11 คน และอื่นๆ อีก 2 คน มีการสำรวจการใช้บริการผ่านแอพพลิเคชั่นทั้งหมด 130 คน พบว่า เฟซบุ๊ก 117 คน อินสตราแกรม 16 คน ไลน์ 16 คน และเบอร์โทร 17 คน จึงสามารถทำให้เห็นว่าธุรกิจออนไลน์นั้นทำได้ง่ายและสะดวก สามารถขายของได้โดยไม่ต้องมีหน้าร้าน อีกทั้งซื้อขายได้ตลอดเวลาเพียงแค่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอินเตอร์เน็ต

Promotion สู่ Evangelism การบอกต่อ พบว่า ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ไม่ได้มีโปรโมชั่นในเรื่องของการ ลด แลกแจก แถมมากนัก อาจมีบ้างในบางกรณี แต่ทางร้านเน้นในเรื่องของการบริการต่างๆ ที่สร้างแรงจูงใจให้มีลูกค้าประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใหม่ ได้มีการซ่อมแซมเครื่องดนตรีให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ โดยการบอกต่อ การรีวิวในแอพพลิเคชั่นต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก แฟนเพจ ซึ่งทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอยู่เสมอ เพื่อความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ มีการสำรวจความพึงพอใจในการบริการหลังการขายทั้งหมด 130 คน พบว่า มากที่สุด 86 คน มาก 37 คน และปานกลาง 8 คน รวมทั้งมีการสำรวจจำนวนลูกค้าประจำโดยการใช้แบบสำรวจการใช้บริการทั้งหมด 130 คน พบว่า เคยใช้บริการ มากกว่า 4 ครั้ง 38 คน 1 ครั้ง 35 ครั้ง 2 ครั้ง 30 คน 3 ครั้ง 19 คน 4 ครั้ง 11 คน

สรุปและอธิปรายผล

ประวัติความเป็นมาของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีนายปิยเทพไชยวารี เป็นผู้บริหารได้มีการทำธุรกิจโดยเน้นเป้าหมายหลักด้วยการผูกกับหน่วยงานราชการ ซึ่งทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการเพราะเป็นหน่วยงานที่เชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและได้รับสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด นายปิยเทพ ไชยวารีพยายามสร้างตัวตนให้คนจดจำด้วยการโพสต์ขายสินค้าในตลาดออนไลน์ซึ่งทำให้ได้ผลตอบรับอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนายปิยเทพ ไชยวารี เป็นผู้ที่เคยเล่นดนตรีไทยที่มีความสามารถได้รับรางวัลต่างๆมากมาย อีกทั้งนายปิยเทพ ไชยวารี มีการนำเสนอตัวสินค้าที่โดดเด่น มีประสบการณ์ในการถ่ายรูป จึงทำให้การนำเสนอสินค้าแปลกใหม่ และ

เป็นงานฝีมือ จึงทำให้ลูกค้าสนใจและเข้ามาใช้บริการ ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีช่องทางการซื้อขายในตลาดออนไลน์หลายช่องทางได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตราแกรม ไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถให้ติดต่อได้สะดวก ประหยัดในเรื่องค่าใช้จ่ายและเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วาทิน ประชานันท์ (2557) กล่าวว่า ธุรกิจย่อยของบริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป (PMG) มีการบริหารจัดการธุรกิจดนตรีที่เป็นขั้นตอนและมีความแตกต่างจากบริษัทอื่นๆ โดยที่มีโรงเรียน ดนตรี และ Music Event ทำหน้าที่เป็นแกนหลักคอยสนับสนุนการทำกิจกรรมให้กับหน่วยธุรกิจ อื่นๆ แนวทางการบริหารจัดการเช่นนี้ส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Innovation) เกิดขึ้นใน หน่วยธุรกิจนั้นๆ ได้อีกด้วย ผลจากการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Innovation) ในหลายๆ หน่วยธุรกิจนี้ทำให้บริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป มีแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจดนตรีที่โดดเด่น และมีความ แตกต่างจากไปจากบริษัทอื่นๆ อีกทั้งยังส่งผลให้บริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป เป็นที่ยอมรับในวงการดนตรีของเมืองไทยอีก

ศึกษาการบริหารจัดการร้านปิยศิลป์ ภาคใต้

หลักการใช้SWOT ได้ดังนี้ จุดแข็ง คือ ผูกกับหน่วยงานราชการ การนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่ ทำตามออเดอร์ มีบุคลิกภาพดี ร่าเริง แจ่มใส อัธยาศัยดี มีบริการขายที่ดี จุดอ่อนคือ มีกำลังการผลิตน้อย ทำงานล่าช้าเนื่องจากเป็นงานฝีมือ อีกทั้งจัดส่งสินค้าได้ล่าส่งเพราะย้ายที่อยู่บ่อยครั้ง โอกาส คือ มีคนนิยมจำนวนมาก ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ส่งทั่วประเทศและต่างประเทศ อุปสรรค คือ มีคู่แข่งจำนวนมาก ลูกค้ามีสิทธิเสรีในการเลือก ย้ายที่อยู่บ่อยทำให้การขนส่งล่าช้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฤชุตา จันทร์พา (2554) การที่บริษัทจะประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดีนั้นต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็น แนวทางในการบริหารงาน โดยในการกำหนดกลยุทธ์นั้น ต้องมีการประเมินองค์กรและ สภาพแวดล้อม (Environment Scanning) ทั้งภายในและภายนอกโดยใช้ SWOT Analysis, PEST Environment, 5-F Model รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ โดยใช้ TOWS Matrix ในการนำมา กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งตรงกับการศึกษาของ AIS ที่ทำการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกเพื่อให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ ทั้งในระดับ องค์กร ระดับหน่วยงาน และระดับหน้าที่ เป็นต้น และในส่วนของการที่จะสร้างความแตกต่าง ให้กับสินค้าและบริการของเรา อีกทั้งยังสามารถรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมเอาไว้ได้นั้น การทำ CRM ก็เป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งตรงกับ AIS ที่จะมุ่งเน้นการทำ CRM กับลูกค้า

แผนการตลาด 4P ผลิตภัณฑ์ของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ คือการทำกิจการเกี่ยวกับการขายเครื่องดนตรีไทย มีการออกแบบเครื่องหมายทางการค้าที่จดจำง่าย การทำงานจึงต้องมีความใส่ใจในทุกขั้นตอน ร้านมีความโดดเด่นในเรื่องของการนำเสนอตัวสินค้าที่แปลกใหม่ โดดเด่น สะดุดตา มีความคิดสร้างสรรค์ ทำให้ตัวสินค้ามีความน่าสนใจเป็นที่ดึงดูดแก่ลูกค้า อีกทั้งทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีการบริการที่ดีเนื่องจากผู้บริหารมีความชำนาญการ มีการวางตัวที่ดี เป็นกันเองกับลูกค้า ใส่ใจบริการหลังการขายเป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ การกำหนดราคาของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ นั้นขึ้นอยู่กับตัวสินค้า ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกคุณภาพของวัสดุที่ต้องการ เช่น ไม้ การออกแบบต่างๆ ทางผู้บริหารมีการคำนวณสินค้าตั้งแต่ช่างผลิตจนมาถึงขั้นตอนที่ผู้บริหารทำ รวมไปถึงการขนส่ง ซึ่งสินค้ามีราคาค่อนข้างสูง แต่มีลูกค้ายอมจ่าย เพราะร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ผลิตสินค้าเป็นงานฝีมือ ทำได้ยาก ใช้เวลาค่อนข้างนานกว่าร้านอื่น ซึ่งทำตามความต้องการของลูกค้าตามสโลแกน จำหน่ายรสนิยมไทย ช่องทางจัดจำหน่ายร้านปิยศิลป์ภาคใต้ มีสาขาอยู่ทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช ลูกค้าจะติดต่อสั่งซื้อผ่านหน้าร้านโดยตรงและช่องทางออนไลน์เนื่องมาจากปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเผยแพร่และเป็นที่นิยมมากขึ้น และร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ได้เข้ามาทำธุรกิจออนไลน์ จึงง่ายต่อการซื้อขาย ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

ประหยัดค่าใช้จ่าย ดำเนินชีวิตได้สะดวกขึ้น ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ไม่ได้มีโปรโมชั่นในเรื่องของตัวสินค้ามากนัก ส่วนมากเน้นในเรื่องของการบริการ เป็นการบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งการสั่งผลิต รวมไปถึงการบริการหลังการขาย ผู้บริหารเป็นบุคคลที่มีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง จึงทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการจนทำให้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิริฒิพา เรืองกล (2550) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการออกกำลังกายที่เก็บค่าบริการอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านพนักงานที่ให้คำแนะนำในการออก กำลังกายให้เหมาะสมถูกต้อง ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง และการจัดการสถานที่แวดล้อม ปัจจัยด้าน พนักงานให้บริการทั่วไป และปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการเลือกสถานบริการออกกำลังกายที่เก็บค่าบริการอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการขายและปัจจัยด้านอัตราค่าใช้บริการ ผลการศึกษาวิจัยที่ออกมาดังกล่าว ได้สอดคล้องกับ ผลการวิจัยที่ว่าปัจจัยด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด เนื่องจากเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ หรือ รับบริการจาก วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร ลูกค้าย่อมคาดหวังใน ผลลัพธ์อันเป็นรูปธรรม อาทิเช่น น้ำหนักตัวที่ลดลง มีกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้นตามร่างกาย มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงขึ้น และผลลัพธ์อันเป็นนามธรรม ในด้าน ความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของการมาออกกำลังกาย วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร ซึ่งวี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่ลูกค้าได้จ่ายเงินราคาออกไปเพื่อรับบริการ และได้ใช้งานในสถานที่ดังกล่าว ปัจจัยด้านราคา (Price) ธุรกิจประกอบการให้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ มีให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการอยู่จำนวนหลายรายด้วยกัน ดังนั้นปัจจัยด้านราคาเป็นส่วนหนึ่งในการ เปรียบเทียบ และตัดสินใจที่จะเลือกสมัครใช้บริการ เมื่อลูกค้าได้สมัคร เลือกใช้บริการ วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร แล้ว ราคาอัตราค่าสมาชิกที่ลูกค้าได้จ่ายไป ลูกค้าจะมองว่าในระดับราคาใน จำนวนนี้นั้นเหมาะสมกับคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ และมีการเปรียบเทียบอัตราค่าบริการสำหรับการเป็น สมาชิกในอัตราต่ำกว่าอัตราค่าบริการการเป็นสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ สถานที่อื่นๆ ที่มีคุณภาพๆ ระดับเดียวกัน เมื่อลูกค้าได้ให้น้ำหนักกับความพึงพอใจในปัจจัยของอัตรารากาในการเข้าไปรับบริการ สมาชิกของลูกค้าแล้ว หมายความว่า ปัจจัยในด้านราคาก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร เป็นฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีการเปิด ให้บริการของสถานที่ออกกำลังกายให้ผู้ที่สนใจเข้ามาสมัครเป็นสมาชิก ซึ่งผู้ที่ได้สนใจที่จะสมัครเข้ามา เป็นสมาชิกนั้นได้ทราบดีถึงสถานที่ตั้งในการให้บริการของ วี ฟิตเนส โซไซตี้กรุงเทพมหานคร ดีอยู่แล้ว ทั้งสถานที่ตั้ง และการจัดทำการส่งเสริมการขายของ วี ฟิตเนส โซไซตี้ เป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบ ของการตัดสินใจที่จะเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้บริการของลูกค้า วี ฟิตเนส โซไซตี้ตั้งแต่แรกเริ่ม ก่อนการเข้าสมัครมาเป็นสมาชิกเพื่อใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงไม่ได้แสดงถึงความแตกต่างของการจัดทำการส่งเสริมการขายของลูกค้าแต่ละรายแตกต่างกันในใจความสาระสำคัญ

การสร้างให้ลูกค้าจดจำสินค้า ซึ่งมีการนำเสนอสินค้า โดยการถ่ายรูปในมุมมองที่แปลกใหม่ ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้ามีความสนใจ เพื่อดึงจุดสนใจของลูกค้า ทางร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ เน้นคุณภาพของสินค้าและปรับเปลี่ยนไปตามค่านิยมของลูกค้าพร้อมวางแผนเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ให้ทันเพื่อสนองความ

ต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2551) กล่าวว่าองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องบริหารผลิตภัณฑ์ให้มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ควบคู่ไปกับการเพิ่มคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรธุรกิจให้นานที่สุด โดยการจูงใจให้ลูกค้าซื้อเพิ่มขึ้น และมียอดซื้อต่อครั้งมาก ด้วยการใช้สื่อและส่งมอบความประทับใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายด้วย คุณค่าที่ดีกว่า

ความคุ้มค่าของร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ คือ มีสินค้าราคาค่อนข้างสูง ลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งนิยมความคุ้มค่ามากกว่าเรื่องราคา ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ มีความได้เปรียบ เพราะทางร้านมีสโลแกน จำหน่ายรสนิยมไทย เป็นการทำตาม ออเดอร์สินค้า ตามที่ลูกค่าต้องการ การออกแบบ การเลือกลวดลาย ที่ลูกค้าพึงพอใจ และงานของทางร้านเป็นงานฝีมือ ใช้ระยะเวลานาน ลูกค้าจึงพึงพอใจในการซื้อ เพราะได้รับสินค้าที่ดีมีคุณภาพและมีชิ้นเดียวบนโลก มีการสำรวจความพึงพอใจในการบริการทั้งหมด 130 คน พบว่า มากที่สุด 92 คน มาก 31 คน และปานกลาง 8 คน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ดำรงณ์ พิณคุณ (2556) กล่าวว่าในปัจจุบันเป็นยุคแห่งการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และองค์กรให้ดูดีขึ้นด้วยนวัตกรรมใหม่และการอธิบายข้อมูลเพื่อให้กลุ่ม ลูกค้าเข้าใจถึงข้อดีในการใช้สินค้าของเรา รวมถึงข้อแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคได้จ่ายไป

การบอกต่อ คือ ร้านปิยศิลป์ ภาคใต้ ไม่ได้มีโปรโมชั่นในเรื่องของการ ลด แลก แจก แถมมากนัก อาจมีบ้างในบางกรณี แต่ทางร้านเน้นในเรื่องของการบริการต่างๆ ที่สร้างแรงจูงใจให้มีลูกค้าประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใหม่ ได้เห็นถึงการบอกต่อ การรีวิวในแอพพลิเคชั่นต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ค แฟนเพจ ซึ่งทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอยู่เสมอ เพื่อความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ มีการสำรวจความพึงพอใจในการบริการหลังการขายทั้งหมด 130 คน พบว่า มากที่สุด 86 คน มาก 37 คน และปานกลาง 8 คน รวมทั้งมีการสำรวจจำนวนลูกค้าประจำโดยการใช้แบบสำรวจการใช้บริการทั้งหมด 130 คน พบว่า เคยใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง 38 คน 1 ครั้ง 35 ครั้ง 2 ครั้ง 30 คน 3 ครั้ง 19 คน 4 ครั้ง 11 คน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมภพ อดุงจงรักษ์ (2561) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เวชสำอางออนไลน์ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคผ่านการรีวิวการใช้งาน การแนะนำหรือบอกต่อ เกี่ยวกับผลลัพธ์หลังการใช้บนสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องทางของผู้บริโภคเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะโน้มน้าว ให้ผู้บริโภคที่ยังไม่เคยลองใช้ผลิตภัณฑ์เกิดความสนใจ และเมื่อได้ลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดผลลัพธ์ที่ดี ก็จะเกิดการบอกต่อ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิธีที่แบรนด์ใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ทำให้เขาแนะนำหรือบอกต่อประสบการณ์ดี ๆ ให้กับลูกค้าคนต่อไป ถือเป็นกลยุทธ์ที่ดีเป็นการตลาดสินค้าออนไลน์ที่เจ้าของกิจกรรมควรให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์และปรับใช้ในการวางแผนในการทำงานรวมไปถึงสามารถนำไปต่อยอดปรับใช้ในการทำธุรกิจเป็นของตนเองได้ รวมถึงเป็นแนวทางเรื่องธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันมีการทำธุรกิจกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งทำได้ง่ายไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านแค่มีแอพพลิเคชั่นและอินเตอร์เน็ตนั้นสามารถทำธุรกิจได้ มีความสะดวกสบายง่ายแก่การซื้อขาย

เอกสารอ้างอิง

ดำรง พิณคุณ. (2556) *การตลาดเชิงสร้างสรรค์สำหรับแผนการตลาดสมัยใหม่*. : อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์

ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2551) *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : ธนาเพรส

ฤชุตา จันทร์พา. (2554) *การศึกษากลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์ตลาด และความพึงพอใจของลูกค้า ในธุรกิจบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)* : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วาทิน ประชานันท์. (2557) *การบริหารจัดการธุรกิจดนตีขอบริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป(PMG).* บัณฑิตวิทยา : มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์. (2557) *กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจเครื่องดนตรีในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา*. : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

สมภพ อดุงจงรักษ์. (2561) *กลยุทธ์การตลาดสินค้าออนไลน์*. : ดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยปทุมธานี

จิริฒิพา เรืองกล. (2550) *ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้า วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร* : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยกรุ

ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่งในการสร้างกำแพงกันคลื่น : กรณีศึกษาพื้นที่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

The environmental and coastal community impacts of Seawall construction: A Case-study of Singhanakhon and Sathing Phra districts, Songkhla province

เอดาวัต ศักดิ์แก้ว[1] ธนบดี แก้วยศกุล[2] ปฏิพัทร์ สุขแก้ว[3] อธิวัฒน์ พรหมจินดา[4] และชลีรัตน์ มเหสักขกุล*[5]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาจากการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นตามชายหาดที่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่ง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาดังกล่าวจากพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเมืองสิงหนคร และพื้นที่หาดมหาราช อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารจากการค้นคว้า ตำรา บทความ และเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและการแก้ไขปัญหาจากการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่ง จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นในพื้นที่ดังกล่าวเกิดจากการงดเว้นการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เป็นเหตุให้ไม่ได้มีการประเมินผลกระทบในด้านต่าง ๆ รวมทั้งทำให้ภาคประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่น เนื่องจากปีพ.ศ.2556 ได้มีการยกเว้นการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำกำแพงกันคลื่น เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ จึงส่งผลทำให้เกิดปัญหาภายหลังจากการก่อสร้าง อีกทั้งรูปแบบของกำแพงกันคลื่นที่ได้สร้างนั้นได้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชายฝั่งในพื้นที่เป็นอย่างมาก โดยจากกรณีปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นตามแนวชายฝั่ง เป็นการดำเนินการที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่ง จึงเห็นควรต้องมีการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ในทุกโครงการโดยไม่มีการยกเว้น เพื่อให้ภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและประเมินผลกระทบจากการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นรวมทั้งรูปแบบการสร้างกำแพงกันคลื่นต้องมีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญด้วย

คำสำคัญ: กำแพงกันคลื่น ชุมชนชายฝั่ง รายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อม

[1-4] นักศึกษาระดับปริญญาตรี, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตหาดใหญ่

[5] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: Chaleerath.m@tsu.ac.th

Abstract

The purpose of this study was to investigate the problems of seawall construction from Moung-Ngam Sub-district, Sathing Phra District, and Maharat Beach, Sathing Phra District, Songkhla Province. The methodology used was documentary research. The research was conducted to examine the literature published in textbooks, journals, and electronic documents. The result revealed that the problem of seawall construction is from an omission in the Environmental Impact Assessment report (EIA). Consequently, there is no evaluation of the impacts on various aspects and lacking Public Participation. In 2013, An Environmental Impact Assessment report is excepted for seawall construction projects to expedite and facilitate the project's progression resulting in many issues after construction. Moreover, the structure of these seawalls had a dramatic impact on the local coastline environment. From the case study, the construction of a seawall significantly affects the environment and community. Therefore, in order to establish public participation, an Environmental Impact Assessment report must be required for every construction project. And the seawall's structure must be appropriate for the environment surrounding the project.

Keywords : Seawall, Coastal community, Environmental Impact Assessment report (EIA), Environment

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความนิยมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางทะเลเป็นอย่างมาก และทะเลในประเทศไทยได้ติดอันดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก เพราะเป็นทะเลที่มีความสวยงามอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ปะการัง สัตว์น้ำ แต่ปัจจุบันหาดทรายในประเทศไทยได้ประสบปัญหาการถูกกัดเซาะชายฝั่งเป็นจำนวนมากอันเนื่องมาจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของชายฝั่งทะเลที่เกิดขึ้นตลอดเวลาจากการกัดเซาะของคลื่นหรือลมตะกอนจากที่หนึ่งไปตกทับถมในอีกบริเวณหนึ่ง (ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล 2565, ออนไลน์) ทำให้แนวของชายฝั่งเดิมเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ชายหาดเสียทัศนียภาพ กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว การประกอบอาชีพ รวมทั้งกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ หาดทรายเป็นพื้นที่ระหว่างแนวน้ำขึ้นกับน้ำลง มีลักษณะเป็นแถบยาวไปตามริมฝั่ง เกิดขึ้นเนื่องจากการกระทำของคลื่นและกระแสน้ำในทะเล (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2565, ออนไลน์) นอกจากนี้ หาดทรายยังเป็นบริเวณที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของระบบนิเวศหาดทราย คือ การกระทำของคลื่นลม น้ำขึ้น น้ำลง และความร้อนจากดวงอาทิตย์ อิทธิพลของคลื่นลมมีผลต่อลักษณะของพื้นทะเลและขนาดเม็ดทราย นอกจากนี้ยังมีความเสถียรหรือความคงตัวของหาดทราย โดยหาดทรายจะมีขนาดแตกต่างกันตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และฤดูกาล อิทธิพลของคลื่นทำให้เม็ดทรายสภาพเหมือนเครื่องบดหรือโม่เล็ก ๆ น้ำขึ้นน้ำลงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดเวลาการหาอาหารและการหายใจของสิ่งมีชีวิตบริเวณหาดทราย และปริมาณความร้อนจากแสงแดดที่แผดเผา (phuketaquarium 2565, ออนไลน์)

ปัญหาในการกัดเซาะของชายฝั่ง อาจเกิดขึ้นได้ในหลากหลายปัจจัยทั้งโดยปัจจัยที่เกิดจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นลมพายุ มรสุม กระแสน้ำขึ้น-น้ำลง หรือปัจจัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่รุกล้ำชายฝั่ง การสร้างเขื่อน การบุกรุกทำลายพื้นที่ป่าชายเลน เป็นต้น การแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทางภาครัฐต้องให้การแก้ไข โดยการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอาจแก้ไขได้ทั้งวิธีการตามธรรมชาติ เช่น การอนุรักษ์ป่าชายเลน การสร้างแหล่งปะการัง เป็นต้น หรือแก้ไขโดยวิธีการทางวิศวกรรม เช่น การเติมทราย การสร้างกำแพงกันคลื่น เป็นต้น โดยแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ การก่อสร้างกำแพงกันคลื่น เนื่องจากเป็นวิธีการที่สามารถแก้ไขปัญหาได้จริงโดยกำแพงกันคลื่นเป็นโครงสร้างป้องกันชายฝั่ง ทำหน้าที่รับแรงปะทะของคลื่นที่วิ่งเข้ามาสู่ชายหาดซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศไทยได้นำมาปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ซึ่งในปัจจุบันมีโครงการก่อสร้างในหลากหลายพื้นที่ในประเทศไทยรวมทั้งพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเมืองสิงหนคร และพื้นที่หาดมหาราช อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีการจัดทำโครงการก่อสร้างแพงกันคลื่นนี้ด้วย

สาเหตุของการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นเป็นการก่อสร้างเพื่อแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยปัญหาที่ทำให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนที่เกิดจากการงดเว้นการทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม หรือ EIA ซึ่งได้รับการยกเว้นการจัดทำตั้งแต่ปีพ.ศ. 2556 จากโครงการกำแพงกันคลื่นริมชายฝั่งความยาวตั้งแต่ 200 เมตรขึ้นไปด้วยเหตุผลเพื่อความรวดเร็วในการดำเนินการ เพราะหากมี EIA หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะไม่สามารถเข้าไปแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้ทันที (ตุลยา สวนสันต์ 2564, ออนไลน์) ซึ่งการงดเว้นดังกล่าวทำให้โครงการกำแพงกันคลื่นเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ ระบบนิเวศ และทรัพยากรชายฝั่งเป็นอย่างมาก เมื่อภาคประชาชนไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดทำโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นทำให้เกิดการแสดงจุดยืนของประชาชนซึ่งไม่ต้องการกำแพงกันคลื่นในหลากหลายพื้นที่เช่นเดียวกับพื้นที่ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา คือ พื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเมืองสิงหนคร ที่ได้มีชาวบ้านในพื้นที่เข้ามาคัดค้านการสร้างกำแพงกันคลื่น เพราะในพื้นที่หาดม่วงงามไม่ได้มีการกัดเซาะชายฝั่งอย่างถาวร แต่เกิดเพียงช่วงฤดูกาลและมรสุม จึงไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างที่แข็งแรงเพื่อแก้ไขปัญหา ทำให้หากโครงการนี้เสร็จสิ้นจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศอย่างมาก รวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ได้จัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ขึ้นมาก่อน สอดคล้องจากการสัมภาษณ์ของประชาชนในพื้นที่รวมทั้งกลุ่มกฎหมายอาสาในพื้นที่หาดมหาราช ที่มีความเห็นว่าวิธีการสร้างกำแพงกันคลื่นจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อชายหาดและเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเป็นอย่างยิ่ง (Thai PBS 2558, ออนไลน์) ท้ายที่สุดแล้วการสร้างกำแพงกันคลื่นจึงถูกยกเลิกไปชั่วคราวโดยคำสั่งศาล นอกจากนี้รูปแบบของการสร้างกำแพงกันคลื่นที่เกิดขึ้น อาจจะไม่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่จึงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชนชายฝั่งเป็นอย่างมาก

ดังนั้น จากประเด็นปัญหาในการสร้างกำแพงกันคลื่นที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เพื่อศึกษาหาประเด็นปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการสร้างกำแพงกันคลื่น ให้สอดคล้องต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งศึกษารูปแบบการสร้างกำแพงกันคลื่นที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ผลกระทบ รวมทั้งประโยชน์จากการสร้างกำแพงกันคลื่นในการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ในพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเมืองสิงหนคร และพื้นที่หาดมหาราช อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาผลกระทบและแนวทางในการสร้างกำแพงกันคลื่นที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

วิธีการศึกษา

การศึกษางานวิจัย เรื่อง ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่งในการสร้างกำแพงกันคลื่น : กรณีศึกษาพื้นที่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาด้วยวิธีการทางเอกสาร (Documentary Research) จากงานวิจัย วารสาร บทความ หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ซึ่งเป็นเอกสารผลงานต่าง ๆ ที่ไม่เกิน 5 ปี รวมทั้งกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง การสร้างกำแพงกันคลื่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสร้างกำแพงกันคลื่นในพื้นที่ที่ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบสภาพปัญหาและได้ศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยข้อมูลเอกสารต่าง ๆ มาจากฐานข้อมูลที่หลากหลาย เช่น จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ฐานข้อมูลงานวิจัย รวมทั้งฐานข้อมูลกฎหมายจากสำนักงานกฤษฎีกา เป็นต้น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งเกิดจากการกัดเซาะของคลื่นและลม วาตภัย อุทกภัย หรือจากกิจกรรมของสิ่งมีชีวิตในบริเวณนั้น โดยคลื่นเป็นตัวการสำคัญในการเปลี่ยนแปลงลักษณะของตะกอนและทรายชายฝั่ง นอกจากนี้ยังเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของแนวชายฝั่ง ทำให้ทรัพยากรที่มีความสำคัญถูกทำลายและเสื่อมโทรมลงทุกขณะโดยมีอัตราการกัดเซาะในอัตรา 1 - 5 เมตรต่อปี (สิตาวีร์ ธีรวิรุฬห์ มปป., ออนไลน์) ซึ่งเกิดขึ้นได้ในทุกพื้นที่ทำให้เกิดโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นเข้ามาแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยกำแพงกันคลื่นเป็นโครงสร้างทางวิศวกรรมป้องกันชายฝั่ง มีหน้าที่เพื่อป้องกันพื้นที่ด้านหลังกำแพงกั้นคลื่นให้มีความมั่นคง ปลอดภัยจากคลื่นมรสุมต่าง ๆ กำแพงกันคลื่นเป็นโครงสร้างป้องกันชายฝั่งที่มีหน้าที่ตรึงแผ่นดินด้านหลังกำแพงไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงจากอิทธิพลของคลื่นที่เข้ามาปะทะกำแพงกันคลื่น (อภิศักดิ์ ทัศนี 2564, ออนไลน์) ทำให้โครงการดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบอันก่อให้เกิดการกัดเซาะชายฝั่งอย่างรุนแรงเมื่อสิ้นสุดกำแพงกันคลื่น นอกจากนี้กำแพงกันคลื่นยังส่งผลให้เกิดการสะท้อนกลับของคลื่นที่วิ่งเข้ามาปะทะหน้ากำแพงทำให้คลื่นที่สะท้อนกลับได้พัดพานำทรายหน้ากำแพงกันคลื่นลงไปสู่ทะเล อีกทั้งกำแพงกันคลื่นยังมีผลกระทบต่อการเข้าใช้ประโยชน์ในบริเวณพื้นที่ชายหาด (วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์ 2565, ออนไลน์) ทำให้บริเวณชายหาดไม่มีทราย และการก่อสร้างกำแพงทำให้ทัศนียภาพไม่สวยงาม อาจก่อปัญหาทรุดตัวในระยะยาว

จากการศึกษาของสมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง พบว่า กฎหมายหรือระเบียบของสหรัฐอเมริกา ในรัฐ North

Carolina โดยทั่วไปห้ามไม่ให้มีโครงสร้างควบคุมการกัดเซาะอย่างถาวรในแนวชายฝั่ง อนุญาตให้เฉพาะกระสอบทรายเป็นโครงสร้างชั่วคราวเท่านั้น ในรัฐ South Carolina ไม่อนุญาตให้โครงสร้างหรืออุปกรณ์ควบคุมการกัดเซาะไหลลงทะเลของแนวปราการ เว้นแต่เพื่อคุ้มครองทางหลวงสาธารณะ รัฐ Rhode Island มีการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง (CRMC) ซึ่งควบคุมและออกใบอนุญาตในพื้นที่ชายฝั่งทะเล รวมถึงการสร้างกำแพงกันคลื่นเป็นนโยบายของการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง (CRMC) ที่จะเลือกใช้วิธีการควบคุมการกัดเซาะแบบไม่มีโครงสร้าง เช่น พืชพรรณและการบำรุงชายหาดมากกว่าการแก้ปัญหาโดยใช้โครงสร้างถาวร ในรัฐ Maryland โครงการควบคุมการกัดเซาะชายฝั่งอาจไม่ได้รับอนุญาตหาก (1) ไม่มีหลักฐานการกัดเซาะ (2) มีผลกระทบต่อสัตว์ที่ต้องการอนุรักษ์หรือใกล้สูญพันธุ์หรือพันธุ์หายาก และในบางรัฐมีการสนับสนุน แนวชายฝั่งที่มีชีวิต หรือ living shorelines อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นเทคนิคการรักษาแนวชายฝั่งที่ไม่มีโครงสร้าง ซึ่งใช้องค์ประกอบที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติเพื่อปกป้องแนวชายฝั่งจากการกัดเซาะและจัดหาที่อยู่อาศัยที่สำคัญสำหรับสัตว์ทะเล และจะอนุญาตให้ใช้วิธีเชิงโครงสร้างได้หลังจากพิจารณาทางเลือกที่ไม่ใช่โครงสร้างแล้ว Living shoreline ตามมาตรการนี้ควรถูกใช้เพื่อการป้องกันการกัดเซาะในระยะยาว หมายความว่า ควรใช้ในกรณีที่ชายฝั่งมีแนวโน้มจะถูกกัดเซาะ หรือยังไม่ถูกกัดเซาะ แต่หากว่าชายฝั่งนั้นถูกกัดเซาะไปแล้ว จำเป็นต้องปรับใช้มาตรการอื่น ๆ ร่วมด้วย (สมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง 2562, ออนไลน์)

สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมประเทศไทย ได้มีการประกาศเพิกถอนการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นออกจากโครงการที่จะต้องจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2556 หมายความว่า การดำเนินการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นนั้น สามารถกระทำได้โดยไม่ต้องจัดทำการศึกษารายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (อภิศักดิ์ ทัศนีย์ 2564, ออนไลน์) โดยให้เหตุผลว่า กระบวนการทำ EIA เป็นกระบวนที่ล่าช้า ไม่สามารถช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อนได้ทันท่วงที นอกจากนี้กฎหมายของประเทศไทยมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐช่วยในการบริหารจัดการ อนุรักษ์และฟื้นฟู และได้มีกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุน กฎหมายของประเทศไทยให้รัฐมนตรีมีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนดเขตพื้นที่ที่จะใช้มาตรการในการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งเพื่อป้องกันปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งและป้องกันความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การออกกฎกระทรวงมีการกำหนดมาตรการ ห้ามกระทำการใด ๆ ที่อาจส่งผลหรือก่อให้เกิดปัญหาในการกัดเซาะชายฝั่งเพิ่มขึ้น มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการดำเนินการกับสิ่งก่อสร้างที่ได้ดำเนินการภายในเขตพื้นที่ที่กำหนดก่อนที่จะมีการออกกฎกระทรวง โดยจะกำหนดให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ หรือให้ระงับการดำเนินกิจกรรมหรือรื้อถอนสิ่งก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง และสามารถกำหนดมาตรการอื่นใดตามที่เห็นสมควรเพื่อป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง

โดยการสร้างกำแพงกันคลื่นในประเทศไทยมีการสร้างกำแพงกันคลื่นในหลายพื้นที่ ซึ่งภาครัฐนิยมใช้การสร้างกำแพงกันคลื่นในรูปแบบโครงสร้างทางวิศวกรรมหรือโครงสร้างแข็ง ปัจจุบันในจังหวัดสงขลาได้มีการสร้างกำแพงกันคลื่นใน 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอสิงหานคร และพื้นที่ชายหาดมหาราช อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา โดยทั้งสองพื้นที่ดังกล่าวได้มีการสร้างกำแพงกันคลื่นในรูปแบบกำแพงทะเล

(Seawall) ซึ่งเป็นโครงสร้างทางวิศวกรรมที่สร้างขึ้นในแนวขนานกับชายฝั่ง (สมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง 2565 , ออนไลน์) เพื่อต้านแรงปะทะของคลื่นที่กระทบชายฝั่ง โดยรูปแบบและวิธีการในการก่อสร้างอาจมีการปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมในพื้นที่ ซึ่งพื้นที่ชายหาดม่วงงามและชายหาดมหาราชจะใช้รูปแบบกำแพงป้องกันคลื่นประเภทลาดเอียงแบบขั้นบันได (Stepped sloping seawall) มีลักษณะเป็นกำแพงคอนกรีตเสริมเหล็กลาดเอียง แบบขั้นบันไดให้มีความลาดเอียงไปทางด้านหน้าชายหาดเป็นแนวยาวขนานกับชายฝั่ง มีผลดี คือ สามารถดูดซับพลังงานคลื่นได้ดีป้องกันไม่ให้พื้นที่ด้านหลังกำแพงกันคลื่นถูกกัดเซาะ ส่วนผลเสีย คือ เกิดการสะท้อนกลับของคลื่นที่เข้ามากระทบอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดการพัดพาตะกอนทรายจากหาดด้านหน้ากำแพงกันคลื่น ทำให้เกิดการกัดเซาะบริเวณฐานหน้าและด้านข้างกำแพง (กองบริหารจัดการพื้นที่ชายฝั่ง 2561, ออนไลน์) ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวเป็นการแทรกแซงกระบวนการธรรมชาติ ส่งผลให้กระบวนการชายฝั่งเดิมเสียสมดุลไป ก่อให้เกิดผลกระทบชิ่งไปถึงพื้นที่ข้างเคียงด้านท้ายน้ำ (Downdrift) ที่ไม่มีโครงสร้างป้องกัน แม้ว่าโครงสร้างจะสามารถป้องกันพื้นที่เป้าหมายบางส่วนไม่ให้เสียหายได้ แต่มักทำให้พื้นที่ข้างเคียงด้านท้ายน้ำเกิดการกัดเซาะเพิ่มมากขึ้น เช่น มีลักษณะกลายเป็นหาดที่แหว่งเนื่องจากการเปลี่ยนทิศทางของคลื่น นอกจากนี้แล้วยังก่อให้เกิดการสูญเสียทัศนียภาพตลอดจนการใช้ประโยชน์พื้นที่ชายฝั่ง และการเข้าถึงทรัพยากรชายฝั่งทะเลถูกปรับเปลี่ยนไป เนื่องจากการกัดเซาะพื้นที่ชายฝั่งหาดม่วงงามและหาดมหาราช เป็นเพียงการกัดเซาะชั่วคราวเฉพาะในฤดูมรสุม ซึ่งเมื่อช่วงฤดูมรสุมผ่านพ้นไป การกัดเซาะก็ไม่ได้รุนแรงแต่อย่างใด (อิสรากรณ์ ผู้กฤยาคามี 2563, ออนไลน์) แม้ว่าการสร้างกำแพงกันคลื่นในปัจจุบันไม่ได้อยู่ในรายการที่จะต้องทำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อโครงสร้างดังกล่าวส่งผลกระทบต่อพื้นที่ชายฝั่งหาดม่วงงามและหาดมหาราชอย่างต่อเนื่องทั้งระบบภายหลังที่ได้มีการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างกำแพงกันคลื่นจะต้องมีการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ผลจากการศึกษาพบว่า การสร้างกำแพงกันคลื่นในพื้นที่ชายฝั่งหาดม่วงงาม ตำบลม่วงงาม อำเภอสิงหนคร และพื้นที่ชายหาดมหาราช อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ที่ได้ดำเนินการสร้างโดยใช้รูปแบบกำแพงป้องกันคลื่นประเภทลาดเอียงแบบขั้นบันได (Stepped sloping seawall) ยังไม่ใช่รูปแบบที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งการดำเนินโครงการของภาครัฐที่ผ่านมานิยมใช้โครงสร้างทางวิศวกรรมหลากหลายรูปแบบเพื่อแก้ไขปัญหานี้ และต้นเหตุแห่งปัญหาส่วนใหญ่มาจากโครงสร้างป้องกันชายฝั่งซึ่งแท้จริงแล้วมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการกัดเซาะ แต่กลับกลายเป็นต้นเหตุแห่งปัญหาเสียเอง เนื่องจากเป็นมาตรการที่จับต้องได้และมีความซับซ้อนน้อยกว่ามาตรการอื่น ๆ ในขณะที่มาตรการอื่นอาจใช้ระยะเวลานานกว่าจะเห็นผลลัพธ์ บางครั้งต้องใช้มาตรการทางสังคมและกฎหมายเข้าร่วมด้วยถึงจะประสบความสำเร็จ เช่น การใช้มาตรการถอยร่นของแนวชายฝั่ง การเวนคืนที่ดิน ทั้งที่ส่วนใหญ่แล้ว “มาตรการที่ไม่ใช้โครงสร้าง” จะแก้ปัญหาการกัดเซาะในระยะยาวได้อย่างยั่งยืนมากกว่า และอาจใช้งบประมาณน้อยกว่าอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าในต่างประเทศได้หันมาให้ความสนใจกับมาตรการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยประเทศที่มีดินแดนติดชายฝั่ง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาซึ่งได้เรียนรู้จากบทเรียนเดิมที่เคยเกิดขึ้นว่ามาตรการที่ใช้โครงสร้างป้องกันชายฝั่งนั้นมีข้อจำกัดทั้งเรื่องงบประมาณที่ต้องใช้เพื่อการก่อสร้างและบำรุงรักษาที่นับวันจะมีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงผลกระทบต่อพื้นที่ข้างเคียงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กลายเป็นว่า

ยิ่งสร้างโครงสร้างป้องกันยิ่งจะส่งผลให้ต้องสร้างต่อไปเรื่อย ๆ เพราะชายหาดที่ไม่ถูกป้องกันจะถูกกัดเซาะเป็นโดมิโน่ (Domino effect) (Beachlover 2564, ออนไลน์) แนวโน้มของการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งในปัจจุบันจึงได้พยายามปรับเปลี่ยนวิธีการ จากการตรึงชายฝั่งให้อยู่กับที่ “Hold the line” โดยใช้โครงสร้างป้องกันมาเป็นใช้มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ข้างเคียงน้อยที่สุด รวมถึงมาตรการไม่ใช้โครงสร้างแทน (สมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง 2562, ออนไลน์) ทั้งนี้ ผู้วิจัยยกตัวอย่างนวัตกรรม 4 รูปแบบ ซึ่งเป็นนวัตกรรมสำหรับลดการกัดเซาะของคลื่นเฉพาะในช่วงมรสุมที่กำลังได้รับความสนใจในหลายประเทศ ในกรณีถ้าไม่สร้างกำแพงกันคลื่นหรือโครงสร้างแข็งก็สามารถเปลี่ยนไปใช้วิธีดังต่อไปนี้ในการรักษาพื้นที่ชายหาดและชายฝั่งได้ (ภาพประกอบจาก https://waymagazine.org/seawall-physics/) เช่น



รูปแบบที่ 1 ทุ่นลอยน้ำกันคลื่น (Wavebrake)



รูปแบบที่ 2 ตัวรักษาทราย (Sandsaver)



รูปแบบที่ 3 ปริซึมหาด (Beach Prisms)



รูปแบบที่ 4 กำแพงกันคลื่นแบบบอลปะการัง (Reef Ball)

ผู้วิจัยเห็นว่านวัตกรรมดังกล่าวข้างต้นทั้ง 4 รูปแบบเป็นนวัตกรรมที่สามารถเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ที่ศึกษาได้ เนื่องจากเป็นการสร้างโครงสร้างเพื่อป้องกันชายฝั่งเพียงชั่วคราว ชายฝั่งทะเลของพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่ถูกกัดเซาะเฉพาะในช่วงฤดูมรสุม พายุ และจะเข้าสู่สมดุลในช่วงหลังมรสุม จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ ไม่ใช่การกัดเซาะชายฝั่งอย่างรุนแรง จนเป็นเหตุให้ต้องมีการก่อสร้างโครงสร้างป้องกันชายฝั่งแบบถาวร ในขณะเดียวกันหากใช้โครงสร้างป้องกันแบบถาวร ครั้งเมื่อหมดฤดูมรสุมและพายุผ่านพ้นไปแล้ว การมีอยู่ของโครงสร้างจะส่งผลต่อพื้นที่ข้างเคียงตามที่ได้กล่าวมาแล้ว หากเป็นโครงสร้างชั่วคราวก็จะสามารถรื้อถอนโครงสร้างนั้นเมื่อหมดประโยชน์ ซึ่งจะทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงสร้างเพื่อการป้องกันชายฝั่งทะเล และไม่เกิดผลกระทบต่อเนื่องกับพื้นที่ข้างเคียงอีกด้วย โดยโครงสร้างที่รื้อถอนออกไปนั้น สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ยามจำเป็น

นอกจากนี้ การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้มีส่วนได้เสีย โดยการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินการในการสร้างกำแพงกันคลื่น เนื่องจากโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นในอดีตเป็นโครงการที่ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

(EIA) และจัดให้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนตามขั้นตอนทางกฎหมายที่กำหนดให้เจ้าของโครงการต้องปฏิบัติ ซึ่งการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ถือเป็นหลักพึงระวังไว้ก่อน เป็นหลักประกันสิทธิตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่จะเป็นการประเมินผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียในโครงการ และมาตรการลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ ดังนั้น กระบวนการจัดทำ EIA จึงเป็นหลักประกันต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียว่าผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการจะได้รับการป้องกันแก้ไข หรือมีมาตรการลดผลกระทบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด และเป็นหลักประกันว่าประชาชน และผู้มีส่วนได้เสียจะได้มีส่วนร่วมในโครงการอย่างแท้จริง การประกาศเพิกถอนกำแพงกันคลื่นออกจากโครงการที่ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) โดยให้เหตุผลเพื่อให้เกิดความง่ายต่อการดำเนินการของรัฐ สามารถแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งได้อย่างทันท่วงทีนั้น จึงเป็นเหตุผลที่ฟังไม่ขึ้นอีกต่อไป (แลตะแลใต้ 2564, ออนไลน์) เมื่อเทียบกับปัญหาที่ก่อให้เกิดขึ้น อันส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและชาวบ้านในพื้นที่ศึกษา คือ หาดม่วงงามและหาดมหาราชในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างแท้จริง โดยเริ่มจากชุมชนเข้ามาประเมินว่าควรทำแนวกันคลื่น เพื่อป้องกันชายฝั่งที่ถูกกัดเซาะหรือไม่ และต้องมีการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เพราะการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม คือ การประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในแง่มุมต่าง ๆ และป้องกันให้ผลกระทบเกิดขึ้นน้อยที่สุด หรือไม่เกิดขึ้นเลย ผู้วิจัยจึงอยากผลักดันให้มีมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากกำแพงกันคลื่นให้เข้มข้นที่สุดมากกว่าการดำเนินการที่ผ่านมา ซึ่งการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมควรเป็นหนึ่งวิธีการในการดำเนินการนั้น เพื่อจะทำให้เกิดความเข้าใจของประชาชนและเป็นการประเมินผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งในแง่ดีแง่ลบ ผลกระทบ และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐอีกต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งในประเทศไทยทำให้ทางภาครัฐได้นำโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นเพื่อเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างกำแพงกันคลื่นนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดผลดีต่อสภาพแวดล้อม และยังส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งเป็นอย่างมาก โดยรูปแบบของการสร้างกำแพงกันคลื่นในพื้นที่อำเภอสิงหนครและอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ที่ได้ดำเนินการสร้างโดยใช้รูปแบบกำแพงป้องกันคลื่นประเภทลาดเอียงแบบขั้นบันได (Stepped sloping seawall) ยังไม่ใช่รูปแบบที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับลักษณะสภาพของพื้นที่ดังกล่าว เนื่องจากการกัดเซาะชายฝั่งของพื้นที่จังหวัดสงขลาเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว มักจะถูกกัดเซาะเฉพาะในช่วงฤดูมรสุม พายุ และจะเข้าสู่สมดุลในช่วงหลังมรสุมซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ ไม่ใช่การกัดเซาะชายฝั่งอย่างรุนแรง ดังนั้น การสร้างกำแพงกันคลื่นแบบโครงสร้างถาวรจึงเป็นวิธีการไม่เหมาะสม เพราะหากฤดูมรสุมและพายุผ่านพ้นไปแล้ว การมีอยู่ของโครงสร้างจะส่งผลต่อพื้นที่ข้างเคียง แต่หากเป็นโครงสร้างชั่วคราวจะสามารถรื้อถอนโครงสร้างนั้นได้เมื่อหมดประโยชน์ ซึ่งจะทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงสร้างเพื่อการป้องกันชายฝั่งทะเล และไม่เกิดผลกระทบต่อเนื่องกับพื้นที่ข้างเคียงอีdด้วย โดยโครงสร้างที่รื้อถอนออกไปนั้น สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ยามจำเป็น เช่น รูปแบบของทุ่นลอยน้ำ

กันคลื่น ตัวรักษาทราย (Sandsaver) ปริซึมหาด (Beach Prisms) หรือกำแพงกันคลื่นแบบบอลปะการัง (Reef Ball) เป็นต้น

นอกจากนี้ การที่ภาครัฐได้มีการยกเลิกการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ในการสร้างกำแพงกันคลื่น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการดำเนินการที่ไม่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง และการสร้างกำแพงกันคลื่นควรจะต้องมีการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เสมอ เนื่องจากการสร้างกำแพงกันคลื่นเป็นการดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งพื้นที่ทำกินของประชาชนด้วย

ข้อเสนอแนะ

1.จากการศึกษาเห็นว่าต้องนำหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้ามาปรับใช้ เนื่องจากปัญหาข้อพิพาทในปัจจุบันมักเกิดจากการที่ประชาชนหรือคนในพื้นที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วม จึงต้องมีการรับฟังความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานและเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการก่อสร้างกำแพงกันคลื่น มีการจัดทำเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานมีการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นและสามารถลดการพิพาทระหว่างภาครัฐและประชาชนได้

2.จากการศึกษาเห็นว่าการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งควรใช้มาตราการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ารูปแบบโครงสร้างกำแพงกันคลื่นที่มีลักษณะคงทนถาวร เนื่องจากการกัดเซาะชายฝั่งอย่างรุนแรงเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเท่านั้น ดังนั้น การสร้างแนวกันคลื่นแบบชั่วคราว เช่น รูปแบบของทุ่นลอยน้ำกันคลื่น ตัวรักษาทราย (Sandsaver) ปริซึมหาด (Beach Prisms) หรือกำแพงกันคลื่นแบบบอลปะการัง (Reef Ball) เป็นต้น จะส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว การประกอบอาชีพ หรือชุมชนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กองบริหารจัดการพื้นที่ชายฝั่ง. (2561). ***“คู่มือความรู้ การกัดเซาะชายฝั่ง”***. สืบค้น 8 สิงหาคม 2565 (https://www.tei.or.th/file/events/190208-book_177.pdf)

กฎหมายการก่อสร้างกำแพงกันคลื่นในรัฐชายฝั่งตะวันออก (SEAWALL CONSTRUCTION LAWS IN EAST COAST STATES). สืบค้น 17 ตุลาคม 2565 (https://www.cga.ct.gov/2012/rpt/2012-R-0074.htm)

กฎหมายในการควบคุมมลพิษและสิ่งแวดล้อมของรัฐนอร์ทแคโรไลนาเกี่ยวกับข้อจำกัดเกี่ยวกับโครงสร้างควบคุมการสึกกร่อน (North Carolina General Statutes Chapter 113A. Pollution Control and Environment § 113A-115.1. Limitations on erosion control structures). สืบค้น 10 ตุลาคม 2565 (https://codes.findlaw.com/nc/chapter-113a-pollution-control-and-environment/nc-gen-st-sect-113a-115-1.html)

กฎหมายเซาท์แคโรไลนาในการคุ้มครองและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพื้นที่ชายฝั่งและพื้นที่ชุ่มน้ำ (South Carolina Code of Laws Title 48 - Environmental Protection and Conservation CHAPTER 39 - COASTAL TIDELANDS AND WETLANDS). สืบค้น 20 ตุลาคม 2565 (https://law.justia.com/codes/south-carolina/2013/title-48/chapter-39/section-48-39-290)

ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล. (2565). ***"การกัดเซาะชายฝั่ง"***. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565 (http://www.mkh.in.th/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=1&lang=th)

ตุลยา สวนสันต์. (2564). ***"กำแพงกันคลื่นไร้เงา EIA ทางออกที่ไม่ยั่งยืน ต้นเหตุหาดแหว่งและชายฝั่งขาดสมดุลธรรมชาติ"***. สืบค้น 1 ตุลาคม 2565 (https://urbancreature.co/green-breakwaters/)

แลต๊ะแลใต้. (2564). ***"หยุดการระบาดของกำแพงกันคลื่นต้องจัดทำ (EIA) แคมเปญเพื่อหยุดวิกฤตชายหาดในประเทศไทย"***. สืบค้น 17 กันยายน 2565 (https://thecitizen.plus/node/40474)

วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์. (2565). ***"จากเสากินรี ถึงกำแพงกันคลื่น"***. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2565 (https://www.the101.world/lamp-post-to-sea-wall/)

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). ***"สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ-ชายหาด"***. สืบค้น 1 ตุลาคม 2565 (https://naturalsite.onep.go.th/site/6)

สมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง. (2562). ***"แก้ปัญหากัดเซาะชายฝั่งทะเลไทย ยิ่งแก้-ยิ่งพัง?"***. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 (https://www.tcijthai.com/news/2019/16/scoop/9314)

สมปรารถนา ฤทธิ์พริ้ง. (2565). ***"กำแพงกันคลื่น (Sea wall)"***. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565 (https://beachlover.net/wp-content/uploads/2019/07/Seawall.pdf)

สิตาวีร์ ธีรวิรุฬห์. (มปป.). ***"ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลของไทย"***. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 (https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=30789)

อภิศักดิ์ ทัศนี. (2564). ***"กำแพงกันคลื่นโรคระบาดบนหาดทรายไทย"***. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2565 (https://thecitizen.plus/node/50754)

อิสรากรณ์ ผู้กฤยาคามี. (2563). ***"กำแพงกันคลื่นหาดม่วงงามปกป้องหรือหายนะ".*** สืบค้น 5 สิงหาคม 2565 (https://www.sarakadee.com/2020/05/12/%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%A1/)

Beachlover. (2564). ***"ข้อสังเกตต่อโรงการป้องกันการกัดเซาะชายหาดมหาราช จ.สงขลา ประเด็นชวนคิด 2 (ตอนที่ 4/4"***. สืบค้น 10 ตุลาคม 2565 (https://beachlover.net/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%

B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%AD-3/)

Phuketaquarium. (2565). ***“ระบบนิเวศหาดทราย (sandy beach ecosystem)”***. สืบค้น 15 สิงหาคม 2565 (https://phuketaquarium.org/knowleadge/).

Thai PBS. (2558). ***“เจรจาไกล่เกลี่ยโครงการป้องกันคลื่นกัดเซาะหาดสมิหลา-ชลาทัศน์ ไม่ได้ข้อยุติ”***. สืบค้น 20 ตุลาคม 2565 (https://www.thaipbs.or.th/news/content/5070)

พัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
Economic and social development of Ban Bang Bon Nuea Community, Phru Din Na Sub-district, Khlong Thom District Krabi

สุริยะ ภักดีชน[1] และสิรีธร ถาวรวงศา[*2]

บทคัดย่อ

การศึกษาพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ยุค คือ 1) ยุคการทำนาข้าว พบว่าจะมีลักษณะการทำนาข้าวได้ 3 รูปแบบ คือ การทำนาดำ การทำนาหว่าน และการทำนาไร่ 2) ยุคการปลูกยางพารา พบว่าเป็นช่วงเวลาที่ผู้คนในชุมชนนำนโยบายภาครัฐเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการปลูกพืชพาณิชย์และเป็นยุคที่เน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว 3) ยุคการปลูกปาล์มน้ำมัน พบว่าผู้คนในชุมชนหันมาปลูกปาล์มน้ำมันจำนวนมาก หลังช่วง พ.ศ. 2558 เหตุผลมาจากราคายางพาราตกต่ำ จากการศึกษาวิถีชุมชนบ้านบางบอนเหนือ พบว่าในแต่ละยุคผู้คนในชุมชนมีการปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม โดยการปรับตัวนั้นแปรเปลี่ยนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ค่านิยมในการประกอบอาชีพ ค่านิยมด้านการศึกษา และการเข้ามาของคนต่างถิ่น

คำสำคัญ : ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ , การปลูกพืชพาณิชย์

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

[2] อาจารย์ ดร, คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

*Corresponding author E-mail: sireethorn.th@skru.ac.th

Abstract

A study of economic and social development of Ban Bang Bon Nuea Community, Phru Din Na Sub-district, Khlong Thom District Krabi can be divided into 3 eras 1) Rice farming era It was found that there were 3 types of rice farming, namely, transplant rice seedlings, sowing and farming. 2) The rubber planting era. It was found that it was the time when people in the community brought government policies as part of commercial planting and was the era that focused on monoculture 3) the era of oil palm planting. It was found that more people in the community turned to oil palm plantation after 2015.

The reason was the low rubber price. From the study of the community way of Ban Bang Bon Nuea It was found that in each era, people in the community had economic adjustments. and socio-cultural by adaptation that varies according to local identity Occupational Values educational values and the arrival of foreigners

Keywords: Ban Bang Bon Nuea Community, Commercial planting

บทนำ

เศรษฐกิจหลักของจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เมื่อพิจารณารายสาขาเศรษฐกิจหลัก จะเห็นว่าโดยรวมมาจาก 2 สาขาหลัก คือ สาขาการเกษตร และสาขาโรงแรมและภัตตาคาร รวมกันแล้วมีมูลค่าเกือบร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม โดยมาจากสาขาเกษตรกรรมมากที่สุดถึงเกือบร้อยละ 30 รองลงมาคือสาขาโรงแรมและภัตตาคารอีกเกือบร้อยละ 20 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงสร้างการผลิตของกลุ่มจังหวัดมาจากสาขาเกษตรเมื่อพิจารณารายจังหวัดจะเห็นว่าโครงสร้างของจังหวัดแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ จังหวัดภูเก็ตเพียงจังหวัดเดียวที่โครงสร้างการผลิตมาจากสาขาบริการและสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 15 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด ส่วนจังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดตรัง มาจากสาขาเกษตรกรรมมากกว่าร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์จังหวัดและจังหวัดระนองมาจากสาขาเกษตรกรรมประมาณร้อยละ 21 และสาขาประมงอีกประมาณร้อยละ 29 ซึ่งสอดคล้องกับการมีงานทำที่ทำงานอยู่ในสาขาเกษตรกรรมถึงประมาณร้อยละ 45 ใน 4 จังหวัดและภูเก็ตทำงานอยู่ในสาขาโรงแรมและภัตตาคารถึงร้อยละ 31 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสาขาการบริการ (แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน 2557-2560,103)

จังหวัดกระบี่มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญพิจารณาจากพืชที่มีพื้นที่ปลูกมากและมีมูลค่าการส่งออกหรือแปรรูป มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ปลูกมาก 4 ลำดับแรก คือ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา ทุเรียน เงาะ ลองกอง มังคุดและกาแฟตามลำดับ โดยปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของจังหวัดกระบี่ ซึ่งปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่มีการปลูกมากที่สุดในจังหวัด และมีแนวโน้มที่จะปลูกเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาของปาล์มน้ำมันสูงขึ้น ประกอบกับนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการปลูกปาล์มน้ำมัน รองลงมาคือยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดกระบี่ในลำดับที่ 2 และในขณะเดียวกันผลไม้ของจังหวัดกระบี่กลับมีแนวโน้มราคาและมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้น แต่พื้นที่เพาะปลูกยังน้อย (แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน 2561-2564,12)

อำเภอคลองท่อมเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดกระบี่ มีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเนินเขาเตี้ยและมีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีที่ราบสลับกับเนินเขารวมถึงทิศตะวันตกของอำเภอคลองท่อมติดกับทะเลอันดามัน จากสภาพพื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์เพียบพร้อมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทำให้ได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางด้านการผลิตเกษตรจากที่เป็นเกษตรกรรมเพื่อยังชีพพึ่งพาธรรมชาติคือการทำนาปลูกข้าว มาเป็นเกษตรกรรมเพื่อการค้าพึ่งพาเงินทุนและเทคโนโลยีคือการทำสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมัน เพื่อตอบสนองความต้องการจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ (แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน 2561-2564,13)

ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ เป็นชุมชนหนึ่งในตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เดิมเป็นชุมชนที่อยู่ในแขวงพรุดินนา ต่อมาได้เปลี่ยนการปกครองจากเดิม คือ ยุบแขวงแล้วเปลี่ยนหน่วยการปกครองเป็นหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด แขวงพรุดินนาเลยกลายเป็นตำบลพรุดินนา และชุมชนบ้านบางบอนเหนือจึงถูกจัดตั้งหมู่ที่ 1 ของตำบลพรุดินนา ปัจจุบันชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีการปลูกปาล์มน้ำมันมากที่สุด รองลงมา คือ ยางพารา ซึ่งก่อนหน้านี้ชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีการปลูกข้าวเพียงอย่างเดียว จะเห็นว่าน่าจะมีปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมจากนโยบายรัฐ การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากที่ดิน กล่าวคือ เปลี่ยนจากการทำนาข้าวมาปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางการผลิตพืชเชิงพาณิชย์ในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาวิถีชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

วิธีการศึกษา

บทความนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ ผ่านประวัติศาสตร์บอกเล่า (oral history) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview) กลุ่มเป้าหมายจำนวน 8 คน และพรรณนาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยขอบเขตการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตเวลา ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ตั้งแต่ พ.ศ.2500 จนถึงปัจจุบัน และขอบเขตพื้นที่ ผู้ศึกษากำหนดพื้นที่โดยศึกษาพื้นที่ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

ผลการศึกษา

ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เป็นชุมชนที่มีคลองบางบอนไหลผ่านจากหมู่ที่ 9 บ้านควนหวายแดง ผ่านหมู่ที่ 1 บ้านบางบอนเหนือ เข้าสู่อำเภอลำทับ บ้านบางบอนใต้ และไหลไปบรรจบกับคลองสินปุน จากทิศทางการไหลของน้ำตามที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าคลองบางบอนมีการไหลผ่านชุมชนบ้านบางบอนเหนือซึ่งทางภูมิศาสตร์คลองบางบอนได้ไหลผ่านชุมชนนี้ก่อนจึงได้ชื่อว่าชุมชนบ้านบางบอนเหนือ อีกตั้งคาดว่าในสมัยนั้น ที่ได้ชื่อว่าคลองบางบอนเนื่องจากมีต้นบอนปกคลุมอยู่ในคลองเป็นจำนวนมาก

ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ แบ่งตามความเปลี่ยนแปลงแต่ละยุคสมัย ดังนี้

1. การผลิตพืชพาณิชย์ในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

จากการสัมภาษณ์นายวิโรจน์ มากผล ซึ่งเป็นผู้อาวุโสในชุมชน พบว่าการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจด้านการผลิตพืชพาณิชย์ในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ สามารถสรุปได้

1.1 ยุคการทำนาข้าว (ก่อน พ.ศ. 2500)

ชุมชนบ้านบางบอนเหนือในยุคอดีตก่อนปี พ.ศ. 2500 มีการการทำนาปลูกข้าวอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งการทำนาปลูกข้าวในพื้นที่ชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีการลักษณะรูปแบบการทำนาที่แตกต่างกันออกไปโดย จากการศึกษาการผลิตพืชพาณิชย์การทำนาปลูกข้าวของชาวบ้านบางบอนเหนือ ในอดีตพบว่าจะมีลักษณะการทำนาปลูกข้าวได้ 3 รูปแบบ สรุปได้ ดังนี้

1) วิถีการทำนาปลูกข้าว “แบบนาดำ” โดยชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือจะมีขั้นตอนการเตรียมดินโดยใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ประกอบกันขึ้นเองในท้องถิ่น โดยการไถดะ ไถแปร และไถกลบ จากนั้นเตรียมเพาะต้นกล้าไว้ก่อน แล้วจึงย้ายต้นกล้าไปปักดำอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งการทำนาแบบนาดำส่วนใหญ่จะทำในพื้นที่ราบและอยู่ใกล้แหล่งน้ำส่วนใหญ่รูปแบบการทำนาดำนิยมปลูกข้าวจ้าว

2) วิถีการทำนาปลูกข้าว “แบบนาหว่าน” โดยชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือจะทำนาหว่านในลักษณะของพื้นที่ที่เป็นที่ดอน หรือมีพื้นที่น้ำท่วมขังในฤดูน้ำหลากหรือฤดูฝน ซึ่งการหว่านเมล็ดพันธุ์ข้าว จะมีรูปแบบหว่านที่แตกต่างกันออกไป เช่น การหว่านเมล็ดพันธุ์ข้าวในพื้นที่แห้งเพื่อรอคอยฝน เรียกว่า “หว่านแห้ง” และอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การหว่านในพื้นที่เปียกชุ่มน้ำหลังฝนตก เรียกว่า “หว่านเปียก” หรือ “หว่านเทือก”

3) วิถีการทำนาปลูกข้าว “แบบนาไร่” โดยพื้นที่ในชุมชนบ้านบางเหนือมีลักษณะทางภูมิประเทศที่มีเนินเขาเตี้ย หรือที่เรียกว่า “ควน” จึงส่งผลให้ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือในยุควิถีการทำนาปลูกข้าวบางครอบครัวยังใช้วิธีการหักร้างถางพงเพื่อจับจองพื้นที่เพาะปลูกข้าว โดยขั้นตอนการปลูกข้าวไร่ จะมีวิธีการหักร้างถางพงไปเรื่อย ๆ ของทุก ๆ ปีในช่วงฤดูแล้งและระหว่างการถางป่าจะมีการจุดไฟเผาป่า เมื่อไฟดับสนิทชาวบ้านก็จะนำไม้ไผ่มาปักดินให้มีลักษณะเป็นรูลึกประมาณ 2-3 นิ้ว จากนั้นหยอดเมล็ดพันธุ์ข้าวลงไปเพื่อรอฝน โดยวิธีการดังกล่าวชาวบ้านเรียกว่า “หน่ำข้าว” พันธุ์ข้าวที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ข้าวพื้นเมือง พันธุ์ข้าวเหนียวดำแม่รำพึง

คติพื้นบ้านเกี่ยวกับวิถีการทำนาปลูกข้าวของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ จำแนกได้ ดังนี้ (วิโรจน์ มากผล , สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2565)

1. คติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับวัสดุและอุปกรณ์ในการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับเรื่องเครื่องไถ แกะเก็บข้าว ลักษณะควายและวัวที่ใช้ไถนา เช่น พิธีกรรมเกี่ยวกับการตีเหล็ก ตีผานไถนา ต้องใช้ครูหมอเหล็กในการทำพิธีหรือตีเหล็ก ดังนั้นก่อนการทำนาชาวบ้านจะประกอบพิธีกรรมเพื่อเป็นสิริมงคล และบำรุงขวัญในการทำนาแต่ปัจจุบันไม่มีพิธีกรรมดังกล่าว

2. คติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับขั้นตอนการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีคติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับขั้นตอนการทำนา เกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมในการแรกไถ การแรกหว่าน การปักดำกล้า การหว่านข้าว การแรกเก็บข้าว และการเอาข้าวขึ้นยุ้ง ดังนั้นการในการทำนาข้าวชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือจะประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อที่ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษแต่ปัจจุบันไม่มีพิธีกรรมดังกล่าว

3. คติความเชื่อและพิธีกรรมหลังการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีคติความเชื่อและพิธีกรรมหลังการทำนาเกี่ยวกับ ความเชื่อเกี่ยวกับเจ้าที่นา การไหว้เจ้าที่วัวควาย การรวบขวัยข้าว การทำขวัญข้าว ความเชื่อเกี่ยวกับแม่โพสพ และความเชื่อเกี่ยวกับขวัญข้าว ดังนั้นหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวในแปลงนาแล้ว ชาวบ้านจะประกอบพิธีกรรมเพื่อเป็นขวัยและกำลังใจในการทำนาปีต่อไป แต่ปัจจุบันไม่มีพิธีกรรมดังกล่าว

1.2 ยุคการปลูกยางพารา (พ.ศ. 2510)

หลังจากปี พ.ศ. 2510 ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ได้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตด้านการเกษตรจากที่เป็นเกษตรกรรมเพื่อยังชีพพึ่งพาธรรมชาติคือการทำนาปลูกข้าว มาเป็นเกษตรกรรมเพื่อการค้าพึ่งพาเงินทุนและเทคโนโลยี คือ การทำสวนยางพารา ในช่วงเริ่มต้นการทำนาข้าวยังคงเป็นอาชีพหลัก แต่ด้วยพื้นที่ที่เป็นรกร้างที่ยังมีเหลืออยู่เป็นจำนวนมากประกอบกับชุมชนบ้านบางบอนเหนือเริ่มมีผู้คนจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ผู้คนจากจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง เริ่มเข้ามาในชุมชนและได้นำพืชเศรษฐกิจหลักชนิดอื่น ๆ เข้ามา คือ ยางพารา อีกทั้งยางพารายังมีปริมาณความต้องการจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ จึงส่งผลให้ผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือหันมาปลูกยางพารามากขึ้น จนก่อให้เกิดวิถีการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ

จากการศึกษาวิถีการทำสวนยางพาราในชุมชนบ้านบางเหนือ ด้านด้านนโยบายรัฐและการส่งเสริมการทำสวนยางพารา สรุปได้ ดังนี้

1) ปี พ.ศ. 2511 ชาวบ้านขึ้นสิทธิ์ที่ดินทำกินเนื่องจากรัฐให้การสนับสนุนในการปลูกยางพารามากขึ้น เนื่องจากยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ของประเทศ จึงส่งผลให้ผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือเริ่มหักร้างถางพงในบริเวณป่าที่มีลักษณะทรุดโทรม และบริเวณป่าสินปุน ร.12 ที่มีลักษณะทรุดโทรมมาจากการเกิดวาตภัยครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ. 25005 มากขึ้นเรื่อย ๆ และการขึ้นสิทธิ์ที่ดินทำกิน โดยในช่วงแรกเป็นการขึ้นสิทธิ์ที่ดินในลักษณะ ภ.ท.บ. 5 โดยครอบครองได้ไม่จำกัดจำนวนไร่ ต่อมาเปลี่ยนมาเป็นที่ดินในลักษณะ น.ส. 3 และ ส.ป.ก. 4-01

2) หลังปี พ.ศ. 2520 มีการปรับปรุงวิธีการเพาะปลูกยางพาราเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงความต้องการของตลาด โดยชาวบ้านหันมาปลูกยางด้วยต้นตอตาซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง โดยทางกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางสนับสนุนทุนในการสร้างสวนยางพารา โดยจะเป็นลักษณะทุนสนับสนุนตั้งแต่การเตรียมแปลงปลูก พันธุ์ยางพารา และค่าบำรุงดูแลรักษายางพารา

3) หลังปี พ.ศ. 2530 จนถึงปัจจุบัน กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางสนับสนุนให้ชาวบ้านบางบอนเหนือปลูกยางพาราแบบยางต้นติดตาพันธุ์ดีหรือยางชำถุง โดยจะเป็นลักษณะทุนสนับสนุนตั้งแต่การเตรียมแปลงปลูก การแนะนำพันธุ์ยางพารา และค่าบำรุงดูแลรักษายางพารา ทำให้ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2530 จนถึงปัจจุบัน ชาวบ้านในชุมชนบ้านบางบอนเหนือได้ซื้อยางพาราพันธุ์ดีจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น อำเภอนาบอน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4) ปี พ.ศ. 2552-2556 เกษตรกรชาวสวนหรือคนกรีดยางมีสวัสดิการสังคมคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบและอนุมัติในหลักการให้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์พัฒนายางพารา จากการศึกษาพบว่าชาวสวนยางพาราในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล โดยเฉลี่ยไร่ละ 2500 บาท

วิถีการทำสวนยางพารา ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ประกอบอาชีพการทำสวนยางพาราและได้มีการถ่ายทอดกลวิธีอย่างยาวนาน จึงถือว่ายางพาราเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้หลักอันดับต้น ๆ ของชุมชน จากการศึกษาการผลิตพืชพาณิชย์การทำสวนยางพาราของชาวบ้านบางบอนเหนือในอดีตจนถึงปัจจุบันพบว่าจะมีลักษณะการทำสวนยางพารา 2 รูปแบบ สรุปได้ดังนี้

1. การทำสวนยางพาราแบบปลูกด้วยเมล็ดและต้นตอตา เป็นรูปแบบการทำสวนยางพาราในช่วงแรก ๆของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ โดยวิธีการทำสวนยางพาราดังกล่าว จะมีวิธีการดังนี้ คือ การนำเมล็ดพันธุ์ยางพาราที่มีลักษณะสมบูรณ์ ซึ่งเป็นยางพาราพันธุ์พื้นเมือง จากนั้นนำเมล็ดไปฝังในแปลงที่เตรียมไว้ ต้องปลูกในลักษณะที่เป็นแถวยาวและมีระยะห่างที่พอเหมาะสม

การปลูกด้วยต้นตอตา คือ ต้นกล้ายางที่ได้รับการติดตาด้วยยางพันธุ์ดี แต่ตายังไม่แตกออกมามีแผ่นตาและตาที่เป็นตุ่มติดอยู่ จากนั้นขุดถอนแล้วตัดตัดต้นเดิมเหนือแผ่นตาขึ้นไปไม่น้อยกว่า 8 เซนติเมตร เพื่อนำไปปลูกในแปลงที่เตรียมไว้

2. การทำสวนยางพาราแบบต้นติดตาพันธุ์ดีหรือยางชำถุง เป็นรูปแบบการทำสวนยางพาราภายใต้การสนับสนุนของกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง โดยทางกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางได้ทำการแจกพันธุ์ยางชำถุง ต่อมาในยุคปัจจุบันผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือส่วนใหญ่ซื้อพันธุ์จากชำถุงจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอนาบอน อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาวิถีการทำสวนยางพาราในชุมชนบ้านบางเหนือ ด้านรูปแบบการทำสวนยางพารา สรุปได้ ดังนี้ (สุริยะ คงศิลป์, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2565)

1) การเตรียมดิน ประมาณปี พ.ศ. 2510 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ มีการเตรียมดินโดยใช้อุปกรณ์ในท้องถิ่น โดยการใช้จอบขุดดิน มีดพร้าถางป่า ขวานฟันต้นไม้และใช้แรงงานสัตว์ เช่น แรงงานช้างลากซุง หลังปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรมาไถดิน มาปรับหน้าดินเพื่อเตรียมดินในการปลูก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำสวนยางพาราจากที่เคยใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพึ่งพาเทคโนโลยีเครื่องจักรทุ่นแรงมากขึ้น

2) การเพาะปลูก ประมาณปี พ.ศ. 2510 – 2520 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือปลูกยางพาราโดยใช้เมล็ดฝังดินและพึ่งพาธรรมชาติ หลังปี พ.ศ. 2520 มีการปรับปรุงวิธีการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงความต้องการของตลาด โดยชาวบ้านหันมาปลูกยางด้วยต้นตอตาซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ต่อมาหลังปี พ.ศ. 2530 สร้างความเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง เนื่องจากชาวบ้านนิยมปลูกยางพาราแบบต้นติดตาหรือยางชำถุง เพราะเป็นพันธุ์ยางพาราที่ให้ปริมาณน้ำยางมากและมีความแข็งแรง อัตรารอดสูง

3) การบำรุงรักษา ประมาณปี พ.ศ. 2510 – 2520 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ไม่ค่อยให้ความสนใจและเอาใจใส่บำรุงรักษาสวนยางพาราค่อนข้างน้อย มีการปล่อยให้เติบโตตามธรรมชาติ ไม่มีการใช้ปุ๋ย ยากำจัดวัชพืชและศัตรูพืช เนื่องจากชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ในการดูแลสวนยางพารา จึงเกิดการลองผิดลองถูก หลังปี พ.ศ. 2520 ชาวสวนยางพาราเอาใจใส่มากขึ้น มีการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าวัชพืชรวมถึงยากำจัดศัตรูพืชอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำสวนยางพาราที่นำหลักวิชาการมาบำรุงรักษามากขึ้น จากการช่วยเหลือของกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

4) การเก็บผลผลิต ประมาณปี พ.ศ. 2510 – จนถึงปัจจุบัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ใช้แรงงานคนในการเก็บผลผลิตเรื่อยมา แต่ได้มีการปรับปรุงเครื่องมือในการเก็บให้มีคุณภาพมากขึ้นและสะดวกรวดเร็วขึ้น

จากการศึกษาวิถีการทำสวนยางพาราในชุมชนบ้านบางเหนือ ส่งผลต่อด้านวิถีวัฒนธรรมและความเชื่อในการทำสวนยางพาราสรุปได้ ดังนี้ (ชิต สิงห์ชู, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2565)

1) สังคมสัมพันธ์ประมาณปี พ.ศ. 2510 – 2520 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ทำสวนยางพาราแบบพึ่งพาธรรมชาติ ความสัมพันธ์ในครอบครัวและกับชุมชนมีมาก เพราะใช้แรงงานในครอบครัวและสร้างบ้านอยู่ละแวกเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องค่อนข้างน้อย หลังปี พ.ศ.

2520 จากการได้รับความช่วยเหลือจากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือเปลี่ยนมาเป็นสวนยางพาราเชิงเดี่ยว พึ่งพาเทคโนโลยีทางหลักวิชาการ มีการจ้างแรงงาน ความสัมพันธ์ในชุมชนมีน้อยลง แต่มีความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำสวนยางพาราด้านสังคมศาสตร์

2) วัฒนธรรมต่าง ๆ ประมาณปี พ.ศ. 2510 – 2520 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือที่ทำสวนยางพารายังคงมีความเชื่อเรื่องเจ้าที่ เจ้าป่า เจ้าเขา ดังเช่นกับกับการเชื่อเรื่องเจ้าที่นา เจ้าที่สวน และยังมีค่านิยมให้ลูกหลานทำสวนยางพาราสืบต่อไป หลังปี พ.ศ. 2520 ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีความเชื่อเรื่องเจ้าที่ เจ้าป่า เจ้าเขาลดลง และมีค่านิยมให้บุตรหลานมีการศึกษาสูงเพื่อประกอบอาชีพรับราชการ มีการจ้างแรงงาน ชอบความสะดวกสบายฟุ่มเฟือย เนื่องจากการปรับเปลี่ยนวิถีการทำสวนยางพาราแบบผสมผสานกับพืชอื่น เช่น กาแฟ มาเป็นสวนยางพาราเชิงเดี่ยวเพื่อการค้า

1.3 ยุคการปลูกปาล์มน้ำมัน (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน)

ปี พ.ศ. 2520 ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ได้ลดปริมาณการทำนาปลูกข้าวลงเนื่องจากผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือหันมาปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ คือ ยางพาราซึ่งความนิยมการปลูกยางพาราเริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ และผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือเริ่มให้ความสนใจในการปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น ๆ เพิ่มขึ้น คือ การปลูกปาล์มน้ำมัน แต่การปลูกปาล์มน้ำมันในช่วงแรกเป็นการลองผิดลองถูกด้วยวิธีการปลูกแบบฝังเมล็ดจึงส่งผลให้ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากเท่าที่ควร หลังปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบัน ประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนบ้านบางบอนเหนือประสบปัญหาวิกฤตราคายางพาราตกต่ำ จึงส่งผลให้ผู้คนในชุมชนเริ่มปลูกปาล์มน้ำมันมากขึ้น จนถือว่าปาล์มน้ำมันเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้หลักอันดับต้น ๆ ของชุมชนรองจากยางพารา จากการศึกษาการผลิตพืชพาณิชย์การทำสวนปาล์มน้ำมันของชาวบ้านบางบอนเหนือในอดีตจนถึงปัจจุบันพบว่าจะมีลักษณะการทำสวนปาล์มน้ำมัน 2 รูปแบบ สรุปได้ ดังนี้

1. การทำสวนสวนปาล์มน้ำมันแบบปลูกด้วยเมล็ด เป็นรูปแบบการทำสวนปาล์มน้ำมัน ในช่วงแรก ๆ ของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ โดยวิธีการทำสวนปาล์มน้ำมัน ดังกล่าว จะมีวิธีการดังนี้ คือ การนำเมล็ดพันธุ์ปาล์มน้ำมันที่มีลักษณะสมบูรณ์ จากนั้นนำเมล็ดไปฝังในแปลงที่เตรียมไว้ โดยปลูกในลักษณะที่เป็นแถวยาวและมีระยะห่างที่พอเหมาะสม

2. การทำสวนปาล์มน้ำมันแบบการปลูกด้วยต้นกล้าพันธุ์ปาล์ม เป็นรูปแบบการทำสวนปาล์มน้ำมันภายใต้การสนับสนุนของศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมันกระบี่ โดยทางศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมันกระบี่ ได้ทำการแจกพันธุ์ปาล์มน้ำมัน ต่อมาในยุคปัจจุบันผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือส่วนใหญ่ซื้อพันธุ์ปาล์มน้ำมันจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น อำเภออ่าวลึก อำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการศึกษาวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมันในชุมชนบ้านบางเหนือ ด้านปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรในชุมชนบ้านบางบอนเหนือทำสวนปาล์มน้ำมันสรุปได้ ดังนี้

1) เกษตรกรที่เคยทำสวนยางพาราแล้วเปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่เคยทำสวนยางพาราแล้วเปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมันมีมากที่สุด และส่วนใหญ่เคยทำสวนยางพารามาก่อนแล้ว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมันพบว่า ราคาผลผลิตปาล์มน้ำมันค่อนข้างสูง บำรุงดูแลรักษาดูแลง่าย ปาล์มน้ำมันมีความแข็งแรงทนต่อศัตรูพืช และรัฐให้ความสนับสนุนในการปลูกปาล์มน้ำมัน

2) เกษตรที่ทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่ทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมันมีมากเป็นลำดับที่สอง พบว่าปัจจัยที่ส่งผลในการทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมัน คือ ปลูกยางพาราอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับราคาปาล์มน้ำมันสูงขึ้นจึงปลูกปาล์มน้ำมันควบคู่กับยางพารา

3) เกษตรกรที่ทำสวนปาล์มอย่างเดียว ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่ทำสวนปาล์มน้ำมันอย่างเดียวมีค่อนข้างน้อย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ทำสวนปาล์มอย่างเดียว คือ เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่และมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันโดยตรง ประกอบกับการทำสวนยางพาราค่อนข้างยุ่งยากและราคายางพาราในยุคปัจจุบันค่อนข้างต่ำ

จากการศึกษาวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมันในชุมชนบ้านบางเหนือ ด้านวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมัน สรุปได้ ดังนี้

1) การเตรียมดิน ประมาณปี พ.ศ. 2520 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ มีการเตรียมดินโดยใช้อุปกรณ์ในท้องถิ่น โดยการใช้จอบขุดดิน มีดพร้าถางป่า ขวานฟันต้นไม้ หลังปี พ.ศ. 2540 มีการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรมาไถดินเพื่อเตรียมดินในการปลูก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมันจากที่เคยใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพึ่งพาเทคโนโลยีเครื่องจักรทุ่นแรงมากขึ้น

2) การเพาะปลูก ประมาณปี พ.ศ. 2520 – 2530 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ปลูกปาล์มน้ำมันโดยใช้เมล็ดฝังดินและพึ่งพาธรรมชาติ หลังปี พ.ศ. 2530 จนถึงปัจจุบัน มีการปรับปรุงวิธีการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงความต้องการของตลาด โดยชาวบ้านหันมาปลูกปาล์มน้ำมันด้วยต้นกล้าพันธุ์ปาล์มซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากทางศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมันกระบี่

3) การบำรุงรักษา ประมาณปี พ.ศ. 2520 – 2530 ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ไม่ค่อยให้ความสนใจและเอาใจใส่บำรุงรักษาสวนปาล์มน้ำมันค่อนข้างน้อย มีการปล่อยให้เติบโตตามธรรมชาติ ไม่มีการใช้ปุ๋ย ยากำจัดวัชพืชและศัตรูพืช เนื่องจากชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ในการดูแลสวนปาล์มน้ำมันจึงเกิดการลองผิดลองถูก หลังปี พ.ศ. 2530 ชาวสวนปาล์มน้ำมันเอาใจใส่มากขึ้น มีการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าวัชพืชรวมถึงยากำจัดศัตรูพืชอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมันที่นำหลักวิชาการมาบำรุงรักษามากขึ้น จากการช่วยเหลือของทางศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมันกระบี่

4) การเก็บผลผลิต ประมาณปี พ.ศ. 2520 – จนถึงปัจจุบัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ใช้แรงงานคนในการเก็บผลผลิตเรื่อยมา แต่ได้มีการปรับปรุงเครื่องมือในการเก็บให้มีคุณภาพมากขึ้นและสะดวกรวดเร็วขึ้น

จากการศึกษาวิถีการทำสวนปาล์มน้ำมันในชุมชนบ้านบางเหนือ ด้านเกษตรกรชาวสวนปาล์มน้ำมัน สรุปได้ ดังนี้ (คลิ้ง อินทเสโนและประนอม แก้วเจือ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2565)

1) เกษตรกรที่เคยทำสวนยางพาราแล้วเปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่เคยทำสวนยางพาราแล้วเปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมันมีมากที่สุด และส่วนใหญ่เคยทำสวนยางพารามาก่อนแล้ว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เปลี่ยนมาปลูกปาล์มน้ำมันพบว่า ราคาผลผลิตปาล์มน้ำมันค่อนข้างสูง บำรุงดูแลรักษาดูแลง่าย ปาล์มน้ำมันมีความแข็งแรงทนต่อศัตรูพืช และรัฐให้ความสนับสนุนในการปลูกปาล์มน้ำมัน

2) เกษตรที่ทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมัน ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่ทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมันมีมากเป็นลำดับที่สอง พบว่าปัจจัยที่ส่งผลในการทำสวนยางพาราควบคู่กับการทำสวนปาล์มน้ำมัน คือ ปลูกยางพาราอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับราคาปาล์มน้ำมันสูงขึ้นจึงปลูกปาล์มน้ำมันควบคู่กับยางพารา

3) เกษตรกรที่ทำสวนปาล์มอย่างเดียว ปรากฏว่าชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ที่ทำสวนปาล์มน้ำมันอย่างเดียวมีค่อนข้างน้อย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ทำสวนปาล์มอย่างเดียว คือ เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่และมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันโดยตรง ประกอบกับการทำสวนยางพาราค่อนข้างยุ่งยากและราคายางพาราในยุคปัจจุบันค่อนข้างต่ำ

2. วิถีชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

จากการสัมภาษณ์นายวิโรจน์ มากผล นายไพโรจน์ นพรัตน์ และนายสมศักดิ์ ภักดีชน ได้ให้ภาพวิถีชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ในอดีต ถึงปัจจุบัน ดังนี้

2.1 อาชีพการทำนา

ชุมชนบ้านบางบอนเหนือในยุคอดีตก่อนปี พ.ศ. 2500 มีการการทำนาปลูกข้าวอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งการทำนาปลูกข้าวในพื้นที่ชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีการลักษณะรูปแบบการทำนาที่แตกต่างกันออกไปโดยจากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงวิถีการทำนาของชาวบ้านบางบอนเหนือในอดีตพบว่าจะมีลักษณะการทำนาปลูกข้าวได้ 3 รูปแบบ คือ การทำนาดำ การทำนาหว่าน และการทำนาไร่ ซึ่งลักษณะการทำนาปลูกข้าวดังกล่าว จะเป็นรูปแบบการทำนาเพื่อให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของภูมิประเทศของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ

จากการทำนาปลูกข้าวก่อให้เกิดด้านคติความเชื่อพื้นบ้านเกี่ยวกับวิถีการทำนาปลูกข้าวของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ คือ (1) คติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับวัสดุและอุปกรณ์ในการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ มีความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับเรื่องเครื่องไถ แกะเก็บข้าว ลักษณะควายและวัวที่ใช้ไถนา เช่น พิธีกรรมเกี่ยวกับการตีเหล็ก ตีผานไถนา ต้องใช้ครูหมอเหล็กในการทำพิธีหรือตีเหล็ก ดังนั้นก่อนการทำนาชาวบ้านจะประกอบพิธีกรรมเพื่อเป็นสิริมงคล (2) คติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับขั้นตอนการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีคติความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับขั้นตอนการทำนา เกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมในการแรกไถ การแรกหว่าน การปักดำกล้า การหว่านข้าว การแรกเก็บข้าว และการเอาข้าวขึ้นยุ้ง (3) คติความเชื่อและพิธีกรรมหลังการทำนา ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือมีคติความเชื่อและพิธีกรรมหลังการทำนาเกี่ยวกับ ความเชื่อเกี่ยวกับเจ้าที่นา การไหว้เจ้าที่วัวควาย การรวบขวัญข้าว การทำขวัญข้าว ความเชื่อเกี่ยวกับแม่โพสพ และความเชื่อเกี่ยวกับขวัญข้าว ดังนั้นหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวในแปลงนาแล้วชาวบ้านจะประกอบพิธีกรรมเพื่อเป็นขวัยและกำลังใจในการทำนาปีต่อไป แต่ปัจจุบันไม่มีพิธีกรรมดังกล่าว เนื่องจากชุมชนบ้านบางบอนเหนือไม่มีการทำนาปลูกข้าว

2.2 อาชีพปลูกยางพารา

หลังจากปี พ.ศ. 2510 ชาวบ้านชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ได้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตด้านการเกษตรจากที่เป็นเกษตรกรรมเพื่อยังชีพพึ่งพาธรรมชาติคือการทำนาปลูกข้าว มาเป็นเกษตรกรรมเพื่อการค้าพึ่งพาเงินทุนและเทคโนโลยี คือ การทำสวนยางพารา ในช่วงเริ่มต้นการทำนาข้าวยังคงเป็นอาชีพหลักแต่ด้วยพื้นที่ที่เป็นรกร้างที่ยังมีเหลืออยู่เป็นจำนวนมากประกอบกับชุมชนบ้านบางบอนเหนือเริ่มมีผู้คนจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ผู้คนจากจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง เริ่มเข้ามาในชุมชนและได้นำพืชเศรษฐกิจหลักชนิดอื่น ๆ เข้ามา คือ ยางพารา อีกทั้งยางพารายังมีปริมาณความต้องการจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ จึงส่งผลให้ผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือหันมาปลูกยางพารามากขึ้น จนก่อให้เกิดวิถีการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ

โดยในช่วงแรก ๆ ของการทำสวนยางพาราของชุมชนบ้านบางบอนเหนือส่วนใหญ่ทำควบคู่กับการทำนาปลูกข้าว เพราะผู้คนในชุมชนยังมีองค์ความรู้ไม่มากพอ จึงส่งผลให้ผลผลิตยางพาราในช่วงแรกมีปริมาณค่อนข้างน้อย แต่พอมาในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2558 ชุมชนบ้านบางบอนเหนือนิยมปลูกยางพารามากขึ้นจนกลายเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของชุมชน จึงสร้างปรากฏการณ์ที่ผู้คนภายนอกชุมชน เช่น ผู้คนจากภาคอีสาน ชาวต่างชาติ เช่น เมียนมาร์ ลาว หลั่งไหลเข้ามาเป็นแรงงาน และเข้ามาจับจองพื้นที่ทำกิน ซึ่งในยุคนี้ การแปรรูปผลผลิตยางพารา ยังเป็นกระบวนการแปรรูปยางพาราแผ่นดิบ ส่งผลให้ชุมชนเกิดตลาดการรับซื้อยางพาราขนาดเล็ก ๆ และร้านอุปกรณ์ทำสวนยางพาราที่รับซื้ออุปกรณ์จากจังหวัดใกล้เคียงมาขาย เช่น การรับจอกยาง

หรือถ้วยรองน้ำยาง และจักรรีดยาด จากตลาดจันดี อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เข้ามาขายในชุมชน จึงส่งผลให้เศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2530-2558 ของชุมชนบ้านบางบอนเหนือเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ

หลังปี พ.ศ. 2558 เกิดปรากฏการณ์ราคายางพาราแผ่นดิบตกต่ำ ส่งผลกระทบให้ผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือ หันไปปลูกพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ นั้นคือ ปาล์มน้ำมัน จึงทำให้พื้นที่ปลูกยางพาราของชุมชนลดลงไป ส่งผลให้แรงงานจากภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยกลับภูมิลำเนาเดิม เนื่องจากราคายางพาราตกต่ำและผู้คน

ในชุมชนหันมาปลูกพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ ส่วนชาวสวนยางพาราในชุมชนบ้านบางบอนเหนือในปัจจุบันเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการแปรรูปจากเดิมที่ทำยางแผ่นดิบมาเป็นรูปแบบการขายน้ำยางสด เนื่องจากน้ำยางสดเป็นที่ต้องการของตลาด และการทำยางแผ่นดิบต้องใช้เวลามาก จึงค่อนข้างเสียเวลา ส่งผลให้ร้านรับซื้อยางแผ่นดิบในชุมชนต้องเปลี่ยนเป็นร้านรับซื้อน้ำยางสดแทน

2.3 อาชีพปลูกปาล์มน้ำมัน

หลังปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบัน ผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือนิยมปลูกปาล์มน้ำมันมากขึ้น เนื่องจากราคาของยางพาราตกต่ำ ประกอบกับปาล์มน้ำมันกลายเป็นที่ต้องการของตลาดและจังหวัดกระบี่ยังเป็นจังหวัดที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ดังนั้น ส่งผลให้ผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากการทำสวนยางอย่างเห็นได้ชัดเจน เช่น ในยุคการทำสวนยางพารา ผู้คนในชุมชนนอนเร็วเพราะต้องใช้เวลาในการกรีดยาง แต่พอเปลี่ยนมาทำสวนปาล์มน้ำมันผู้คนในชุมชนนอนดึกขึ้น มีเวลามากขึ้น เพราะมีเวลาว่างมากขึ้น เนื่องจากการเก็บผลผลิตปาล์มน้ำมันจะเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาระยะประมาณ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง ส่งผลให้ผู้คนในชุมชนมีระยะเวลาในการทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น มีปฏิสัมพันธ์มากขึ้นกว่ายุคการทำสวนยางพารา เพราะผู้คนในชุมชนยังเป็นผู้รับเหมาเก็บผลผลิตให้กับเจ้าของสวนปาล์มน้ำมัน ส่วนการรับซื้อสินค้าผลผลิตปาล์มน้ำมันผู้คนในชุมชนเปิดกิจการรับซื้อผลผลิตภัณฑ์ปาล์มน้ำมัน จึงก่อให้เกิดเอกลักษณ์ในลักษณะญาติเจ้าของสวนปาล์มน้ำมันขายผลผลิตให้กับญาติที่เปิดกิจการรับซื้อปาล์มน้ำมัน

ปัจจุบันผู้คนในชุมชนบ้านบางบอนเหนือยังคงมีแนวโน้มปลูกปาล์มน้ำมันมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากราคาปาล์มน้ำมันยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับการดูแลบำรุงรักษาง่ายกว่าการทำสวนยางพารา ระยะเวลาให้ผลผลิตค่อนข้างเร็วกว่ายางพารา

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ยุค คือ 1) ยุคการทำนาข้าว พบว่าจะมีลักษณะการทำนาข้าวได้ 3 รูปแบบ คือ การทำนาดำ การทำนาหว่าน และการทำนาไร่ 2) ยุคการปลูกยางพารา พบว่าเป็นช่วงเวลาที่ผู้คนในชุมชนนำนโยบายภาครัฐเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการปลูกพืชพาณิชย์และเป็นยุคที่เน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว 3) ยุคการปลูกปาล์มน้ำมัน พบว่าผู้คนในชุมชนหันมาปลูกปาล์มน้ำมันเยอะขึ้นหลังช่วง พ.ศ.2558 เหตุผลมาจากราคายางพาราตกต่ำ จากการศึกษาวิถีชุมชนบ้านบางบอนเหนือ พบว่าในแต่ละยุคผู้คนในชุมชนมีการปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม โดยการปรับตัวนั้นแปรเปลี่ยนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ค่านิยมในการประกอบอาชีพ ค่านิยมด้านการศึกษา และการเข้ามาของคนต่างถิ่น

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นงานศึกษาโดยใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ ร่วมกับการศึกษาแบบประวัติศาสตร์บอกเล่า (Oral History) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อได้ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบผ่านกรอบแนวคิดการศึกษาทางประวัติศาสตร์ งานวิจัย

นี้นับเป็นการศึกษาเพื่อได้ข้อมูลเชิงพื้นที่ ผ่านความทรงจำของผู้คนในพื้นที่ที่ยึดโยงตนเองร่วมกับบริบททางประวัติศาสตร์ อันก่อให้เกิดความรักหวงแหนและความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นที่ยังคงมีหมุดหมายอันโลดแล่นอยู่ในวิถีปัจจุบัน และสามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับผู้สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชน ชุมชนบ้านบางบอนเหนือ ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับการค้นคว้า การทำรายงาน หรือการวิจัย สำหรับเยาวชนในพื้นที่ นักเรียน นักศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น และผู้สนใจทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติ ตันไทย. (2552). **หนึ่งศตวรรษเศรษฐกิจของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ. (2536). **แลใต้สี่ทศวรรษ : การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและพัฒนาการทางการเมือง (ในช่วงเวลา 2490-2536)**. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการประจำปี 2536 ปัญหา ท้าทายของสังคมไทย : ใครจะได้อะไร อย่างไร.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ชานิกรประดิษฐ์. (2540). **เศรษฐกิจหมู่บ้านภาคใต้ฝั่งตะวันออกในอดีต.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ชลิตา บัณฑุวงศ์ และอนุสรณ์ อุณโณ. (2546). **พลวัตเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคใต้ตอนบนฝั่งตะวันออก : กรณีศึกษา 4 พื้นที่.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สงบ ส่งเมือง. (2546). **เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคใต้ในรอบห้าทศวรรษที่ผ่านมา.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิถีทรรศน์.

กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้ฝั่งอันดามัน. **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (กระบี่ ตรัง พังงา ภูเก็ต ระนอง สตูล) พ.ศ.2561-2564.** สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก https://www2.trang.psu.ac.th/planform.

สำนักงานเกษตรจังหวัดกระบี่. **องค์ความรู้การพัฒนาปาล์มน้ำมันเพื่อเป็น Oil Palm City.** สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก http://www.krabi.doae.go.th

สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (OSM Andaman). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (กระบี่ ตรัง พังงา ภูเก็ต ระนอง สตูล) พ.ศ.2557-2560.** สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก http://www.osmsouth-w.moi.go.th/file-data/

FOREST@v2. **นโยบายยางพาราของรัฐไทย ระหว่าง พ.ศ. 2504-2524**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก https://madlab.cpe.ku.ac.th/TR2/?itemID=461785.

Rubber Intelligence Unit. **ข้อมูลผลิตภัณฑ์และการใช้ประโยชน์จากยางพารา.** สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก http://rubber.oie.go.th/Default.aspx

MGR ONLINE.**ปาล์มน้ำมัน : พืชเศรษฐกิจ...ที่น่าจับตามอง.** สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565 จาก https://mgronline.com/business/detail/

บุคลานุกรม

นายคลิ้ง อินทเสโน อายุ 87 ปี. บ้านเลขที่ 129/3 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2565

นายชิต สิงห์ชู. อายุ 70 ปี. บ้านเลขที่ 91/2 หมู่ที่ 2 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2565

นางนัยนา ภักดีชน. อายุ 46 ปี. บ้านเลขที่ 95/13 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 256

นางประนอม แก้วเจือ. อายุ 76 ปี. บ้านเลขที่ 129/3 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2565

นายไพโรจน์ นพรัตน์. อายุ 77 ปี. บ้านเลขที่ 95/5 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

นายวิโรจน์ มากผล. อายุ 73 ปี. บ้านเลขที่ 142 หมู่ที่ 9 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

นายสมศักดิ์ ภักดีชน. อายุ 46 ปี. บ้านเลขที่ 95/13 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2565

นายสุริยะ คงศิลป์. อายุ. 64 ปี. บ้านเลขที่ 129 หมู่ที่ 1 ตำบลพรุดินนา อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2565

ส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The affecting maketing mix decision to choose a Grilt-Shabu restaurant customer in Hatyai district Songkhla province

วริษา ศรีอ่อน[1] กนกพรรณ คงทน*[2] รัชดาภรณ์ ลู่ต่าม[3] และห้าวหาญ ทวีเส้ง[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย ผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 84.80 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 95.30 โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.50 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.50 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ปัจจัยเหล่านี้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ส่วนประสมทางการตลาด ผู้ใช้บริการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

[1-3] นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์ ดร.,คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail:6311110173@email.psu.ac.th

Abstract

This research aims to study: 1) Behavior of choosing to use grilled-shabu restaurant service in Hat Yai District, Songkhla Province. 2) The marketing mix factors affecting the decision to use grill-shabu restaurants of service users in the area of Hat Yai District, Songkhla Province is a quantitative research by collecting data from a sample consisting of people who used to use grill-shabu restaurants in Hat Yai District, Songkhla Province. The number of samples was calculated from 400 samples. The research tools were A specific data collection questionnaire collected data and analyzed statistical data such as frequency, percentage, mean, standard deviation.

The study found that Grill-shabu restaurant users in Hat Yai District, Songkhla Province, mostly female, representing 84.80 percent, aged between 21-30 years, representing 95.30 percent. Most of them are undergraduate students. Representing 88.50 percent having a monthly income of less than 15,000 baht, representing 82.50 percent of the marketing mix factors for the decision to use grill-shabu restaurants that the service users give the most importance to is the product followed by personnel and price. The marketing mix that users give the least attention to is process. These factors are important in the development of the grill-shabu restaurant business to be able to continue the business sustainably.

Keywords: Grilled-Shabu Restaurant Marketing mix customer decision making

บทนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกยุคสมัยมีความต้องการในปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ซึ่งอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานแรกที่มีความสำคัญ เป็นความต้องการของมนุษย์ขั้นแรก นั่นคือ การบริโภคอาหารเพื่อการดำรงอยู่ของชีวิต นอกเหนือจากการดื่มน้ำแล้ว อาหารนับว่าเป็นปัจจัยหลักที่มีความจำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต เพราะการรับประทานอาหารที่ถูกต้องเหมาะสมตามหลักโภชนาการ หรือการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่นั้น เป็นการช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต ช่วยซ่อมแซมร่างกายส่วนที่สึกหรอ ช่วยให้ร่างกายมีพลังที่จะสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆได้ อาหารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนในการดำรงชีวิต (เกษมณี เพิ่มประสิทธิ์ . 2553) ซึ่งอาหารก็มีหลากหลายประเภททั้งอาหารปิ้ง ย่าง ผัด ทอด ต้ม แต่ถ้าหากจะกล่าวถึงอาหารที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในสมัยนี้ก็ต้องเป็นอาหารปิ้งย่าง-ชาบูและที่สำคัญคือสามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย

ปัจจุบันมีธุรกิจหลายประเภทเกิดขึ้นในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเพื่อรองรับกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีอัตราเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะธุรกิจประเภทอาหารที่มีให้เลือกหลายประเภทและหนึ่งในประเภทของธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันก็คือ ธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูที่ได้รับวัฒนธรรมจากประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีเข้ามาในประเทศไทยทำให้เกิดเป็นธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูมากขึ้น อย่างที่เราเห็นทั่วไปมีหลายร้าน ทั้งแบบสั่งทานและแบบบุฟเฟต์ รับประทานได้ทุกเพศ ทุกวัย เรียกว่าถูกใจทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และทุกคนในครอบครัว (บริษัท เดชอุดม ชาร์ โคล จำกัด, 2013) เรียกได้ว่า

เกิดขึ้นในแทบจะทุกพื้นที่เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่งผลให้วงการธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู เกิดการตื่นตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมและความนิยมการรับประทานอาหารของคนไทยที่เปลี่ยนไปเช่นเดียวกัน จากเดิมมีความนิยมในการรับประทานอาหารตามสั่ง ก็เริ่มให้ความสนใจในการเข้าไปใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ที่มีอาหารที่หลากหลาย การตกแต่งร้านแบบทันสมัย หรือร้านที่มีบรรยากาศสวยงามด้วยเหตุนี้ประกอบกับการที่อัตราแนวโน้มผู้ที่รับประทานอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีอัตราเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ในอัตราที่สูงขึ้นเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถทำได้ง่าย แต่จากการศึกษากลับพบว่า ร้านที่เปิดกิจการใหม่มักประสบปัญหาด้านการคงอยู่ของกิจการ ในขณะเดียวกันร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู บางร้านยังสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน ดังนั้นเมื่อมีการแข่งขันในตลาดของร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคือ การปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเองอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากแต่ละร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ที่เกิดขึ้นต่างก็มีจุดเด่นจุดขายหรือเอกลักษณ์ของร้านที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งก็ยิ่งเปรียบเสมือนเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคให้มีโอกาสในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ในรูปแบบที่ต้องการได้มากขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งส่วนใหญ่ร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ในปัจจุบันจะเปิดให้บริการในพื้นที่เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการของกลุ่มลูกค้าตามวิถีการดำเนินชีวิตที่มีความแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบาย (สรศักดิ์ พิลาเกิด, แก้วตา ผิวพรรณ และวศิน พรหมพิทักษ์กุล. 2564)

จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู มีอัตราการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นแต่ก็ประสบปัญหาด้านการคงอยู่ของธุรกิจ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจและต้องการหาคำตอบในประเด็นส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจที่สามารถคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและพร้อมปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษา ดังนี้

1.ประชากรที่เคยใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้ทำการใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977) โดยใช้เฉพาะเจาะจงกับผู้ที่เคยใช้

บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ความเชื่อมั่นระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

2.การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยการเฉพาะเจาะจงผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยการจัดทำแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์กูเกิลฟอร์มกับกลุ่มตัวอย่างด้วยความสมัครใจ จนได้จำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียง และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์จนแน่ใจ ครบตามจำนวนที่ต้องการ

3.เครื่องมือวิจัย คือแบบสอบถามแบบมีตัวเลือก ซึ่งมีทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่ สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จนได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

4.การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้การหาค่าความถี่และร้อยละ และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ 1.ปัจจัยส่วนบุคคล 2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ	**n=400**	**100.00**
ชาย	61	15.30
หญิง	339	84.80
2. อายุ	**n=400**	**100.00**
น้อยกว่า 20 ปี	9	2.30
21-30 ปี	381	95.30
31-40 ปี	5	1.30
41-50 ปี	0	0.00
50 ปีขึ้นไป	5	1.30

3. อาชีพ	n=400	100.00
นักเรียน/นักศึกษา	364	91.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	2.50
พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป	17	4.30
ธุรกิจส่วนตัว	9	2.30
อื่น ๆ	0	0.00
4. ระดับการศึกษา	**n=400**	**100.00**
ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	9.30
ปริญญาตรี	354	88.50
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.30
5. รายได้ต่อเดือน	**n=400**	**100.00**
น้อยกว่า 15,000 บาท	330	82.50
15,001-25,000 บาท	55	13.80
25,001-50,000 บาท	9	2.30
50,000 บาทขึ้นไป	6	1.50

ตารางที่ 1.1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84.80 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 15.30 มีอายุในช่วง 21-30 ปี เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 95.30 รองลงมามีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.50 ส่วนมากผู้ใช้บริการประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.50

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา n=400

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู	Mean	S.D.	ระดับความต้องการ
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	**4.68**	**0.48**	**มากที่สุด**
1.1 อาหารมีความสดสะอาด และถูกสุขอนามัย	4.64	0.59	มากที่สุด
1.2 อาหารมีรสชาติที่ดี	4.63	0.56	มากที่สุด
1.3 มีน้ำจิ้มให้เลือกหลากหลาย	4.46	0.66	มากที่สุด

1.4 อาหารมีหลายประเภทให้ได้เลือกทาน	4.66	0.57	มากที่สุด
1.5 อาหารมีปริมาณที่เพียงพอกับการให้บริการลูกค้า	4.71	0.53	มากที่สุด
2.ด้านราคา (Price)	**4.50**	**0.59**	**มากที่สุด**
2.1 มีป้ายราคาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	4.55	0.66	มากที่สุด
2.2 มีหลายราคาให้เลือกรับบริการ	4.33	0.75	มากที่สุด
2.3 ราคาสุทธิรวมทุกอย่างแล้ว	4.53	0.67	มากที่สุด
2.4 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ	4.60	0.60	มากที่สุด
2.5 ราคาย่อมเยาว์เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	4.46	0.69	มากที่สุด
3.ด้านสถานที่ (Place)	**4.42**	**0.60**	**มากที่สุด**
3.1 ทำเลที่ตั้งสะดวกสบายและง่ายต่อการเดินทาง	4.43	0.70	มากที่สุด
3.2 มีป้ายบ่งบอกแบ่งแยกจุดการให้บริการชัดเจน	4.48	0.69	มากที่สุด
3.3 มีการจัดเตรียมที่นั่งไว้บริการอย่างเพียงพอ	4.58	0.62	มากที่สุด
3.4 มีที่จอดรถสำหรับรองรับผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ	4.41	0.82	มากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	**4.39**	**0.59**	**มากที่สุด**
4.1 มีการโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram	4.41	0.72	มากที่สุด
4.2 มีการจัดโปรโมชั่นในวันสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์	4.42	0.70	มากที่สุด
4.3 มีโปรโมชั่นส่วนลดในเดือนเกิด	4.41	0.75	มากที่สุด
4.4 มีโปรโมชั่นยิ่งมาจำนวนมากก็ยิ่งคุ้มค่า เช่น มา 4 จ่าย 3	4.38	0.72	มากที่สุด
5.ด้านบุคลากร (People)	**4.58**	**0.53**	**มากที่สุด**
5.1 พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.58	0.62	มากที่สุด
5.2 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	4.63	0.57	มากที่สุด
5.3 พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ	4.70	0.56	มากที่สุด
5.4 พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ	4.46	0.67	มากที่สุด
5.5 มีพนักงานเพียงพอสำหรับดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง	4.58	0.62	มากที่สุด
6.ด้านกระบวนการ (Process)	**4.37**	**0.68**	**มากที่สุด**
6.1 มีการบริการให้จองโต๊ะและเลือกที่นั่ง	4.45	0.66	มากที่สุด
6.2 ไม่จำกัดเวลาในการใช้บริการ	4.49	0.66	มากที่สุด
6.3 มีบริการเติมเครื่องดื่ม น้ำแข็ง น้ำจิ้ม และ น้ำซุป	4.50	0.71	มากที่สุด
6.4 บริการเสิร์ฟอาหารที่โต๊ะโดยไม่ต้องบริการตัวเอง	4.29	0.89	มากที่สุด
7.ด้านสภาพแวดล้อม (Physical Environment)	**4.59**	**0.50**	**มากที่สุด**
7.1 ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน	4.48	0.65	มากที่สุด
7.2 มีการตกแต่งภูมิทัศน์ของร้านให้ดึงดูดใจ	4.37	0.71	มากที่สุด
7.3 มีการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงเพลง	4.32	0.78	มากที่สุด

7.4 มีพื้นที่สำหรับจอดรถให้บริการ	4.55	0.62	มากที่สุด
7.5 มีห้องน้ำให้บริการเพียงพอและสะอาด	4.70	0.54	มากที่สุด
รวม	**4.67**	**0.50**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (Mean=4.67, S.D.=0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

1.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ให้ความสำคัญกับ 1.5 อาหารมีปริมาณที่เพียงพอกับการให้บริการลูกค้า (Mean=4.71, S.D.=0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 1.4 อาหารมีหลายประเภทให้ได้เลือกทาน (Mean=4.66, S.D.=0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด 1.1 อาหารมีความสดสะอาดและถูกสุขอนามัย (Mean=4.64, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด 1.2 อาหารมีรสชาติที่ดี (Mean=4.63, S.D.=0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 1.3 มีน้ำจิ้มให้เลือกหลากหลาย (Mean=4.46, S.D=0.66) อยู่ในระดับมากที่สุด

2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ให้ความสำคัญกับ 2.4 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ (Mean=4.60, S.D.=0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 2.1 มีป้ายราคาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน(Mean=4.55, S.D.=0.66) อยู่ในระดับมากที่สุด 2.3 ราคาสุทธิรวมทุกอย่างแล้ว (Mean=4.53, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมากที่สุด 2.5 ราคาย่อมเยาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (Mean=4.46, S.D.=0.69) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 2.2 มีหลายราคาให้เลือกรับบริการ (Mean=4.33, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมากที่สุด

3.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) ให้ความสำคัญกับ 3.3 มีการจัดเตรียมที่นั่งไว้บริการอย่างเพียงพอ (Mean=4.58, S.D.=0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 3.2 มีป้ายบ่งบอกแบ่งแยกจุดการให้บริการชัดเจน (Mean=4.48, S.D.=0.69) อยู่ในระดับมากที่สุด 3.1 ทำเลที่ตั้งสะดวกสบายและง่ายต่อการเดินทาง (Mean=4.43, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 3.4 มีที่จอดรถสำหรับรองรับผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ (Mean=4.41, S.D.=0.82) อยู่ในระดับมากที่สุด

4.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้ความสำคัญกับ 4.2 มีการจัดโปรโมชั่นในวันสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ (Mean=4.42, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 4.3 มีโปรโมชั่นส่วนลดในเดือนเกิด (Mean=4.41, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมากที่สุด 4.1 มีการโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram (Mean=4.41 ,S.D.=0.72) อยู่ในระดับมากที่สุด และ4.4 มีโปรโมชั่นยิ่งมาจำนวนมากก็ยิ่งคุ้มค่า เช่น มา 4 จ่าย 3 (Mean=4.38, S.D.=0.72) อยู่ในระดับมากที่สุด

5.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร (People) ให้ความสำคัญกับ 5.3 พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ (Mean=4.70, S.D.=0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 5.2 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส (Mean=4.63, S.D.=0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด 5.1 พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (Mean=4.58,

S.D.=0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด 5.5 มีพนักงานเพียงพอสำหรับดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง (Mean=4.58, S.D.=0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 5.4 พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มทุกครั้งก่อนเข้าใช้บริการ (Mean=4.46, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมากที่สุด

6.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (Process) ให้ความสำคัญกับ 6.3 มีบริการเติมเครื่องดื่ม น้ำแข็ง น้ำจิ้ม และ น้ำซุป (Mean=4.50, S.D.=0.71) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 6.2 ไม่จำกัดเวลาในการใช้บริการ (Mean=4.49, S.D.=0.66) อยู่ในระดับมากที่สุด 6.1 มีการบริการให้จองโต๊ะและเลือกที่นั่ง (Mean=4.45, S.D.=0.66) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 6.4 บริการเสิร์ฟอาหารที่โต๊ะโดยไม่ต้องบริการตัวเอง (Mean=4.29, S.D.=0.89) อยู่ในระดับมากที่สุด

7.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อม (Physical Environment) ให้ความสำคัญกับ 7.5 มีห้องน้ำให้บริการเพียงพอและสะอาด (Mean=4.70, S.D.=0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 7.4 มีพื้นที่สำหรับจอดรถให้บริการ (Mean=4.55, S.D.=0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด 7.1 ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน (Mean=4.48, S.D.=0.65) อยู่ในระดับมากที่สุด 7.2 มีการตกแต่งภูมิทัศน์ของร้านให้ดึงดูดใจ (Mean=4.37, S.D.=0.71) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 7.3 มีการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงเพลง (Mean=4.32, S.D.=0.78) อยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (Mean=4.67, S.D.=0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูสูงที่สุด (Mean=4.68, S.D.=0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 7.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อม(Physical Environment) (Mean=4.59, S.D.=0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด 5.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร(People) (Mean=4.58, S.D.=0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด 2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา(Price) (Mean=4.50, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด 3.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Mean=4.42, S.D.=0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด 4.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Mean=4.39, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด และ 6.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (Process) (Mean=4.37, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในรายข้อ พบว่า 1.5 อาหารมีปริมาณที่เพียงพอกับการให้บริการลูกค้าสูงที่สุด (Mean = 4.71SD= 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ 5.3 พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ และ 7.5 มีห้องน้ำให้บริการเพียงพอและสะอาด (Mean = 4.70 SD= 0.56, 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด รายละเอียดดัง**ตารางที่ 2.2**

ตาราง 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ภาพรวม n=400

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	Mean	SD	ระดับความต้องการ
1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	4.68	0.48	มากที่สุด
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อม	4.59	0.50	มากที่สุด
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน	4.58	0.53	มากที่สุด
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	4.50	0.59	มากที่สุด
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	4.42	0.60	มากที่สุด
6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	4.39	0.59	มากที่สุด
7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	4.37	0.68	มากที่สุด
รวม	**4.67**	**0.50**	**มากที่สุด**

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอาจเนื่องมาจากเพศหญิงนิยมรับประทานอาหารปิ้งย่าง-ชาบูมากกว่าและอยู่ในวัยนักศึกษา เพราะนักศึกษาเมื่อมีเวลาว่างหรือสอบเสร็จก็นิยมไปสังสรรค์ในร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ช่วงอายุเป็นวัยนักศึกษาเนื่องจากช่วงวัยเรียนเมื่อว่างจากการเรียนก็จะไปรับประทานอาหารปิ้งย่าง-ชาบู เพราะมีอาหารให้เลือกทานหลายประเภท ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์อาจเนื่องมาจากการตัดสินใจที่จะเลือกไปรับประทานอาหารนั้นก็จะดูเรื่องของจำนวนปริมาณ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีอยู่ในร้าน ด้านที่ผู้ใช้บริการให้ความรองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมเพราะสภาพแวดล้อมของร้านที่สะอาด มีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้ดูดีก็เป็นการดึงดูดใจผู้ใช้บริการ ด้านที่ให้ความสำคัญรองลงมาคือด้านบุคลากรเพราะการที่พนักงานให้บริการที่ดีเป็นมิตรจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความอบอุ่นใจเมื่อไปใช้บริการ และผู้ใช้บริการให้ความสำคัญน้อยที่สุดในด้านกระบวนการอาจเนื่องมากจากร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการก็จะดำเนินการในการที่จะปิ้งย่างเองหรือบางครั้งที่เป็นร้านบุฟเฟต์ก็สามารถที่จะให้บริการได้ด้วยตนเองด้านกระบวนการจึงไม่ได้มีอิทธิพลมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดเพราะโปรโมชั่นอาจไม่ตรงความต้องการหรือไม่ได้ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับไม่มีโปรโมชั่น ด้านสถานที่เพราะร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูส่วนใหญ่ทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถเดินทางได้สะดวกจึงทำให้ด้านนี้ไม่เป็นปัญหากับผู้ใช้บริการและสุดท้ายด้านราคาเนื่องจากมีการแจ้งราคาที่ชัดเจนผู้ใช้บริการจึงทราบราคาที่ต้องจ่ายอยู่แล้วจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับด้านนี้มาก

อภิปรายผลการวิจัย

1.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 1.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูสูงที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 7.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด และ5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ (Kotler,2003) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของศิรินันท์ อมรประเสริฐชัย (2554) ที่กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างสุกี้และชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างสุกี้และชาบูด้านประเภทของร้านอาหารบุฟเฟต์ที่ไปใช้บริการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านกระบวนการ

2.ผู้ใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาโดยส่วนมากเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไปและกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีความแตกต่างกันด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ปัญญาพร อนุวัตคุณธรรม (2557) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกันมีการใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการที่ผู้บริโภคมีระดับการศึกษา อาชีพหรือรายได้ที่สูงขึ้น จะมีการค้นหาข้อมูลและมีทางเลือกในการบริโภคได้มากกว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษารายได้หรืออาชีพที่ต่ำกว่า ดังนั้นนักการตลาดหรือผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ จึงควรคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เพื่อจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและเข้ากับยุคสถาณกาณที่เปลี่ยนแปลงไป

3.จากการศึกษาและเก็บรวมรวบข้อมูลร้านอาหารร้านปิ้งย่าง-ชาบูในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบปัญหาเกี่ยวกับการดำรงอยู่ของธุรกิจ บางร้านเปิดให้บริการได้ไม่นานก็ต้องปิดตัวลง อาจเนื่องมาจากการแข่งขันของร้านปิ้งย่าง-ชาบูมีการเติบโตมากขึ้นอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูและสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการรวมถึงการปรับวิธีการคิดธุรกิจที่สามารถรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการหน้าหรือกลุ่มผู้ใช้บริการให้ครอบคลุมและมาปรับปรุงอันจะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจร้านปิ้งย่าง-ชาบูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะทั่วไปจากงานวิจัย

1.1 สิ่งที่ผู้ประกอบการร้านปิ้งย่าง-ชาบูควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของปริมาณอาหารที่เพียงพอต่อลูกค้า ความหลากหลายของอาหาร รวมถึงความสด สะอาดของวัตถุดิบ เพื่อคำนึงถึงสุขลักษณะอนามัยของลูกค้า เพราะผู้ใช้บริการจะเน้นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

1.2 สิ่งที่ผู้ประกอบการร้านปิ้งย่าง-ชาบูควรให้ความสำคัญในด้านสภาพแวดล้อม ความอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ทั้งในเรื่องของพื้นที่จอดรถที่มีเพียงพอ การให้บริการห้องน้ำที่มีความสะอาด การสร้างบรรยากาศภายในร้านและตกแต่งภูมิทัศน์ภายในร้านให้น่าดึงดูดใจ และการปลูกฝังอบรมพนักงานในการปฏิบัติงานก็เป็นส่วนที่สำคัญ ทั้งการให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส การแต่งกายที่มีระเบียบและความเพียงพอของพนักงานต่อผู้ใช้บริการ เป็นการสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านปิ้งย่าง-ชาบู สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู เพื่อประกอบข้อมูลการวิจัยและ

2.2 ควรทำการวิจัยแบบผสมผสาน หรืออาจมีการเปรียบเทียบร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบู ระหว่างร้านอาหารปิ้งย่าง-ชาบูที่เป็นร้านแฟรนไชส์ และไม่ใช่แฟรนไชส์ เปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการระหว่างร้านทั้งสองรูปแบบ เพื่อหาความแตกต่าง และนำข้อเปรียบเทียบในด้านบวกมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการร้านปิ้งย่าง-ชาบูใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรรญา เสริมศักดิ์ศศิธร. (ม.ป.ป). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ชาบูชิ ของพนักงานในเขตนิคมอมตะนคร ชลบุรี. มหาวิทยาลัยรามคำแหง,คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด

เกษมณี ปรีชาเพิ่มประสิทธิ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นร้านซากุระของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญา). มหาวิยาลัยศรีนครินทรวิโรต,สาขาวิชาการจัดการ

ชุติมา ชูสิทธิ์. (2559). แนวทางในการจัดการธุรกิจร้านอาหารชาบูเพื่อความอยู่รอดในอนาคต มหาวิทยาลัยมหิดล

แทนพงศ์ แท่นชัยกุล. (2559). แผนธุรกิจชาบูฟาร์ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

ทรงพร เทือกสุบรรณ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอพพลิเคชั่น Shopee ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,คณะบริหารธุรกิจ

เบญจรัตน์ รุ่งเรือง. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสื่อสารแบบปากต่อปากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิชยา ทองลัพท์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ ม ห า บั ณ ฑิ ต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี

ศิรินันท์ อมรประเสริฐชัย. (ม.ป.ป). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง สุกี้และชาบูของผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรต, สาขาวิชาการจัดการ

สรศักดิ์ พิลาเกิด แก้วตา ผิวพรรณ และวศิน พรหมพิทักษ์กุล. (2564). แนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการร้านอาหารประเภทหมูกระทะของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. (วารสารวิชาการและวิจัย). มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

อัญธิกา แก้วสิริ และปะราสี อเนก. (2560). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (วารสารบัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์,สาขาวิชาบริหารธุรกิจ แขนงวิชาการตลาด

Etzel, Walker & Stanton. (2003). Marketing (McGraw-Hill/Irwin)

การคุ้มครองการคุกคามทางเพศในประเทศไทยและในต่างประเทศ

Protection and sexual harassment in Thailand and abroad

ฐิติมา ชูมาก[1] ดวงตะวัน เทียมสกุล[2] นาเดีย เหมสลาหมาด[3]
ภัทรานิษฐ์ มิตรชู[4] อัญชลี สีราม[5] และกรกฎ ทองขะโชค*[6]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในรูปแบบการคุกคามโดยใช้สายตา วาจา พฤติกรรมท่าทาง และสื่อโซเชียล เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการคุ้มครองบุคคลที่ได้รับความเสียหายจากการคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานและที่สาธารณะ เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการคุกคามทางเพศ เพื่อเสนอแนะและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุกคามทางเพศ จากการศึกษากฎหมายของแต่ละประเทศ อย่างประเทศออสเตรเลีย ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นประเทศที่มีกฎหมายรับรองการคุกคามทางเพศอย่างเห็นได้ชัดทั้งรูปแบบการคุกคามทางสายตา วาจา พฤติกรรมท่าทาง และสื่อโซเชียล ในขณะที่ประเทศไทยกฎหมายยังไม่ได้รับการรับรองการคุกคามทางเพศในรูปแบบสายตาและวาจา อันเนื่องมาจากกฎหมายไทยกำหนดให้พยานหลักฐานในความผิดฐานคุกคามทางเพศต้องเป็นการกระทำโดยการสัมผัสร่างกาย และการกระทำโดยใช้สื่อโซเชียลเท่านั้น ที่สามารถใช้เป็นพยานหลักฐานในคดีได้ เช่นเดียวกับความผิดฐานล่วงละเมิดทางเพศซึ่งกฎหมายไทยกำหนดรูปแบบไว้เพียงการกระทำชำเราและการกระทำอนาจาร ที่กฎหมายไทยมีการคุ้มครองได้ในความผิดฐานล่วงละเมิดทางเพศ

คำสำคัญ: การคุกคามทางเพศ ความเสียหาย กฎหมาย

[1-5] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
[6] ศาสตราจารย์ ดร, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
* Corresponding author E-mail: mytreasure621@gmail.com

Abstract

This research aims to study sexual harassment in its various forms, including visual conduct, verbal conduct, behavior gestures, and social media. To study the theory of protecting people damaged by sexual harassment in the workplace and public. To study the laws related to sexual harassment problems. to suggest and develop laws related to sexual harassment. According to the study of the laws of each country, such as Australia and France, which is each country has a law that clearly certifies sexual harassment in the form of including visual conduct, verbal conduct, behavior gestures, and social media visuals. Due to Thai law, evidence of sexual harassment offences must be by physical conduct, referring to touching the body, and actions using social media, such as written conduct, that can only be used as evidence in the case. As for the offense of sexual assault, Thai law determines only rape and indecent acts as offenses. This means that Thai law protects against sexual assault case.

Keywords : Sexual harassment Damaged Law

บทนำ

บริบทสังคมไทยและสถานะทางกฎหมายในเรื่องเพศในปัจจุบันนั้นมีความก้าวหน้าไปมาก อันเนื่องมาจากค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา จากในอดีตการเคารพและให้เกียรติเพศตรงข้ามคือคุณสมบัติที่สำคัญของสังคม แต่ปัจจุบันความเท่าเทียมทางเพศและการแสดงออกอย่างเสรีกลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ที่มีอิทธิพลลบเลือนค่านิยมในอดีตไป ส่งผลให้เกิดปัญหาความขัดแย้งเรื่องเพศขึ้นในสังคม โดยสังคมไทยได้ให้คำจำกัดความของปัญหาความขัดแย้งนี้ว่า การคุกคามทางเพศ หมายถึง การกระทำที่แสดงออกไปในทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำโดยตรงหรือการกระทำโดยทางอ้อม ผู้กระทำการคุกคามมีได้ทั้งเพศหญิงและชาย ซึ่งการกระทำดังกล่าวก่อให้เกิดความอึดอัดใจแก่ผู้ถูกกระทำ แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิดขึ้นจากการยินยอม ซึ่งหากให้ความยินยอมหรือมีอารมณ์ร่วมไปกับการกระทำนั้น ก็ไม่ถือว่าบุคคลนั้นเป็นเหยื่อการคุกคามทางเพศ การคุกคามทางเพศที่พบได้ในสังคมไทยมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การคุกคามโดยใช้สายตา การคุกคามโดยใช้วาจา การคุกคามโดยพฤติกรรมหรือท่าทาง และการคุกคามโดยใช้สื่อโซเชียล (สุริศา นิยมรัตน์, 2560) จากการศึกษาข้อมูลเชิงสถิติในประเทศไทยพบว่าบุคคลซึ่งถูกคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานและในที่สาธารณะเป็นกลุ่มที่พบได้บ่อยและมากที่สุด จากผลสำรวจของกรมกิจการสตรีในปี พ.ศ.2564 พบว่ามีผู้ถูกคุกคามทางเพศในที่ทำงานประมาณร้อยละ 10 (สถิติกรม กิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2564) และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับในปัจจุบัน พบว่าผู้เสียหายจากการถูกคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานมีจำนวนมากถึงร้อยละ 95 (สถิติกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2565) เช่นเดียวกับการคุกคามทางเพศในที่สาธารณะจากสถิติผลการสำรวจพบว่าการล่วงละเมิดบนท้องถนนยังคงเป็นปัญหาสำคัญ โดยร้อยละ 45 ของผู้หญิงไทยต้องเผชิญกับการล่วงละเมิดทางเพศในที่สาธารณะอย่างน้อย 1 สถานการณ์ และร้อยละ 69 ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นเหตุการณ์คุกคามทางเพศอย่างน้อย 1 เหตุการณ์ (บริษัทวิจัย IPSOS การสำรวจสากล

เกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย, 2564) นอกจากบนท้องถนนแล้วยังคงมีการคุกคามทางเพศในการใช้บริการขนส่งสาธารณะอีกเช่นกัน ซึ่งประเภทขนส่งสาธารณะที่พบการคุกคามทางเพศมากที่สุดคือ รถเมล์ ร้อยละ 50 รองลงมาคือ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ร้อยละ 11.4 แท็กซี่ร้อยละ 10.9 รถตู้ร้อยละ 9.8 และรถไฟฟ้าร้อยละ 9.6 (สถิติเครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง, 2565)

อย่างไรก็ดีประมวลกฎหมายอาญาได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ล่วงละเมิดทางเพศ ไว้เพียงการข่มขืนกระทำชำเราและกระทำอนาจารเท่านั้น ยังมีช่องว่างทางกฎหมายที่ก่อให้เกิดปัญหาการคุกคามทางเพศกล่าวคือยังไม่มีการกำหนดบทลงโทษที่เด็ดขาด อีกทั้งการคุกคามทางเพศนั้นเป็นต้นตอในการกระทำความผิดฐานกระทำอนาจารและอาจนำไปสู่การข่มขืนกระทำชำเรา ด้วยเหตุนี้ควรเล็งเห็นถึงปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศในลักษณะของการคุกคามทางเพศเช่นเดียวกับความผิดฐานข่มขืนกระทำชำเราและ ความผิดฐานกระทำอนาจาร ไม่ว่าจะเป็นการกระทำต่อเพศใดก็ตามในลักษณะเดียวกัน แม้ในปัจจุบันจะมีการแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา เพื่อกำหนดความผิดเกี่ยวกับการคุกคามและการรบกวนความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคล ตามมาตรา 397 แต่ก็เป็นเพียงความผิดลหุโทษ ซึ่งไม่สามารถคุ้มครองผู้เสียหายจากการถูกคุกคามทางเพศได้อย่างแท้จริง (สุริศา นิยมรัตน์, 2560) และแม้ว่าในประมวลกฎหมายอาญาของประเทศไทยที่ใช้บังคับในปัจจุบันอาจมีบทบัญญัติความผิดเกี่ยวกับเสรีภาพอยู่ แต่ถือว่าไม่เพียงพอกล่าวคือไม่เข้ากับยุคสมัยหรือเหตุการณ์ของการคุกคามทางเพศในปัจจุบัน ซึ่งบทบัญญัติที่เกี่ยวกับความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 309 นั้น ยังเป็นการกระทำที่กว้าง ๆ ไม่ได้เจาะจงว่าต้องกระทำแบบใด เพราะกฎหมายใช้คำว่า “ขืนใจผู้อื่นให้กระทำการใด ไม่กระทำการใดหรือ จำยอมต่อสิ่งใด อันเนื่องมาจากผลของความกลัวหรือจากการประทุษร้ายนั้น” โดยสาระสำคัญต้องทำให้ผู้ถูกกระทำกลัว หากเป็นการพูดหยอกล้อกัน ก็ไม่มีความผิดตามมาตรานี้ ดังนั้นกฎหมายของประเทศควรยกระดับการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพให้เทียบเท่าสากล

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่มีความเป็นอนุรักษ์นิยมในเรื่องเพศ เมื่อบุคคลมีการพัฒนาความคิดเพื่อจะแก้ไขปัญหาความได้เปรียบเสียเปรียบดังกล่าวด้วยการเอาความเท่าเทียมทางเพศมาเป็นตัวเชื่อมตรงกลาง ทำให้การแสดงออกทางความคิด คำพูด การกระทำ ตลอดจนกิริยาท่าทางนั้นมีความสุดโต่งจนกลายเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวในทางเพศต่อบุคคลอื่น ฉะนั้นแล้วควรมีบทลงโทษในทางการล่วงละเมิดทางเพศแต่เมื่อกลับมามองกฎหมายภายในก็พบว่ายังคงมีช่องว่างหรือมีบทลงโทษที่ไม่เด็ดขาด ส่งผลให้การกระทำการคุกคามทางเพศเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ทั้งยังเพิ่มจำนวนและทวีความรุนแรงมากขึ้น

คณะผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาการคุกคามทางเพศ ที่จำเป็นจะต้องมีแนวทางแก้ไขในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติของการสร้างจิตสำนึกในสังคม ตลอดจนมิติของกฎหมาย

วัตถุประสงค์

1.เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในรูปแบบการคุกคามโดยใช้สายตา วาจา พฤติกรรม ท่าทาง และสื่อโซเชียล

2.เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการคุกคามทางเพศ เสนอแนะ และพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุกคามทางเพศ

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาปัญหาการคุกคามทางเพศในรูปแบบการคุกคามโดยใช้สายตา การคุกคามโดยใช้วาจา การคุกคามโดยใช้พฤติกรรมท่าทางและการคุกคามโดยใช้สื่อโซเชียล ทั้งยังศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาการคุกคามทางเพศ ปัญหาในการกำหนดบทนิยามของกฎหมายเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศ การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องและการตีความตัวบทกฎหมายเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศ โดยนำมาจาก

1.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบทนิยามของกฎหมายเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศ

2.ศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการคุกคามในประเทศไทยและในต่างประเทศได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศฝรั่งเศส งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย งานวิจัย บทความ ตำราทางวิชาการ วารสาร

3.ข่าวสารจากสื่อโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและปัญหาการคุกคามทางเพศ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ปัญหา สรุปและเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ในอดีตการคุกคามทางเพศนั้นถือเป็นเรื่องที่พบเจอได้น้อยกว่าในปัจจุบันเห็นได้จากข่าวเกี่ยวกับปัญหาการคุกคามทางเพศที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี อันเนื่องมาจากโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทำให้มีความทันยุคทันสมัยมากยิ่งขึ้นและผู้คนบางส่วนอาจมองว่าการคุกคามทางเพศเป็นเรื่องปกติ จึงขอทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่จะวิเคราะห์ต่อไปนี้

ทฤษฎีทางชีวะ ทฤษฎีนี้อ้างอิงความแตกต่างทางกายภาพระหว่างเพศ ลักษณะของร่างกายและฮอร์โมน ที่แตกต่างกัน ทำให้เพศชายก้าวร้าวมากกว่าเพศหญิง แนวคิดนี้กำหนดให้เพศชายเป็นผู้รุกราน และเพศหญิงเป็นเหยื่อของการลวนลามทางเพศ ถึงแม้ว่าเพศชายจะได้รับการสอนให้มีการควบคุมตนเอง แต่ก็ยากต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่ในตัว ตามแนวคิดนี้วิธีที่ดีที่สุดในการป้องกัน คือการปกป้อง ถึงแม้การลงโทษเพศชายที่เป็นผู้รุกรานอาจจะเป็นประโยชน์กับสังคม แต่อาจจะไม่มีประสิทธิผลในการเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้ถูกต่อต้านเนื่องจากมีตัวอย่างที่ปรากฏว่ามีการลวนลามผู้ชาย และมีอัตราเพิ่มมากขึ้น (พรวิภา วิภานราภัย,2554)

แนวความคิดจากทฤษฎีแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพของเพศชายที่มีความแข็งแรงกว่าเพศหญิงซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการใช้ความแข็งแรงของตนในทางที่ผิดคือกระทำการคุกคามทางเพศต่อเพศหญิงที่อ่อนแอกว่าอย่างไรก็ดีเป็นเพราะสรีระที่มีความแตกต่างกันอาจเป็นสิ่งที่ผลักดันทำให้เพศชายซึ่งมีความแข็งแรงกว่ากระทำการคุกคามทางเพศต่อผู้ที่อ่อนแอกว่าแต่ในยุคปัจจุบันชายและหญิงล้วนเท่าเทียมกันอีกทั้งการคุกคามทางเพศไม่ได้เกิดขึ้นพียงเพศหญิงแต่เพศชายก็เช่นเดียวกันที่สามารถเป็นเหยื่อจากการถูกคุกคามทางเพศได้ ดังนั้นบรรทัดฐานทางกายภาพไม่อาจบ่งบอกถึงการถูกคุกคามทางเพศได้เพราะไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชายย่อมเป็นผู้ถูกกระทำจากภัยคุกคามทางเพศ

ทฤษฎีสมมติฐานทางโรค แนวคิดนี้ถือว่าการลวนลามทางเพศเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่เป็นปฏิปักษ์ทางสังคมที่รุนแรง เช่นเดียวกับการทำร้ายทางเพศ และความรุนแรงในครอบครัว ความเจ็บปวดบอบช้ำที่เหยื่อได้รับเป็นสาเหตุทำ ให้สูญเสียความสามารถที่จะเข้าอกเข้าใจ และเห็นว่าตนเองเป็นผู้ผิด วิธีการบำบัดด้วยกลุ่มและการทำให้หายขาด โดยใช้กิจกรรมทางสังคมเป็นรูปแบบหนึ่งที่เป็นไปได้มากที่สุดของการฟื้นฟูแต่การเปลี่ยนแปลงใช้เวลานานและเสียค่าใช้จ่ายมาก (พรวิภา วิภานราภัย, 2554)

แนวความคิดจากทฤษฎีแสดงให้เห็นว่าการคุกคามทางเพศของคนๆหนึ่งถือเป็นพฤติกรรมที่มีผลมาจากการถูกกระทำต่างๆในสังคมซึ่งอาจส่งกระทบต่อจิตใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลดังกล่าวกระทำการคุกคามทางเพศต่อบุคคลซึ่งหากมองถึงการคุกคามทางเพศแล้วนั้นล้วนเกิดจากเจตนาทั้งสิ้นกล่าวคือไม่ว่าจะได้รับผลกระทบทางจิตใจเพียงใดการกระทำในสิ่งที่สามารถหยั่งรู้ได้ว่าไม่ควรกระทำทำแต่ทำไมถึงเกิดขึ้น ฉะนั้นแล้วพฤติกรรมดังกล่าวล้วนเกิดจากเจตนาทั้งสิ้น การได้รับผลกระทบทางสังคมเป็นเพียงองค์ประกอบภายในที่ไม่ใช่สาเหตุสำคัญของการคุกคามทางเพศ ไม่สามารถยืนยันได้ว่าการคุกคามทางเพศต่อผู้อื่นมาจากการถูกกระทำในอดีต

ทฤษฎีการทำร้ายโดยผู้มีอำนาจ ทฤษฎีนี้กำหนดแนวคิดไว้ 3 แบบ ที่อธิบายกลไกการลวนลามทางเพศที่ผู้ชายข่มหรือครอบงำ ผู้หญิงไว้ ดังนี้

1.การลวนลามทางเพศเป็นรูปแบบของการสนิทสนมที่พิเศษ (exclusionary intimidation) โดยคนที่มักจะปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความกรุณาอาจเป็นการลวนลามโดยเปลี่ยนเงื่อนไขเป็นการขู่เข็ญ ในเรื่องสิทธิพิเศษทางสังคม

2.การทำร้ายของผู้มีอำนาจในองค์กร (abuse of organizational power) ตามแนวคิดนี้คนที่อยู่ในหน่วยงานมีปริมาณอำนาจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบทบาท เช่น นายจ้างมีอำนาจเหนือลูกจ้าง อาจารย์มีอำนาจเหนือนักศึกษา การลวนลามทางเพศเป็นผลโดยตรงมาจากอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกัน ระหว่างชายหญิงในองค์กร การลวนลามทางเพศจึงเป็นการใช้อำนาจ โดยทั่วไปที่ผู้ชายมีบทบาทอำนาจสูงในหน่วยงาน

3.การทำร้ายของผู้มีอำนาจทางสังคม (abuse of societal power) แนวคิดนี้สังคม ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ชายให้มีอำนาจเหนือผู้หญิง โดยผู้ชายเป็นตัวหลักสำคัญในการทำพฤติกรรมการลวนลามทางเพศขึ้น (พรวิภา วิภานราภัย, 2554)

แนวคิดจากทฤษฎีการทำร้ายโดยผู้มีอำนาจ ถึงแม้ในปัจจุบันจะกล่าวได้ว่าชายและหญิงเท่าเทียมกันในทุกๆ ด้านแต่ช่องว่างที่เป็นปัญหามานานนั่นก็คือการใช้อำนาจของบุคคลที่มีอำนาจมากกว่ากระทำต่อผู้มีอำนาจน้อยกว่า กล่าวคือการแบ่งชนชั้นหรือสถานะที่แตกต่างกันในสังคมถือเป็นสาเหตุทำให้เกิดการคุกคามในรูปแบบต่างๆ เนื่องด้วยแม้จะมีกฎหมายคุ้มครองเกี่ยวกับนายจ้างลูกจ้างในที่ทำงานก็จริงแต่ช่องว่างในการคุ้มครองการคุกคามทางเพศในรูปแบบสายตา วาจา พฤติกรรมท่าทางและสื่อโซเชียล ในประเทศไทยยังคลุมเครือเป็นสาเหตุให้การแก้ปัญหาดังกล่าวล่าช้าและถือเป็นช่องว่างให้ผู้มีอำนาจมากกว่ากระทำผิดต่อไป

การคุกคามทางเพศในต่างประเทศ

1. ประเทศออสเตรเลีย (Australia)

ประเทศออสเตรเลียได้ให้ความสำคัญกับปัญหากรณีการคุกคามทางเพศเป็นอย่างมากเห็นได้จากกฎหมายระดับสหพันธรัฐออสเตรเลียได้บัญญัติเรื่องการคุกคามทางเพศไว้อยู่ในกฎหมายคุ้มครองการเลือกปฏิบัติ (Sex Discimination Act 1984) ถึงแม้ว่ากฎหมายคุ้มครองการเลือกปฏิบัติจะบัญญัติถึงการคุกคามทางเพศไว้ว่าเป็นความผิดและผู้กระทำต้องรับผิดทางแพ่ง แต่การคุกคามทางเพศบางประเภทนั้นก็เป็นความผิดอาญาและผู้กระทำจะต้องรับผิดทางอาญาตามประมวลกฎหมายอาญาของออสเตรเลียด้วยเช่นกัน (A Code in Practice) อันได้แก่ การลวนลามทางกายหรือการล่วงเกินทางกาย การแสดงลามกอนาจาร การล่วงเกินทางเพศหรือการข่มขืน การเฝ้าติดตาม การสื่อสารที่ลามกอนาจาร เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์ จดหมาย หรือสื่ออื่น ๆ

โดยการคุกคามทางเพศได้ถูกบัญญัติไว้โดยเฉพาะตามมาตรา 28 A (1) แห่งกฎหมายคุ้มครองการเลือกปฏิบัติ (Sex Discrimination Act 1984) และได้ให้คำนิยามของการคุกคามทางเพศไว้ว่า "การคุกคามทางเพศคือ การกระทำอันไม่พึงปรารถนาทางเพศ การร้องขอที่ไม่พึงปรารถนาเพื่อความต้องการทางเพศต่อผู้ถูกคุกคาม หรือการกระทำอื่นที่ไม่พึงปรารถนาอันเกี่ยวกับเรื่องทางเพศที่เกี่ยวข้องกับผู้ถูกคุกคาม ซึ่งในสถานการณ์นั้น ๆ บุคคลทั่วไปอาจคาดหมายได้ว่า เป็นการคุกคามผู้ถูกกระทำ ทำให้ผู้ถูกกระทำขายหน้า เสียเกียรติหรือทำให้กลัว"

ตามมาตรา 28 A (1 A) (a) ยังได้บัญญัติรับรองว่าการกระทำอันเป็นการคุกคามทางเพศตามบทบัญญัตินี้ "ไม่จำกัด เพศ อายุ รูปร่าง เพศสภาพ สถานะของบุคคลไม่ว่าจะสมรสแล้วหรือโสด ความเชื่อทางศาสนา เชื้อชาติ สีผิว สัญชาติหรือชาติกำเนิดของผู้ถูกกระทำความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถูกกระทำกับผู้กระทำผิด" หรือหาก ผู้ถูกกระทำเป็นผู้พิการก็เป็นผู้ถูกกระทำได้ตามมาตรา 28 A (1 A) (b) ได้กล่าวถึงการคุกคามทางเพศตามการจ้างแรงงานระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างหรือบุคคลผู้จะมาเป็นลูกจ้างหรือหุ้นส่วนหรือการคุกคามทางเพศระหว่างลูกจ้างด้วยกันเอง หรือการจ้างงานตามสัญญาจ้างทำของ โดยสถานที่ทำงานนั้นรวมถึงสถานที่ทำงานบนเรือ เครื่องบิน หรือยานพาหนะด้วย หรือตามมาตรา 28 A (1 A (c) กล่าวถึงการคุกคามทางเพศที่มีความทุพพลภาพ ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายหรือจิตใจ หรือตามมาตรา 28 A (1 A) (d) กล่าวถึงความผิดซึ่งเป็นการคุกคามทางเพศในองค์กรที่ได้รับการจดทะเบียน รวมถึงการกระทำของสมาชิกในองค์กรนั้นและบุคคลผู้ที่จะมาเป็นสมาชิกในองค์กรในอนาคตด้วย

2.ประเทศฝรั่งเศส (France)

ประเทศฝรั่งเศสได้เริ่มต้นบัญญัติความผิดฐานคุกคามทางเพศ (Le harcèlement sexuel)ไว้ในประมวลกฎหมายอาญา (Code pènal) เมื่อปี ค.ศ. 1992 ต่อมาสภาฝรั่งเศสได้ประกาศรัฐธรรมนูญใหม่ในวันที่ 6 สิงหาคม ค.ศ. 2012 โดยบัญญัติให้ความผิดฐานคุกคามทางเพศอยู่ในประมวลกฎหมายอาญา (Code pènal) ตอน 3 ว่าด้วยการคุกคามทางเพศ (Le harcèlement sexuel) ซึ่งเป็นกระทำอันเป็นการข่มเหงหรือ

รังแกผู้อื่น เพื่อความสุขทางเพศของตน ตามมาตรา 222-33โดยบัญญัติไว้ว่า

1) การคุกคามทางเพศที่เป็นการกระทำอันเป็นการรุกรานบุคคลอื่น โดยการใช้คำสั่งการข่มขู่ หรือการบีบบังคับ เพื่อจุดมุ่งหมายให้ได้มาซึ่งประโยชน์ใดๆ ในทางเพศ

2) การคุกคามทางเพศไม่จำเป็นต้องมีลักษณะรูปแบบเดิมซ้ำๆ กันหลายครั้ง แม้กระทำเพียงครั้งเดียวก็ถือเป็นความผิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ทางเพศของตนหรือบุคคลที่สาม

3) ความผิดตาม I และ II มีโทษถึงจำคุกสองปี และปรับ 30,000 ยูโร บทลงโทษเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นเป็นจำคุกสามปีและปรับ 45,000 ยูโร เมื่อกระทำการดังนี้

(1) กระทำการคุกคามทางเพศโดยใช้อำนาจในตำแหน่งหน้าที่ที่ตนดำรงอยู่

(2) กระทำการคุกคามทางเพศโดยกระทำกับผู้เยาว์อายุต่ำกว่าสิบห้าปี

(3) กระทำการคุกคามทางเพศโดยกระทำกับบุคคลที่มีความเปราะบาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากอายุ การเจ็บป่วย ทุพพลภาพ ความพิการทางร่างกายหรือจิตใจหรือการตั้งครรภ์ซึ่งผู้กระทำได้รู้หรือควรจะรู้ในการกระทำความผิดนั้นๆ

(4) กระทำการคุกคามทางเพศโดยกระทำกับบุคคลที่มีสถานะเป็นเพื่อนร่วมงานหรือการพึ่งพาอาศัยกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจหรือสังคม ซึ่งผู้กระทำได้รู้หรือควรจะรู้ในการกระทำความผิดนั้นๆ

(5) กระทำการคุกคามทางเพศโดยบุคคลหลายคน โดยมีลักษณะเป็นการร่วมกันกระทำผิดหรือสมรู้ร่วมคิด

ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุกคามทางเพศยังครอบคลุมถึงการเลือกปฏิบัติตามมาตรา 225-1-1แห่งประมวลกฎหมายอาญาฯ นอกจากนั้นตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุกคามทางเพศนี้จะรวมถึงในสถานที่ทำงาน ตามประมวลกฎหมายแรงงาน ไว้ในส่วนที่ 6 ของหมวด 2 บท 2 ของบรรพ 1 แห่งประมวลกฎหมายแรงงาน โดยเป็นการบัญญัติคุ้มครองลูกจ้างผู้ถูกกระทำการคุกคามทางเพศ

3. การคุกคามทางเพศตามกฎหมายของประเทศไทย

กระแสต่อต้านการคุกคามทางเพศที่ได้ปรากฏเด่นชัดในประเทศไทย เริ่มต้นจากองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิทธิสตรีและสิทธิมนุษยชนในประเทศไทย ได้มีการเคลื่อนไหวและออกรณรงค์ให้สังคมรับรู้ถึงการคุกคามทางเพศและผลกระทบจากการคุกคามทางเพศในปี พ.ศ.2523 จากนั้นก็ได้มีการขับเคลื่อนในเรื่องการคุกคามทางเพศอย่างต่อเนื่อง แต่ประเด็นการคุกคามทางเพศก็ไม่อยู่ในกระแสความสนใจของสังคมไทยในขณะนั้นเท่าที่ควร จนกระทั่งในปี พ.ศ.2531 ได้มีตัวแทนฝ่ายผู้ใช้แรงงานหรือลูกจ้างเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้านการคุกคามทางเพศชัดเจนยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ขึ้นในปี พ.ศ.2541

แต่อย่างไรก็ดี ตามประมวลกฎหมายอาญา ภาค 2 ลักษณะ 9 ความผิดเกี่ยวกับเพศได้บัญญัติไว้สี่ฐานความผิดหลัก ตามมาตรา 276-287 ประกอบด้วย ความผิดฐานข่มขืนกระทำชำเรา ความผิดฐานกระทำอนาจาร ความผิดฐานค้าบุคคลเพื่อความใคร่ และความผิดฐานค้าสิ่งลามกอนาจาร

เมื่อพิจารณาความผิดเกี่ยวกับเพศตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญาทั้งสี่ฐานความผิดที่ยกมาข้างต้น เห็นได้ว่าความผิดเกี่ยวกับเพศที่มีลักษณะรุนแรงได้มีกฎหมายคุ้มครองที่ชัดเจนแก่ผู้เสียหายตามลำดับ และนอกจากนั้น การกระทำดังกล่าวถือเป็นการคุกคามทางเพศที่ผู้กระทำลงมือกระทำต่อเนื้อตัวร่างกายของผู้เสียหายโดยตรง ดังจะเห็นได้จากกรณีของการกระทำชำเราหรือการกระทำอนาจาร จึงมีข้อสังเกตว่า ลักษณะของการคุกคามทางเพศที่เป็นความผิดตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญาได้มีความหมายแคบกว่าการคุกคามทางเพศในความหมายทั่วไป ส่งผลให้การคุกคามทางเพศรูปแบบอื่นที่ไม่เข้าองค์ประกอบความผิดในประมวลกฎหมายอาญา ดังนั้นในกรณีที่ผู้กระทำใช้สายตาลวนลาม หรือพูดจาลามกหรือพูดจาลวนลามผู้เสียหาย พฤติการณ์ดังกล่าวถือว่าเป็นการคุกคามทางเพศอย่างหนึ่งแต่ไม่เป็นความผิดตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา

จากการพิจารณาจากพระราชบัญญัติในเรื่องความผิดเกี่ยวกับการคุกคามในมาตรา 397 ดังกล่าว คำว่า "คุกคาม" ในส่วนของวรรคหนึ่ง อาจไม่รวมถึงการคุกคามทางเพศ และ "การกระทำอันมีลักษณะส่อไปในทางที่จะล่วงเกินทางเพศ" ในส่วนของวรรคสอง ยังถือว่ามีความคลุมเครือ ยากแก่การตีความ และยังไม่คลอบคลุมถึงรูปแบบหรือลักษณะของการกระทำผิดรวมถึงบทลงโทษที่ควรสอดคล้องกับพฤติกรรมการกระทำผิดและความร้ายแรงตามแต่ละกรณี

อีกทั้งยังนำเรื่องของการคุกคามทางเพศไปรวมกับ มาตรา 397 ซึ่งเป็นเป็นมาตราที่กฎหมายบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา ภาค 3 ลหุโทษ (มาตรา 367-398) โดยเป็นปัญหาในการรังแก ข่มเหงผู้อื่น หรือกระทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อน ซึ่งเป็นบทกฎหมายที่มีระวางโทษจำคุกค่อนข้างต่ำ และศาล มักจะลงโทษปรับมากกว่าโทษจำคุก และการชำระค่าปรับก็มีจำนวนไม่สูงมาก ซึ่งไม่กระทบต่อฐานะหรือความสามารถในการชำระค่าปรับของผู้กระทำความผิดจึงไม่อาจตอบสนองต่อการป้องปรามการกระทำความผิดในลักษณะดังกล่าวได้

นอกจากนั้นยังมีกฎหมายที่ได้บัญญัติความผิดอันเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศไว้ดังเช่น ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2551 มาตรา 16 บัญญัติว่าห้ามมิให้นายจ้าง หัวหน้างาน ผู้ควบคุมงาน หรือผู้ตรวจงานกระทำการล่วงเกิน คุกคามหรือก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศต่อลูกจ้างและการกำหนดโทษสำหรับความผิดที่ตามมาตรา 16 นั้น ตามมาตรา 147 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา16 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาทโดยเจตนารมณ์ของกฎหมายนี้ ก็เพื่อคุ้มครองลูกจ้างซึ่งเป็นเด็ก หญิง และชาย มิให้ถูกล่วงเกิน คุกคามทางเพศจากผู้ที่มีอำนาจบังคับบัญชาเหนือลูกจ้างแต่อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานยังมีอุปสรรคในการบังคับใช้ เนื่องจากพระราชบัญญัติดังกล่าวไม่ได้บัญญัติให้การกระทำครอบคลุมไปถึงการคุกคามทางเพศที่กระทำโดยเพื่อนร่วมงานซึ่งเป็นลูกจ้าง

การศึกษาปัญหาการคุกคามทางเพศที่พบได้มากในสังคมไทย จำแนกได้ 4 รูปแบบ ได้แก่

การคุกคามโดยใช้สายตาถือเป็นการจ้องมองส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ข่าวที่พบจากเว็บไซต์เดลินิวส์ออนไลน์วันที่ 15 มีนาคม 2560 จากกรณีเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560 นักศึกษาสาววัย 19 ปี ได้นั่งรถ

จากบ้านที่ จ.อ่างทอง ไป จ.พะเยา ตามลำพัง ก็มีผู้ชาย 3 คน ที่นั่งอยู่เบาะด้านหน้าหันมามอง หลังจากนั้นไม่นาน ชายที่นั่งด้านหน้าตนก็เอนเบาะลงมาจนตนไม่สามารถยื่นขาลงได้ แถมยังหันมามองตนทั่วตัวด้วยสายตาลวนลาม จ.นครสวรรค์ จนมาถึง จ.พิษณุโลก ตนกลัวมากพยายามไม่สบตา และไม่อยากต่อว่าเพราะเกรงจะเกิดอันตราย (อุทาหรณ์!สาวต้องระวัง นั่งรถทัวร์เจอหนุ่มแอบถ้ำมอง. 2560: ออนไลน์)

การคุกคามโดยใช้วาจาไม่ว่าจะเป็นวิจารณ์รูปร่างหน้าตาพูดสัดส่วนของร่างกายการเล่าเรื่องตลกในเชิงลามกหรือพูดเล่นคำเกี่ยวกับเพศซึ่งถือเป็นรูปแบบของการคุกคามทางเพศในทางวาจาจากข่าวข่าวที่พบจากเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์วันที่ 22มีนาคม 2565 กรณีเด็กนักเรียนหญิงระดับชั้น ม.6 โรงเรียนมัธยมระดับอำเภอแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย ได้ถูกครูคนหนึ่งในโรงเรียนคุกคามเพศ โดยชักชวนนักเรียนหญิง ม.6 ในเชิงชู้สาวและถูกพูดจาลามกตั้งแต่อยู่ ม.4 จนเด็กเกิดความเครียดไม่กล้าไปโรงเรียน (ตร.เตือนโพสต์ส่อคุกคามทางเพศมีความผิดอาจติดคุก ปล่อยภาพโดน พ.ร.บ.คอมฯ. 2565: ออนไลน์)

การคุกคามโดยใช้พฤติกรรมท่าทางโดยการสัมผัสร่างกายของผู้อื่นอย่างมีนัยทางเพศ การฉวยโอกาสกอดรัด การหยอกล้อโดยการแตะเนื้อต้องตัว การดึงคนมานั่งตัก การตามตื้อโดยที่อีกฝ่ายหนึ่งไม่เล่นด้วย การตั้งใจยืนใกล้ชิดเกินไป การต้อนเข้ามุมหรือขวางทางเดิน การยักคิ้วหลิ่วตา การแสดงพฤติกรรมที่สื่อไปในทางเพศโดยใช้มือหรือการเคลื่อนไหวร่างกายข่าวที่พบจากเว็บไซต์สนามข่าว7สี วันที่ 10 มีนาคม 2564 ครูสาวอายุ 28 ปี ในจังหวัดขอนแก่น ถูกชายโรคจิตในหมู่บ้านตามตื้อคุกคามขอมีเพศสัมพันธ์ (ครูสาวร้องถูกชายในหมู่บ้านคุกคามขอมีเพศสัมพันธ์ ก่อกวน จ.ขอนแก่น. 2564: ออนไลน์)

การคุกคามทางเพศโดยสื่อโซเชียลจากกรณีที่เน็ตไอดอลสาวเข้าแจ้งความที่กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางหลังถูกชายหนุ่มอ้างตัวเป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคุกคามทางสื่อโซเชียลโดยตัดต่อรูปภาพโป๊เปลือยและปลอมแปลงใบทะเบียนสมรส ข่าวที่พบบนเว็บไซต์โหนกระแส วันที่ 11 สิงหาคม 2565 (รวบ รปภ.คุกคามเน็ตไอดอล.2565: ออนไลน์)

แนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัญหาการคุกคามทางเพศในสังคมไทยพบได้มากในสถานที่ทำงานและบริเวณที่สาธารณะ

ในการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้นกฎหมายไทยไม่ได้กำหนดว่าการคุกคามทางเพศนั้นถือเป็นการกระทำอันเป็นการล่วงละเมิดทางเพศ ซึ่งในประมวลกฎหมายอาญาบัญญัติไว้ในลักษณะ 9 ความผิดเกี่ยวกับเพศดังนี้ มาตรา 276-277 ตรี ความผิดฐานกระทำชำเรา และมาตรา 277-280/1 ความผิดฐานกระทำอนาจารเพียงเท่านั้นที่เป็นการล่วงละเมิดทางเพศ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาการคุกคามทางเพศมาจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยหลักได้แก่ เพศและสถานภาพ กล่าวคือ เมื่อผู้กระทำรับรู้ว่า ผู้เสียหายเป็นเพศหญิง การกระทำการคุกคามจึงเริ่มจากการใช้สายตาโลมเลีย รวมถึงการที่หญิงกระทำต่อชายเช่นเดียวกัน เมื่อผู้กระทำรับรู้ถึงสถานภาพของผู้เสียหาย ย่อมเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้กระทำทำการละเมิดในลักษณะของการคุกคามโดยใช้วาจาตามมา เนื่องจากผู้กระทำผิดรู้ว่าผู้เสียหายไม่มีพันธะ ก็ยิ่งเป็นเหตุให้ผู้กระทำผิดกระทำการคุกคามต่อไปได้ สถานการณ์ที่ตามมาหลังจากนี้คือ

การคุกคามโดยใช้พฤติกรรมท่าทาง ซึ่งมักจะเกิดในกลุ่มบุคคลที่มีความสนิทคุ้นเคยกัน ไม่ว่าจะเป็นการส่งสารโดยใช้ภาษามือในทางเพศหรือการใช้ท่าทางที่ส่อไปในทางลามกอนาจาร ซึ่งผู้รับสารสามารถรับรู้ได้ในทันทีว่านั่นคือการคุกคามทางเพศ และเมื่อสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยี การคุกคามทางเพศจึงไม่เพียงแต่พบได้ในสถานการณ์ซึ่งหน้า แต่การสนทนากันในโลกออนไลน์หรือการเผยแพร่ข้อความในสื่อโซเชียลต่าง ๆ ก็ย่อมเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการคุกคามทางเพศเช่นกัน

โดยทั่วไปแล้วการที่บุคคลอาศัยอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสังคมก็ย่อมจะมีความขัดแย้งตามมา อันเป็นผลมาจาก เมื่อบุคคลมีความสนิทสนมกันมากขึ้นความเกรงใจและให้เกียรติเป็นสิ่งตรงข้ามที่ลดลงไป การแสดงออกในเรื่องเพศก็เช่นเดียวกัน ผู้กระทำผิดส่วนมากอาศัยความสนิทสนมในการละเมิดความเป็นส่วนตัวในทางเพศของผู้เสียหาย โดยทำให้การคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานกลายเป็นเรื่องตลก

ขณะเดียวกันการคุกคามทางเพศในที่สาธารณะมีปัจจัยสำคัญมาจาก สภาพแวดล้อมในบริเวณพื้นที่สาธารณะนี้เองที่ส่งผลให้ผู้กระผิดกล้าที่จะทำการคุกคามทางเพศต่อผู้เสียหาย แม้ว่าผู้เสียหายสามารถร้องขอความช่วยเหลือเมื่อต้องเผชิญเหตุได้ แต่อย่างที่ได้กล่าวไปว่าปัญหาการคุกคามทางเพศยังคงเป็นพฤติกรรมที่คลุมเครือ ผลกระทบนั้นจึงทำให้ผู้เสียหายได้รับความอับอาย เป็นผลกระทบต่อสภาวะจิตใจต่างจากผลกระทบที่เกิดต่อร่างกายโดยตรง

ข้อมูลประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลสถิติของผู้เสียหายในกลุ่มคนทำงานและกลุ่มคนสาธารณะ

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่จำนวนสถิติคุกคามทางเพศที่เกิดในประเทศไทยจากกลุ่มคนทำงานและกลุ่มคนสาธารณะจากสถิติกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ปี 2564 และปี 2565 สถิติจากบริษัทวิจัย IPSOS การสำรวจสากลเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย ปี2564 และสถิติจากเครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง ปี 2565 ข้อมูลการคุกคามทางเพศที่ได้จากบทความและงานวิจัยข้อมูลทางทฤษฎีต่าง ๆ

ทั้งนี้ผู้จัดทำได้วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาการคุกคามทางเพศและผู้เสียหายจากการคุกคามทางเพศดังกล่าวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีจากสถิติกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ปี 2564 และปี 2565 สถิติจากบริษัทวิจัย IPSOS ปี 2564 และสถิติจากเครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง ปี 2565

การคุกคามทางเพศจะพบได้ใน 2 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มคนทำงานและกลุ่มคนสาธารณะพบว่าผู้เสียหายจากการคุกคามทางเพศล้วนได้รับความบอบช้ำจากการกระทำการคุกคามดังกล่าว อย่างไรก็ดีถึงแม้การกระทำดังกล่าวจะมีผลเสียหายแก่ผู้ถูกกระทำ แต่ด้วยผลของกฎหมายยังไม่มีการคุ้มครองผู้เสียหายจากปัญหาดังกล่าวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ (มาตาลักษณ์ เสรเมธากุล, 2563) การคุกคามทางเพศในประเทศไทยจากกรณีที่ได้กล่าวมาค้นพบว่ามีการเกิดขึ้นสูงมากทั้งในเพศหญิงและชายโดยการกระทำดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทั้งจิตใจของผู้ถูกกระทำและก่อให้เกิดความอับอายเนื่องด้วยการคุกคามทางเพศยังเป็นช่องว่างของกฎหมาย

การคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานจากผลสำรวจของกรมกิจการสตรีในปี พ.ศ.2564 ที่ทำการสำรวจ 136 หน่วยงานจากหลายองค์กรใน ประเทศไทย พบว่ามีผู้ถูกคุกคามทางเพศในที่ทำงานประมาณร้อยละ 10 (สถิติกรม กิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2564) และเมื่อนำมาเปรียบเทียบในปัจจุบันพบว่าตัวเลขผู้เสียหายจากการถูกคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานมีจำนวนมากถึงร้อยละ 95 (สถิติกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2565) เห็นได้ว่าจำนวนผู้เสียหายในสถานที่ทำงานเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะการใช้อำนาจกระทำการคุกคามเพราะใช้อำนาจของตนในทางที่ผิดสอดคล้องทฤษฎีการใช้อำนาจในทางที่ผิดของ (ปุณณดา บุญจันทร์, 2556) โดยแนวคิดการอธิบายการคุกคามทางเพศที่ผู้ชายใช้การข่มหรือใช้อำนาจครอบงำผู้หญิงซึ่งพบว่าสาเหตุที่เกี่ยวกับโครงสร้างค่านิยมที่ชายเป็นใหญ่เป็นสาเหตุประการสำคัญของการเกิดพฤติกรรมการคุกคามทางเพศซึ่งมีที่มาจากการทำร้ายของผู้มีอำนาจทางสังคม

การคุกคามทางเพศในที่สาธารณะ จากสถิติบนถนนโดยร้อยละ 45 ของผู้หญิงไทย (บริษัทวิจัย IPSOS การสำรวจสากลเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย, 2564) นอกจากบนท้องถนนแล้วยังคงมีการคุกคามทางเพศในการใช้บริการขนส่งสาธารณะอีกเช่นกันพบการคุกคามทางเพศมากที่สุดคือ รถเมล์ ร้อยละ 50 รองลงมาคือ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ร้อยละ 11.4 แท็กซี่ร้อยละ 10.9 รถตู้ร้อยละ 9.8 และรถไฟฟ้าร้อยละ 9.6 (สถิติเครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง, 2565)

ปัญหาที่เกิดเล็งเห็นได้ว่ากฎหมายมีช่องว่างให้ผู้กระทำผิดสามารถกระทำการดังกล่าวได้เนื่องจากกฎหมายไทยยังไม่ได้มีการคุ้มครองไว้ผู้กระทำผิดจึงไม่มีความเกรงกลัวใด ๆ และทางด้านผู้เสียหายเองก็ไม่มีสิทธิเสรีภาพของตัวเองเนื่องจากไม่มีกฎหมายคุ้มครอง สอดคล้องกับแนวคิดของ (สุริศา นิยมรัตน์, 2560) แม้ว่าจะมีการแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา เพื่อกำหนดความผิดเกี่ยวกับการคุกคามและการรบกวนความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคล ตามมาตรา 397 แต่ก็เป็นเพียงความผิดลหุโทษ ซึ่งไม่สามารถคุ้มครองผู้เสียหายจากการถูกคุกคามทางเพศได้อย่างแท้จริง

สรุปและอธิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในรูปแบบการคุกคามโดยใช้สายตา วาจา พฤติกรรมท่าทาง และสื่อโซเชียลเพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการคุ้มครองบุคคลที่ได้รับความเสียหายจากการคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงานและที่สาธารณะเพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการคุกคามทางเพศ เพื่อเสนอแนะและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุกคามทางเพศในที่ทำงานและที่สาธารณะ

ซึ่งในด้านปัญหาอุปสรรคการคุกคามทางเพศในรูปแบบการคุกคามโดยใช้สายตา วาจา พฤติกรรมท่าทาง และสื่อโซเชียลในสถานที่ทำงานและที่สาธารณะในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่รับรองเกี่ยวกับปัญหาการคุกคามทางเพศดังกล่าวตลอดจนถึงการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุกคามทางเพศโดยจากการศึกษากฎหมายของแต่ละประเทศได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศฝรั่งเศส สรุปได้ว่าในส่วนของประเทศออสเตรเลียมีกฎหมายรับรองการคุกคามทางเพศอย่างเห็นได้ชัดไว้ในประมวลกฎหมายอาญา อันได้แก่ การเฝ้าติดตาม การสื่อสารที่ลามกอนาจาร เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์ จดหมาย หรือสื่ออื่น ซึ่งต่างจาก

กฎหมายไทยมีเพียงกรณีที่ผู้กระทำลงมือกระทำต่อเนื้อตัวร่างกายของผู้เสียหายโดยตรง ดังจะเห็นได้จากกรณีของการกระทำชำเราหรือการกระทำอนาจาร ดังนั้นการคุกคาม โดยใช้สายตา วาจา พฤติกรรมท่าทาง และสื่อโซเชียล ยังไม่ได้รับการรับรองกฎหมายการคุกคามทางเพศอันเนื่องจากพยานหลักฐานอย่างการใช้สายตาจ้องมองขาอ่อนของเพศตรงข้ามเป็นเวลาเพียงไม่ถึงนาทีนั้นก็ไม่อาจที่จะนำมาเอาผิดผู้กระทำนั้นได้ จึงยังไม่เกิดความครอบคลุมในการเอาผิดแก่ผู้กระทำและในส่วนของกฎหมายประเทศออสเตรเลียตามมาตรา 28 A (1 A) (a) ยังได้บัญญัติรับรองว่าการกระทำอันเป็นการคุกคามทางเพศตามบทบัญญัตินี้ไม่จำกัดอายุนั้นแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดเพราะกฎหมายไทยมีกฎหมายที่คุ้มครองผู้เยาว์ในการกระทำผิดไม่ว่าจะรูปแบบใดๆซึ่งเป็นข้อกฎหมายที่คุ้มครองอยู่ ดังนั้นการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศในประเทศไทยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ทันยุคสมัยในปัจจุบันและตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกวันซึ่งมาจากต้นต่อการคุกคามทางเพศในรูปแบบต่างๆที่ได้กล่าวมาเพื่อให้ผู้เสียหายสามารถใช้กฎหมายในการปกป้องสิทธิ เสรีภาพของตนเองได้

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลการคุกคามทางเพศรูปแบบสายตา รูปแบบวาจา ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายไทยรับรองอันเนื่องจากพยานหลักฐานที่ไม่เพียงพออาจจะพัฒนาเป็นกฎหมายไม่ได้ จึงเสนอให้มีกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการคุกคามทางเพศตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2560 มาตรา 25 วรรคสอง วรรคสามและวรรคสี่มนุษย์ทุกคนมีสิทธิเสรีภาพอันเป็นเกียรติศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เมื่อบุคคลดังกล่าวได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดหรือการกระทำความผิดทางอาญาของบุคคลอื่นแม้ยังไม่มีกฎหมายนั้นตราขึ้นบังคับย่อมมีสิทธิได้รับการเยียวยา

เอกสารอ้างอิง

สุริศา นิยมรัตน์. (2560). **ความผิดทางอาญา:กรณีคุกคามทางเพศ**, หน้า 133-140.

สุริศา นิยมรัตน์. (2560). **การคุกคามทางเพศตามกฎหมายของต่างประเทศ**, หน้า 144-152

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2565). **สถิติการคุกคามทางเพศในสถานที่ทำงาน**. (ออนไลน์). สืบค้น 23 พฤษภาคม 2565, (http://www.gender.go.th).

บริษัทวิจัย IPSOS. (2564). **สถิติการคุกคามทางเพศในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย**. (ออนไลน์). สืบค้น 7 กรกฎาคม 2565, (https://positioningmag.com).

เครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง. (2565). **สถิติการคุกคามทางเพศในการขนส่งสาธารณะ**. (ออนไลน์). สืบค้น 7 กรกฎาคม 2565, (https://workpointtoday).

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2564). **สถิติความรุนแรงในครอบครัว**. (ออนไลน์). สืบค้น 7 กรกฎาคม 2565, (https://opendata.nesdc.go.th).

พรวิภา วิภานราภัย. (2554). **การคุกคามทางเพศต่อสตรีในที่ทำงาน**. ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หน้า 41-43.

สุริศา นิยมรัตน์. **บทความวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง**. (2560). หน้า 133-140.

ข่าวการคุกคามทางเพศรูปแบบวาจา. (2565). (ออนไลน์). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, (https://www.thairath.co.th).

การคุกคามโดยรูปแบบพฤติกรรมท่าทาง. (2564). (ออนไลน์). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, (https://news.ch7.com).

ข่าวการคุกคามทางเพศโดยรูปแบบทางสายตา. (2560). (ออนไลน์). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, (https://www.dailynews.co.th).

ข่าวการคุกคามทางเพศโดยรูปแบบสื่อโซเชียล. (2565). (ออนไลน์). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, (https://m.facebook.com/HKS2017/photos).

ปุณณดา บุญจันทร์. (2556). **การรับโทษหนักขึ้น: ศึกษากรณีการล่วงละเมิดทางเพศของผู้มีอำนาจบังคับบัญชากระทำต่อผู้ใต้บังคับบัญชา**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา, คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. หน้า 16-21.

มาตาลักษณ์ เสรเมธากุล. (2563). **หนังสือความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเพศศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, (2546).

การประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
Occupation of LGBTQ+

พรทิพย์ สองพัง[1] ฟอริดา รักชูชื่น[2] มยุรี ศรีสุวรรณ์[3]
ระพีพรรณ เพชรพวง[4] วิลาวรรณ รุ่งสว่าง[5]
และกรกฎ ทองขะโชค[6]

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของบุคคลดังกล่าว โดยศึกษาตั้งแต่ระบบเริ่มรับเข้าทำงาน ขณะทำงาน ตลอดจนการเลิกจ้างงาน ซึ่งศึกษากฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 พบว่าประชากรที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยมีประมาณ 4 ล้านคน ส่วนใหญ่มักถูกปฏิเสธในการสมัครเข้าทำงานเพียงเพราะอัตลักษณ์ทางเพศ อาทิคนข้ามเพศมีจำนวน 60% ที่เผชิญกับการถูกเลือกปฏิบัติในสถานที่ทำงานมากที่สุดในตลาดแรงงาน ซึ่งจากการศึกษารูปแบบการใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้นยังขาดกฎหมายที่มาคุ้มครองสิทธิของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากการถูกเอาเปรียบในสถานที่ทำงาน โดยผู้วิจัยได้นำข้อกฎหมายของทั้งสองพระราชบัญญัติมาปรับใช้เพื่อคุ้มครองบุคคลดังกล่าวโดยเสนอให้มีกฎหมายบังคับให้บริษัทเอกชนรับบุคคลหลากหลายทางเพศเข้าทำงาน มีข้อกำหนดในเรื่องสิทธิหน้าที่ที่มีต่อลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลหลากหลายทางเพศเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นการลากิจ ขอให้นายจ้างเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราว หรือมีการจ่ายค่าชดเชยในกรณีต้องออกจากงานเนื่องจากไม่สามารถเปลี่ยนตำแหน่งงานได้ และห้ามนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างซึ่งเหตุแห่งการเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศออกจาการทำงาน

คำสำคัญ: บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ, คุ้มครองแรงงาน

[1-5] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
[6] ศาสตราจารย์ ดร, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
* Corresponding author E-mail: songphang.1408@gmail.com

Abstract

The purpose of this research was to study the problems and obstacles in the occupation of the LGBTQ+ people and the laws related to their occupation. By studying from the start of the system to accept work, while working, as well as termination of employment. Which studied the laws under the Labor Protection Act, B. E. 2541 and the Promotion and Development of the Quality of Life of Persons with Disabilities Act, B.E. 2550. Found that the population of LGBTQ+ people in Thailand is approximately 4 million people. Most are unsuccessful in applying for jobs just because of their gender identity. For example, 60 percent of transgender people face workplace discrimination the most in the labor market. From the study of the relevant law patterns, there is still a lack of laws that protect the rights of LGBTQ+ people from being exploited in the workplace. The researcher has applied the law of both Acts to protect such persons by proposing a law to force private companies to accept LGBTQ+ people in work. There are specific provisions regarding rights and duties towards LGBTQ+ employees. whether it is possible to request a leave for gender reassignment surgery and for the employer to temporarily change the job in the same job or compensation is paid in the event of having to leave work due to inability to change positions and prohibit employers from laying off employees who are sexually diverse.

Keywords : gender diversity, The Labour Protection

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันอาจไม่ใช่สังคมที่ประกอบไปด้วยเพศสภาพโดยกำเนิดนั่นคือเพศหญิงและเพศชาย แต่ทว่าความเป็นจริงแล้วในบริบทของสังคมไทยเป็นสังคมที่ประกอบไปด้วยผู้คนแตกต่างหลากหลาย (ชุณิภา เปิดโลกนิมิต, 2563) เช่น กลุ่มชายรักชาย หญิงรักหญิง เป็นต้น หรือเรียกกลุ่มความหลากหลายทางเพศนี้ว่ากลุ่ม LGBTQ+ หมายถึง กลุ่มเพศทางเลือกที่ไม่ใช่กลุ่มเพศตามเพศสภาพนั่นเอง (ประณต คางดวง, 2565) โดยจำนวนประชากร LGBTQ+ มีจำนวนราว 483 ล้านคนทั่วโลก ในภูมิภาคเอเชียมีจำนวนราว 288 ล้านคน หรือคิดเป็น 60% ของประชากร LGBTQ+ ทั่วโลก (Business Today 2563, ออนไลน์) ขณะที่ในประเทศไทยมีจำนวนกลุ่ม LGBTQ+ จำนวนกว่า 4 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 6% ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2564, ออนไลน์)

โดยในปัจจุบันแม้ว่าสังคมไทยจะมีการยอมรับกลุ่มของผู้มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นจากอดีตแล้วก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศก็ยังดำเนินชีวิตอยู่บนเส้นของความเหลื่อมล้ำ ทั้งในแง่ของการเข้าถึงกฎหมายและสิทธิความเสมอภาคต่าง ๆ (เทิดเกียรติภณช์ แสงมณีจีรนันเดชา, 2563) ซึ่งผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศมักถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่แปลกแยก มีภาพลักษณ์แง่ลบ และถูกมองว่าเป็นผู้ผิดปกติทางจิต (ปริยศ กิตติธีระศักดิ์, 2560) ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่เป็นกลุ่มเลสเบี้ยน เกย์ คนรักสองเพศ คนข้ามเพศ และคนที่ไม่จำกัดกรอบเรื่องเพศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นปัญหาการตีตรา (สมถวิล เอี่ยมโก๋, วิกรม บุญนุ่น, 2564) โดยบุคคลที่มี

ความหลากหลายทางเพศมักถูกกีดกันหรือถูกห้ามไม่ให้ทำงานบางประเภทหรือบางกรณีอาจได้รับเงินค่าจ้างน้อยกว่าคนอื่น อีกทั้งรวมถึงถูกปฏิเสธในการรับเข้าทำงานส่งผลให้ไม่สามารถประกอบอาชีพตามความถนัด ชำนาญ และความสามารถของตนเองได้ (ภคพล เส้นขาว, 2563) ซึ่งบทบาททางเพศนี่เองทำให้เกิดการแบ่งงานระหว่างเพศในสังคม (ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์, 2564) และมีการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเกิดขึ้นได้ในหลายสถาบันรวมไปถึงสถานที่ทำงานด้วย (อารยา สุขสม, 2561) ซึ่งถือว่าเป็นการปิดกั้นโอกาสแก่บุคคลหลากหลายทางเพศที่จะได้แสดงความสามารถและศักยภาพในการประกอบอาชีพ

เมื่อในยุคโลกาวิวัฒน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้กฎหมายกลายเป็นสิ่งล้าสมัยและไม่เป็นธรรม (ฉันท์ชนก คงเฉลิมนนท์, 2558) ซึ่งกฎหมายที่ไม่ชัดเจนและขาดเสถียรภาพดังกฎหมายไทยที่ยังไม่มีการรับรองเพศวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศอย่างชัดเจน (บุษกร สุริยสาร, 2557) เมื่อกฎหมายไม่ได้เอื้อต่อการใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจึงเป็นการจำกัดสิทธิและความความเท่าเทียมก่อให้เกิดการเลือกปฏิบัติหรือกลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต (จริยา ถนัดค้า, ณัฐกานต์ อัครพงศ์พิศักดิ์, 2564) ซึ่งนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยได้พยายามพัฒนามาตรฐานการให้ความคุ้มครองแก่แรงงานมาโดยตลอด โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายคุ้มครองแรงงานที่ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเรียกร้องของลูกจ้างที่ถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม และเป็นกฎหมายที่บัญญัติถึงสิทธิหน้าที่ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างโดยกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการจ้างการใช้แรงงาน กำหนดค่าตอบแทนตามสมควร (เจียมจิต สุวรรณน้อย, 2552) และเป็นกฎหมายที่มีขอบเขตในการให้ความคุ้มครองแก่นายจ้างและลูกจ้างในกิจการทุกประเภทไม่ว่าจะกิจการนั้นจะมีลูกจ้างมากน้อยเพียงใด (เกษมสันต์ วิลาวรรณ, 2544)

แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันนั้นได้มีกฎหมายที่คุ้มครองลูกจ้างชายหญิงแล้ว แต่ทว่าหามีกฎหมายที่มาคุ้มครองบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในด้านการประกอบอาชีพไม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงการจ้างแรงงานและการคุ้มครองแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 จะเห็นได้ว่าเป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองการจ้างแรงงานลูกจ้างที่เป็นชายหญิงทั่วไป และมีบทบัญญัติที่คุ้มครองชายหญิงเป็นการเฉพาะแต่ไม่มีกฎหมายที่คุ้มครองลูกจ้างที่เป็นบุคคลหลากหลายทางเพศ ซึ่งเป็นผลทำให้การใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ยังขาดประสิทธิภาพและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตในการทำงานของลูกจ้างที่มีความหลากหลายทางเพศที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของนายจ้าง ดังนั้นจึงมุ่งศึกษาอุปสรรคในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพเพื่อให้ลูกจ้างที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับความคุ้มครองการจ้างแรงงานเช่นลูกจ้างชายหญิงทั่วไป

วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษาอุปสรรคในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

(2) เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาด้วยวิธีการรวบรวมเอกสารงานวิจัย วารสาร บทความ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ปัญหา สรุป และหาข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา

โดยศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการจ้างแรงงานภาคเอกชน อย่างการจ้างแรงงานในประเภทบริษัทตลอดจนองค์กรอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน ทั้งยังศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศตั้งแต่ระบบการเริ่มรับเข้าทำงาน ขณะทำงาน ตลอดจนการเลิกจ้างงาน ซึ่งศึกษากฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550

ผลการศึกษา

ประเด็นปัญหาอุปสรรคในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศพบว่าการเติบโตของกลุ่มคนที่ความหลากหลายทางเพศนี้สำหรับโลกทัศน์ของสมาชิกในบางประเทศเป็นเรื่องปกติ แต่สังคมไทยถูกมองเป็นเรื่องที่ผิดปกติ ทว่าภายหลังเมื่อมีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นพร้อมด้วยกาลเวลาที่เปลี่ยนผ่านสังคมไทยรวมถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไปทำให้ความคิดทัศนคติของคนไทยได้คุ้นชินกับความหลากหลายทางเพศมากขึ้นจึงมิใช่เป็นเรื่องที่แปลก และมีการยอมรับความหลากหลายทางเพศมากขึ้น (วิภาดา เอี่ยมคง, 2553) แม้ในปัจจุบันจะเปิดกว้างพอให้มีพื้นที่ทางสังคมสำหรับกลุ่มบุคคลหลากหลายทางเพศ แต่ในเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศในที่ทำงานสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศยังเป็นข้อกังวลต่อเพื่อนร่วมงานและนายจ้าง โดยแสดงความกลัวและวิตกกังวลอย่างมากว่าการเปิดเผยเรื่องเพศของพวกเขาอาจนำไปสู่การตกงานหรือการเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมจึงทำให้ลูกจ้างที่เป็นบุคลหลากหลายทางเพศมักจะต้องปกปิดตัวตนเพื่อรักษาให้ตนเองเป็นที่ยอมรับ (พนิดา นิลอรุณ, พิทักษ ศิริวงศ์, 2559) และสามารถเข้าสังคมการทำงานได้โดยปราศจากคำนินทา การล้อเลียนหรือพูดจาแทะโลมทางเพศในที่ทำงาน ซึ่งพบว่าบุคคลหลากหลายทางเพศ 45% ที่ไม่ประสบความสำเร็จในการสมัครงานเพราะอัตลักษณ์ทางเพศ (World bank blogs 2560, ออนไลน์) เช่น ในการกรอกใบสมัครงานนั้นมีการระบุว่าไม่รับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนทางเพศ อีกทั้งยังมีคำถามเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศว่าชอบรักร่วมเพศหรือชอบเพศตรงข้ามหรือว่าชอบทั้งสองเพศ ตลอดจนบุคคลหลากหลายทางเพศไม่ประสบความสำเร็จในการสัมภาษณ์งานอันเนื่องจากผู้สมัครงานนั้นมีเพศวิถีที่แตกต่างอย่างชัดเจนและมักถูกปฏิเสธงานหลังจากทราบว่าการแสดงออกทางเพศของตนไม่สอดคล้องกับเพศสภาพ หรือการแสดงออกทางเพศเช่นว่านั้นไม่ตรงกับที่กรอกในเอกสารสมัครงานตอนต้น อย่างบุคคลข้ามเพศในแง่ของการจ้างงานนั้นนายจ้างได้ปิดประกาศรับสมัครงานโดยระบุอย่างชัดเจนว่าไม่ประสงค์จะให้บุคคลข้ามเพศสมัคร หรือผู้จัดการฝ่ายจัดจ้างบุคคลสอบถามด้วยคำถามที่ไม่เหมาะสมกับบุคคลข้ามเพศ และแจ้งว่าจะไม่จ้างพวกเขาเพียงเพราะอัตลักษณ์ทางเพศ หรือกำหนดให้พวกเขาต้องแต่งกายที่สอดคล้องตามเพศของตนที่ถูกกำหนดมาแต่เกิดเท่านั้น และในกรณีในระหว่างการสัมภาษณ์งานได้มีการแจ้งให้ทราบอย่างตรงไปตรงมาว่ารับเฉพาะผู้หญิงและผู้ชายไม่จ้างบุคคลที่เป็นคนข้ามเพศแม้จะสามารถทำงานในส่วนนั้นได้ก็ตาม หรือในกรณีหลังสัมภาษณ์งานพบว่าไม่รับบุคคลข้ามเพศเข้าทำงานแต่ไปเลือกรับ

ผู้สมัครที่เป็นชายตรงเพศแทน (จอห์น โฮล์ม 2564, ออนไลน์) จึงแสดงให้เห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นการแบ่งแยกเพศและเป็นการเหยียดเพศต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งพบว่าในบางองค์กรยังมีการ “เหยียดเพศ” ในสถานที่ทำงานให้เห็นอยู่มากมาย ทั้งการปฏิเสธพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลหลากหลายทางเพศซึ่งทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติเกิดขึ้นและไม่สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งส่งผลทางลบต่อการทำงาน (ธัญเทพ ไกรศรี, ภควดี พัฒน์มณี, 2562) อันเนื่องจากเขาได้แสดงออกในทางร่างกายหรือรสนิยมทางเพศในสถานที่ทำงาน (อารยา สุขสม, 2559) โดยการเหยียดเพศหรือการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมทางเพศในสถานที่ทำงานนั้นสำหรับบุคคลที่มีความหลากทางเพศมองว่าเป็นการเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งคนในสังคมไทยควรจะเคารพในเรื่องของสิทธิมนุษยชนของกันและกันไม่ว่าบุคคลนั้นจะเป็นเพศใดหรือมีรสนิยมทางเพศแบบใดก็ตาม ทุกคนล้วนมีสิทธิและเสรีภาพที่เท่าเทียมกันในการประกอบอาชีพ

โดยสัดส่วนการโดนเลือกปฏิบัติของบุคคลหลากหลายทางเพศในไทยข้อมูลจาก World Bank (ธนาคารโลก) เมื่อปี 2561 มีการทำแบบสำรวจประชากรชาวไทย 3,502 คน แบ่งเป็นกลุ่มหลากหลายทางเพศ 2,302 คน และ ชายจริงหญิงแท้ 1,200 คน พบว่าบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีประสบการณ์ถูกเลือกปฏิบัติในสถานที่ทำงานดังนี้ คนข้ามเพศ 77% เกย์ 49% และเลสเบี้ยน 62.5% ที่ถูกปฏิเสธงานเพราะว่าเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และยังพบอีกว่าคนข้ามเพศ 40% เคยถูกละเมิดทางเพศหรือล้อเลียนในที่ทำงาน เกย์ 22.7% ไม่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งเนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และ 24% ของเกย์และเลสเบี้ยนถูกห้ามไม่ให้เปิดเผยตัวในที่ทำงาน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าคนข้ามเพศมีจำนวน 60% ที่เผชิญกับการถูกเลือกปฏิบัติในที่ทำงาน เมื่อเทียบกับเลสเบี้ยน 29% และเกย์ 19% มีประสบการณ์ถูกเลือกปฏิบัติมากที่สุดในตลาดแรงงาน (สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติและองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา 2556, ออนไลน์) โดยข้อมูลนี้สอดคล้องกับรายงานขององค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID) ที่บอกไว้ว่ากลุ่มคนข้ามเพศเผชิญกับปัญหาการเหยียดเพศมากที่สุด เพราะตามกฎหมายไม่สามารถเปลี่ยนคำนำหน้าชื่อจากนายเป็นนางสาวได้ ประกอบกับค่านิยมของสังคมก่อนหน้านี้ทำให้โอกาสในการเข้าถึงการทำงานในระดับสูงของคนข้ามเพศยังเป็นภาพที่ไม่ค่อยเห็นมากนัก และจากรายงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศเกี่ยวกับประเด็นของการที่ชาวบุคคลที่มีความหลายอย่างทางเพศในเมืองไทยที่ถูกเหยียดเพศในสถานที่ทำงานยังพบว่า ผู้สมัครงานที่เป็นบุคคลข้ามเพศมักจะถูกให้ทำแบบทดสอบทางจิตวิทยาโดยแบบทดสอบนี้ไม่ได้ใช้กับผู้สมัครคนอื่น ๆ ในองค์กรเอกชน ซึ่งสาวประเภทสองและทอมบ่อยครั้งจะถูกถามคำถามเกี่ยวกับความชอบทางเพศของเจ้าตัวระหว่างการสัมภาษณ์งานและถูกปฏิเสธงานในที่สุด (TODAY Bizview Writer 2565, ออนไลน์) ซึ่งการเลือกปฏิบัติต่อบุคคลที่ที่มีความหลากหลายทางเพศดังกล่าวนี้โดยไม่คำนึงถึงความสามารถของพวกเขา หรือความต้องการของงานนั้น ๆ เป็นสิ่งที่เลวร้ายที่สุดและถือว่าเป็นการขัดต่อกฎหมายรัฐธรรมนูญในเรื่องสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่กำหนดให้บุคคลทุกคนต้องได้รับความเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งการเลือกปฏิบัติในการทำงานนั้นอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในขณะสมัครงาน ขณะทำงาน และเลิกจ้างทำงาน โดยคนที่พบกับการเลือกปฏิบัติในขณะสมัครงานมักต้องเผชิญปัญหาเหล่านี้ต่อในขณะทำงาน และปัญหานี้จะหนักขึ้นเรื่อย ๆ ฉะนั้นเห็นได้ว่าความเหลื่อมล้ำที่มีต่อบุคคลที่มี

ความหลากหลายทางเพศในด้านการประกอบอาชีพนั้นยังเป็นคงปัญหาที่แก้ไขได้ยาก

ประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจากการศึกษารูปแบบการใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานและปัญหาที่เกิดจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ตามขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองแรงงานตามหลักทั่วไปนั้น กฎหมายคุ้มครองแรงงานซึ่งใช้บังคับกับนายจ้างและลูกจ้างที่เป็นการจ้างงานของเอกชนทุกกรณี ไม่ว่านายจ้างนั้นจะประกอบกิจการประเภทใด หรือมีลูกจ้างจำนวนเท่าใดก็ตาม โดยกฎหมายคุ้มครองแรงงานได้บัญญัติยกเว้นจะไม่ใช้บังคับกับราชการส่วนกลาง ราชการส่วน ภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 4) และเป็นกฎหมายที่ใช้บังคับแก่การจ้างแรงงานและคุ้มครองแรงงานลูกจ้างที่เป็นชายหญิงทั่วไป

โดยประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งหมด 66.17 ล้านคน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 2565, ออนไลน์) มีจำนวนบุคลหลากหลายทางเพศจำนวนราว 4 ล้านคน คิดเป็น 6% ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด ซึ่งพบว่าประชากรที่เป็นบุคคลหลากหลายทางเพศในประเทศไทยส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่แสดงออกเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการสร้างภาวะคุกคามให้กับตัวเองในแง่ของการว่าจ้างและความก้าวหน้าในอาชีพ อันเนื่องจากยังขาดกฎหมายที่ปกป้องสิทธิของพวกเขาจากการถูกแบ่งแยกอันมีเหตุมาจากความชอบทางเพศหรืออัตลักษณ์ทางเพศของตน ซึ่งเมื่อได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงงานคนพิการนั้นแม้ว่าในสังคมไทยยังมีการเลือกปฏิบัติต่อคนพิการอยู่แต่ทว่าได้มีกฎหมายที่กระจัดกระจายอยู่ตามกฎหมายต่าง ๆ ทั้งในกฎหมายรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ และกฎหมายระดับพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของคนพิการ อย่างสิทธิในการประกอบอาชีพของคนพิการนั้นได้มีการส่งเสริมให้คนพิการมีอาชีพเพื่อมีรายได้ในการดำรงชีวิตอีกทั้งยังให้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการนั้นแก่นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการและหน่วยงานของรัฐที่รับคนพิการเข้าทำงานตามลักษณะของงานในอัตราส่วนที่เหมาะสม (พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 มาตรา 33) และเพื่อให้ลูกจ้างที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกันกับแรงงานชายและหญิง ได้นำเอามาตรฐานกฎหมายคุ้มครองแรงงานพ.ศ.2541 มาใช้เป็นมาตรฐานขั้นต่ำ (ตรีเนตร สาระพงษ์, ถวัลย์ รุยาพร, วรยุทธ พูลสุข, 2564) ในการวิเคราะห์แก่การจ้างแรงงานบุคคที่มีความหลากหลายทางเพศ

โดยพบว่าในขั้นการสมัครเข้าทำงานของเอกชนนั้นไม่ได้มีกฎหมายใดคุ้มครองหรือกำหนดแบบแผนไว้อย่างชัดเจนว่าจะต้องทำตามแบบที่กฎหมายกำหนด ส่วนมากมักพบว่าเป็นกฎเกณฑ์ของแต่ละหน่วยงานเป็นส่วนใหญ่ที่กำหนดเกณฑ์ในการรับสมัครเข้าทำงาน โดยผู้สมัครเข้าทำงานนั้นจะต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่วางไว้จึงจะมีสิทธิสมัครเข้าทำงานได้ และจากการศึกษาพบได้ว่าแม้ผู้เข้าสมัครจะมีคุณสมบัติครบตามกฎเกณฑ์หรือสอบทฤษฎีผ่าน แต่เมื่อถึงขั้นสัมภาษณ์ผู้สมัครที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมักถูกปฏิเสธการรับเข้าทำงานมากกว่าผู้สมัครที่มีเพศตามสภาพอันเนื่องจากเหตุอัตลักษณ์ทางเพศ แต่อย่างไรก็ดีการรับสมัครงานนั้นนายจ้างหรือผู้ประกอบการมีสิทธิพิจารณาว่าจะจ้างแรงงานประเภทใดเพื่อที่จะให้สอดคล้องกับสภาพงานที่ทำ โดยจากการศึกษาจะเห็นได้ว่าแรงงานที่สถานประกอบการต้องการสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ (1) แรงงานไร้ฝีมือ

(Unskilled labor) ผู้ที่ทำงานในลักษณะงานง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถมาก (2) แรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled labor) ผู้ที่อยู่ในระดับกลางระหว่างแรงงานฝีมือและแรงงานไม่มีฝีมือได้รับการฝึกอาชีพมาบ้างแต่ระยะเวลาสั้นและไม่ละเอียด ส่วนใหญ่จะทำงานที่กำหนดวิธีการแบบแผนตายตัวไว้แล้ว อาจต้องได้รับการฝึกเพิ่มเติมและอบรมให้รู้จักการตัดสินใจอย่างอิสระในระดับหนึ่ง (3) แรงงานฝีมือ (Skilled labor) หมายถึง ผู้มีความรู้ความชำนาญในงานช่างฝีมือโดยได้ผ่านการฝึกอาชีพมาแล้วมีความรับผิดชอบในหน้าที่และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้ (ชาญโชติ ชมพูนุท 2555, ออนไลน์) ซึ่งเห็นได้ว่าแรงงานนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายระดับขึ้นอยู่กับสภาพงานที่ทำ

ในการทำงานนั้นพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 หรือกฎหมายคุ้มครองแรงงานเป็นกฎหมายที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างแรงงานระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง อาทิเช่น จะต้องมีการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่แรงงานทุกคนในประเภทแรงงานเดียวกันทั้งชายหญิง หรือแม้แต่บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศย่อมได้รับในอัตราค่าจ้างที่เท่ากันตามที่กฎหมายกำหนด เว้นแต่ลูกจ้างซึ่งเป็นชายหญิงและรวมไปถึงลูกจ้างที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นได้ทำงานอยู่ในพื้นที่แตกต่างกันหรือทำงานคนละประเภทกันจะได้รับอัตราค่าจ้างที่แตกต่างกันออกไป (กระทรวงแรงงาน 2565, ออนไลน์) โดยสภาพการจ้างงานนั้นนายจ้างและลูกจ้างสามารถที่จะตกลงกันได้ แต่จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองแรงงานพ.ศ. 2541 อย่างในการทำงานนั้นจะต้องกำหนดวันเวลาทำงานปกติของลูกจ้างทั่วไปที่เป็นชายหญิงไว้คือ ต้องไม่เกิน 8 ชั่วโมงต่อวัน และมีเวลาพัก 1 ชั่วโมงต่อวัน หรือตามที่นายจ้างลูกจ้างตกลงกัน และไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และมีเวลาพัก 1 วันต่อสัปดาห์ (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 40) ซึ่งในกรณีดังกล่าวล้วนบังคับแก่บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย ในส่วนของวันหยุด วันลา ที่ลูกจ้างใช้สิทธิหยุดงานอันเนื่องจากเหตุจำเป็นต่าง ๆ โดยได้รับอนุญาตจากนายจ้าง เช่น ลาป่วย ลาเพื่อทำหมัน ลาเพื่อกิจธุระอันจำเป็น ลาเพื่อไปพัฒนาความรู้ วันลาเช่นว่านี้ลูกจ้างทุกคนย่อมได้รับอย่างเท่าเทียมตามที่กฎหมายกำหนด แต่การลาเพื่อรับราชการทหารนั้นเป็นสิทธิเฉพาะลูกจ้างที่เป็นเพศชายเท่านั้น และการลาเพื่อคลอดบุตรก็เป็นสิทธิเฉพาะลูกจ้างที่เป็นหญิงเช่นกัน (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 35 มาตรา 36 และมาตรา 41) ซึ่งทำให้ลูกจ้างชายและหญิงมีสิทธิลาได้มากกว่าลูกจ้างที่บุคคลหลากหลายทางเพศ

ในส่วนขั้นตอนการเลิกจ้างนั้นนายจ้างและลูกจ้างสามารถบอกเลิกจ้างได้เมื่อทำงานครบตามกำหนดระยะเวลาที่ว่าจ้างกันหรือเมื่อเกิดเหตุอันก่อให้เลิกจ้างขึ้น แต่ในกรณีที่ลูกจ้างมิได้กระทำผิดและนายจ้างได้เลิกจ้างนั้นนายจ้างจะต้องจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างเสมอ อย่างการเลิกจ้างนี้อาจเลิกจ้างเพราะเหตุปรับปรุงหน่วยงานหรือในกรณีที่นายจ้างย้ายสถานประกอบกิจการไปตั้ง ณ ที่อื่น หรือการเลิกจ้างในกรณีอื่นใดตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานกำหนดไว้ เป็นต้น ซึ่งลูกจ้างทุกคนที่เป็นชายหญิงและที่เป็นบุคคลหลากหลายทางเพศล้วนมีสิทธิได้รับค่าชดเชย แต่ทว่าในกรณีที่ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์ห้ามมิให้นายจ้างเลิกจ้าง (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 43) อีกทั้งในกรณีที่ลูกจ้างนั้นเป็นบุคคลหลากหลายทางเพศห้ามนายจ้างเลิกจ้างอันเนื่องมาจากเป็นผู้ซึ่งผ่านการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศเช่นกัน แต่ทว่าสามารถให้ออกจากงานหรือเปลี่ยนงานโดยจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคคลดังกล่าวได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ได้มีบทบัญญัติบางส่วนและในส่วนการคุ้มครองแรงงานเฉพาะกลุ่มนั้นไม่ได้ครอบคลุมในส่วนการคุ้มครองลูกจ้างที่เป็นบุคคลหลากหลายทางอาทิ บทบัญญัติใน หมวด 1 บททั่วไป มาตรา 15 ที่ว่านายจ้างต้องปฏิบัติต่อลูกจ้างที่เป็นชายและหญิงโดยเท่าเทียมในการจ้างงาน และ หมวด 3 การใช้แรงงานหญิง มาตรา 38 ถึงมาตรา 43 จึงกล่าวได้ว่าจากบทบัญญัติของกฎหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากฎหมายให้ความสำคัญกับการทำงานที่ใช้แรงงานเพศหญิงโดยกำเนิด แต่มิได้ให้ความคุ้มครองสิทธิบุคคลที่ผ่าตัดแปลงเพศจากชายเป็นหญิงหรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่นเดียวกับในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ก็มิให้มีบทบัญญัติของกฎหมายที่เป็นการคุ้มครองสิทธิบุคคลที่ผ่าตัดแปลงเพศจากชายเป็นหญิงในเรื่องการทำงานโดยเฉพาะเช่นกัน (จรัญ ศรีสุข, วิณัฏฐา แสงสุข, สุธี อยู่สถาพร, จรัญ ภักดีธนากุล, 2565) แม้ว่าปัจจุบันสังคมไทยได้มีการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของบุคคลในขั้นพื้นฐานที่เป็นสิทธิเสรีภาพในด้านต่าง ๆ ภายใต้กฎหมายและมีการยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นจากอดีตแล้วก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็ยังได้รับผลกระทบจากความเหลื่อมล้ำในเรื่องที่เกี่ยวกับสิทธิและข้อกฎหมายต่าง ๆ (กัญจิรา วิจิตรวัชรารักษ์, พระมหาอรุณ ปญฺญารุโณ, สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์, 2562) ตลอดจนสิทธิในการคุ้มครองการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลทุกคนควรจะได้รับการคุ้มครองอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคในสังคมรวมไปถึงบุคคลที่มีหลากหลายทางเพศก็เช่นกัน

สรุปและอภิปรายผล

ปัญหาในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเช่น ปัญหาในการเลือกปฏิบัติในที่ทำงานมักเกิดขึ้นในหลาย ๆ ช่วง ซึ่งที่แนบเนียนที่สุดคือการปฏิเสธการรับเข้าทำงานในช่วงการรับสมัครงาน ทั้งมีการประกาศรับสมัครงานที่มีการระบุจำกัดเพศเอาไว้ หรือในกรณีที่เรียกมาให้สัมภาษณ์งานพบว่าเรียกมาแล้วก็มีการตั้งคำถามที่ละเมิดความเป็นส่วนตัว อาทิ ชอบผู้หญิงหรือผู้ชาย เมื่อเข้าทำงานมาแล้วอีกหน่อยจะแต่งตัวเป็นผู้หญิงหรือไม่ หรือมีการทำแบบทดสอบทางจิตวิทยาโดยแบบทดสอบนี้ไม่ได้ใช้กับผู้สมัครคนอื่น ๆ อีกทั้งเมื่อเรียกมาแล้วพบว่าเพศกำเนิดไม่ตรงกับเพศสภาพ จึงทำให้บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเหล่านี้มักถูกปฏิเสธรับเข้าทำงานและไม่มีโอกาสที่จะแสดงความรู้ความสามารถในการทำงาน ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการทำงานบางหน่วยงานนั้นไม่เอื้ออำนวยต่อการเปิดเผยตัวตนของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจึงทำให้ต้องปกปิดตัวตนเอาไว้ ทั้งการพูดคุยที่ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกดี เช่น การพูดล้อเลียนส่อเสียดเหยียดอัตลักษณ์ทางเพศ หรือความลำเอียงที่ได้รับจากเพื่อร่วมงานและนายจ้างจึงทำให้ในหลาย ๆ ครั้งบุคคลที่มีหลากหลายทางเพศจำเป็นต้องแสดงออกให้เหมือนกับคนทั่วไปเพื่อหลีกเลี่ยงแรงต้านและการถูกปฏิเสธจากเพื่อนร่วมงาน

ในด้านปัญหาของกฎหมายซึ่งเทียบเคียงจากพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในการประกอบอาชีพของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างปัญหาการถูกปฏิเสธรับเข้าทำงาน โดยสรุปได้ว่าควรมีกฎหมายคุ้มครองให้นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการเอกชนต้องรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าทำงานเช่นเดียวกับที่ทุกสถานประกอบการต้องรับผู้พิการเข้าทำงาน โดยต้องรับในอัตราส่วนของลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 1 คนต่อลูกจ้าง 50 คน หากมิได้รับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าทำงานตาม

จำนวนที่กำหนดให้ส่งเงินเข้ากองทุน และถ้าสถานประกอบการหรือองค์กรเอกชนที่จ้างบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าทำงานมากกว่าร้อยละหกสิบของลูกจ้าง โดยมีระยะเวลาจ้างเกินกว่าร้อยแปดสิบวันในปีภาษีใดมีสิทธิได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ในปีภาษีนั้น ส่วนปัญหาอันเกี่ยวกับมาตรฐานขั้นต่ำในการจ้างแรงงานและสิทธิอื่น ๆ ในการคุ้มครองแรงงานได้เทียบเคียงกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานพ.ศ 2541 เช่น เรื่องการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำในส่วนกรณีที่ลูกจ้างได้ทำงานประเภทเดียวกันและในพื้นที่ที่เหมือนกันลูกจ้างซึ่งเป็นชายและหญิงรวมถึงลูกจ้างที่เป็นบุคคลหลากหลายทางเพศต่างก็ได้รับค่าจ้างในอัตราที่เท่าเทียมกันแล้ว เว้นแต่สภาพงานที่ทำต่างกันหรือทำในพื้นที่แตกต่างกัน ส่วนปัญหาเรื่องวันหยุด วันลา นั้นอาจอนุญาตให้ลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลหลากหลายทางเพศสามารถขอลาเพื่อศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศได้ และในกรณีที่ลูกจ้างซึ่งเป็นผู้ซึ่งผ่านการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศที่มีใบรับรองแพทย์แผนปัจจุบันมาแสดงว่าไม่อาจทำงานในหน้าที่เดิมต่อไปได้ให้ลูกจ้างนั้นมีสิทธิขอให้นายจ้างเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราวก่อนหรือหลังการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศ และให้นายจ้างพิจารณาเปลี่ยนงานที่เหมาะสมให้แก่ลูกจ้างนั้นได้เช่นเดียวกับกรณีหญิงตั้งครรภ์ แต่ถ้าหากเหตุแห่งการแปลงเพศของลูกจ้างกระทบถึงข้อตกลงในการจ้างงาน และนายจ้างไม่อาจเปลี่ยนงานให้ลูกจ้างได้ นายจ้างอาจเสนอให้ลูกจ้างออกจากงานพร้อมจ่ายค่าชดเชยกึ่งหนึ่งของอัตราที่กฎหมายกำหนด และห้ามมิให้นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างผู้ซึ่งผ่านการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีกฎหมายที่บังคับให้บริษัทเอกชนรับบุคคลหลากหลายทางเพศเข้าทำงานในอัตราส่วนของลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 1 คนต่อลูกจ้าง 50 คน อีกทั้งควรกำหนดเรื่องของสิทธิหน้าที่ของลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลหลากหลายทางเพศและนายจ้างที่มีต่อลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลหลากหลายทางเพศเป็นการเฉพาะ เช่น การอนุญาตให้ลูกจ้างซึ่งเป็นบุคคลทางเพศสามารถขอลาเพื่อศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศได้ และในกรณีที่ลูกจ้างซึ่งเป็นผู้ซึ่งผ่านการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศที่มีใบรับรองแพทย์แผนปัจจุบันว่าไม่อาจทำงานในหน้าที่เดิมต่อไปได้ให้ลูกจ้างมีสิทธิขอให้นายจ้างเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราวก่อนหรือหลังการศัลยกรรมตกแต่งแปลงเพศ และควรมีการจ่ายค่าชดเชยในกรณีที่ลูกจ้างเช่นว่านั้นต้องออกจากงานเนื่องจากไม่สามารถเปลี่ยนตำแหน่งงานได้ และห้ามนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างซึ่งเหตุแห่งการเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศออกจากการทำงาน ซึ่งอาจแก้ไขในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานพ.ศ 2541 หรือเพิ่มหมวดในการคุ้มครองการใช้แรงงานบุคคลหลากหลายทางเพศไว้เป็นการเฉพาะ

เอกสารอ้างอิง

กัญจิราวิจิตรวัชรารักษ์, พระมหาอรุณ ปญญารุโณ, สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์. (2562). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์.เล่มที่ 6 ฉบับที่ 8, 3758-3772.

กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2565). สถานการณ์คนพิการ 30 มิถุนายน 2565 (รายไตรมาส). สืบค้น 2 ตุลาคม 2565, จาก https://www.dep.go.th/th/law-academic/knowledge-base/disabled-person-situation/

กระทรวงแรงงาน. (2565). ประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่องอัตราค่าจ้าขั้นต่ำ (ฉบับที่11). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565 จาก https://www.mol.go.th/

เกษมสันต์ วิลาวรรณ. (2544). คำอธิบายกฎหมายแรงงาน.หนังสือกฎหมายคำอธิบายกฎหมายแรงงาน. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 19-24.

จรัญ ศรีสุข, วิณัฏฐา แสงสุข, สุธี อยู่สถาพร, จรัญ ภักดีธนากุล. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิบุคคลที่ผ่าตัดแปลงเพศจากชายเป็นหญิง. วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. เล่ม 12 ฉบับที่ 1, 114-129.

จริยา ถนัดค้า, ณัฐกานต์ อัครพงศ์พิศักดิ์. (2564). การตอบโต้ความเป็นชายขอบ : การกลายเป็นเน็ตไอดอลของคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ). วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. เล่มที่ 5 ฉบับที่ 3, 231-221.

จอห์น โฮล์ม. (2564). “คุณจับคนยัดไว้ในกล่องไม่ได้หรอก”. สืบค้น 12 ตุลาคม 2565 จาก https://www.hrw.org/th/report/2021/12/09/380638

เจียมจิต สุวรรณน้อย. (2552). ผลกระทบอันเกิดจากการแก้ไขกฎหมายแรงงาน ; ศึกษาเปรียบเทียบพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2551 กับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551. วิทยานิพนธ์คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีปทุม. 20-254.

ฉันท์ชนก คงเฉลิมนนท์. (2558). กฎหมายแรงงานในส่วนที่ไม่เป็นธรรมต่อนายจ้าง. วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2, 139-154.

ชุณิภา เปิดโลกนิมิต. (2563). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยโดยการส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในทางพระพุทธศาสนา. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์. เล่มที่ 6 ฉบับที่ 1 2563, 255-266.

ชาญโชติ ชมพูนุท. (2555). แรงงาน. สืบค้น 5 ตุลาคม 2565, จาก https://www.gotoknow.org/posts/504753

ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์. (2564). อัตลักษณ์ความหลากหลายทางเพศของนักเต้น Cover Dance ในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ. เล่มที่ 28 ฉบับที่ 1, 429-453.

ตรีเนตร สาระพงษ์, ถวัลย์ รุยาพร, วรยุทธ พูลสุข. (2564). ปัญหาทางกฎหมายในการนำกฎหมายแรงงานไปเป็นมาตรฐานขั้นต่ำในการคุ้มครองและประโยชน์ตอบแทนแก่พนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับ : ศึกษากรณีความเห็นคณะกรรมการกฤษฎีกาที่วินิจฉัยกรณีมหาวิทยาลัยแม่โจ้. วารสารนิติศาสตร์และสังคมท้องถิ่น. ฉบับที่ 5 กรกฎาคม-ธันวาคม, 47.

เทิดเกียรติภณช์ แสงมณีจีรนันเดชา. (2563). ความเสมอภาคของกลุ่มหลากหลายทางเพศต่อการสมรสและรับรองบุตร : โอกาสและความท้าทายของสังคมไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. เล่มที่ 14 ฉบับที่ 1, 61-70.

ธัญเทพ ไกรศรี, ภควดี พัฒน์มณี. (2562). บรรยากาศภายในองค์การและความพึงพอใจในงานของกลุ่มพนักงานสำนักงานที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. เล่ม 2 ฉบับที่ 3, 73-249.

บุษกร สุริยสาร. (2557). อัตลักษณ์และเพศวิถีทางเพศในประเทศไทย. องค์การแรงงานระหว่างประเทศ ประจำประเทศไทย กัมพูชา และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ; โครงการส่งเสริมสิทธิ ความหลากหลาย และความเท่าเทียมในโลกของ การทำงาน (PRIDE). – กรุงเทพฯ : องค์การแรงงานระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1, 1-153.

ประณต คางดวง. (2565). ปัญหาทางกฎหมายในการใช้ชีวิตคู่ของบุคคลซึ่งมีความหลากหลายทางเพศในระบบกฎหมายไทย. วารนิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายมหาชน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 1-8.

ปริยศ กิตติธีระศักดิ์. (2560). ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคำนิยามในการศึกษาถึงความหลากหลายทางเพศ ในคนกลุ่มน้อยทางเพศในประเทศไทย. วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต. ปีที่ 31 ฉบับที่ 2, 6.

ภคพล เส้นขาว. (2563). การเลือกปฏิบัติต่อสตรีข้ามเพศในสังคมไทย. วารสารรามคำแหงฉบับมนุษยศาสตร์. ปีที่ 39 ฉบับที่, 149-168.

พนิดา นิลอรุณ, พิทักษ ศิริวงศ์. (2559). ความฉลาดรู้เรื่องเพศของพนักงานทอมบอยในองค์กรเอกชน: กรณีศึกษาเพศทางเลือก. วารสารจันทรเกษมสาร ปที่ 22 ฉบับที่ 42, 1-10.

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541. สืบค้น 2 ตุลาคม 2565. จาก https://www.law.cmu.ac.th/law2011/journal/e1576547827.pdf

พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556.

วิภาดา เอี่ยมคง. (2553). ผลสะเทือนของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 1-194.

สมถวิล เอี่ยมโก๋, วิกรม บุญนุ่น. (2564). การตีตราและการกดทับ LGBTQ ในสังคมไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. เล่ม 12 ฉบับที่ 1, 384-398.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2565). ข้อมูลทั่วไปด้านประชากร. สืบค้น 7 ตุลาคม 2565 จาก https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic

สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) และ องค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID). (2556). รายงานในบริบทของประเทศไทยเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Being LGBT in Asia. สืบค้น 7 ตุลาคม 2565 จาก https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1861/Being_LGBT_in_Asia_Thailand_Country_Report_Thai_Language.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). SDGs กับความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+). สืบค้น 6 ตุลาคม 2565 จาก http://www.sdgport-th.org/2021/02/sdgs-lgbtqi/

อารยา สุขสม. (2559). สิทธิมนุษยชนในเรื่องวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศในระบบกฎหมายไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตคณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 549.

อารยา สุขสม. (2561). รัฐธรรมนูญไทยกับความหลากหลายทางเพศ. วารสารนิติสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปีที่ 11 ฉบับที่ 2, 90.

Business Today. (2563). “เปิดขุมทรัพย์ LGBT ในไทยสวรรค์แห่งความหลากหลายทางเพศ”. สืบค้น 1 ตุลาคม 2565, จากhttps://www.businesstoday.co/bt-news/30/01/2020/22814/

TODAY Bizview Writer. (2565). “องค์กรกำลังพลาดอะไร หากกีดกันความหลากหลายทางเพศ”. สืบค้น 2 ตุลาคม 2565 จาก https://workpointtoday.com/gender-discrimination/

World Bank Blogs. (2560). LGBTI ในประเทศไทย : ข้อมูลใหม่แสดงเส้นทางสู่การเป็นหนึ่งเดียว กับสังคมยิ่งกว่าที่เคย. สืบค้น 7 ตุลาคม 2565 จากhttps://blogs.worldbank.org/th/eastasiapacific/lgbti-in-thailand-new-data-paves-way-for-more

World Bank Group. (2561). ECONOMIC INCLUSION OF LGBTI GROUPS IN THAILAND. สืบค้น 7 ตุลาคม 2565 จาก https://documents1.worldbank.org/curated/en/269041521819512465/pdf/124554-WP-PUBLIC-LGBTI-Report2018-full-report-English-23March.pdf

การประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์

Occupation of acquitted in serious case

ทิพวรรณ สัตบุตร[1] ซาดบรรณ์ อาแว[2] นงนภัส เส้งแดง[3]
ฟอซีย์ ลาสาตร์[4] รอมฎอน สันหมาน[5] และจิดาภา พรยิ่ง*[6]

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัญหาการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ และความรุนแรง เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีและหลักเกณฑ์ กฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขกฎหมายในการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษ จากการศึกษา ปัญหาการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง พบว่า รัฐบาลไม่ได้ให้การช่วยเหลือผู้พ้นโทษด้านการประกอบอาชีพ ส่งผลให้ผู้พ้นโทษไม่มีงานทำ และกลับมากระทำความผิดซ้ำอีก จำเป็นต้องหาเร่งแก้ไขปัญหาให้ผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง สามารถคืนสู่สังคมได้หลังการพ้นโทษ ลดการกระทำความผิดซ้ำ ภาครัฐจึงควรร่วมมือกับภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือให้อาชีพแก่ผู้พ้นโทษ

เสนอให้ปรับปรุงแก้ไขในร่างพระราชบัญญัติป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ เนื่องจากร่างพระราชบัญญัติดังกล่าว มิได้คุ้มครองฟื้นฟูหรือให้ความสำคัญกับการสร้างอาชีพให้กับผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ โดยให้กรมราชทัณฑ์มีหน้าที่ ภายหลังพ้นโทษควรจัดให้มีการนำตัวผู้พ้นโทษที่รัฐได้รับการแจ้งรายชื่อนักโทษเด็ดขาดที่เป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์หรือผู้ที่ใช้ความรุนแรง ส่งผู้พ้นโทษไปบ้านพักฟื้นฟู ขัดเกลาสภาพจิตใจของผู้พ้นโทษเป็นเวลา 3 เดือนและจัดให้ดำเนินกิจกรรม คือ 1. สร้างอาชีพงานจักรสานผีมือและงานเกษตร 2. เปิดให้มีการพบปะกับครอบครัวตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล 3. ให้มีจิตแพทย์เพื่อตรวจสุขภาพจิตและสุขภาพใจของผู้พ้นโทษ ในระหว่างที่อยู่ในบ้านพักฟื้นฟูคืนคนดีสู่สังคม 4. จัดให้มีกิจกรรมทางด้านศาสนาเพื่อให้ผู้นำหรือผู้รู้ทางศาสนาเข้ามาอบรบสั่งสอนขัดเกลาจิตใจของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงให้แต่ละบุคคลและแต่ละศาสนา เพื่อคืนคนดีสู่สังคมเป็นประโยชน์ต่อผู้พ้นโทษและสร้างความปลอดภัยให้ชุมชนและสังคมของประเทศไทย

คำสำคัญ: การประกอบอาชีพ , ผู้พ้นโทษ , คดีอุกฉกรรจ์

[1-5] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
[6] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
* Corresponding author E-mail: jidapa.p@tsu.ac.th

Abstract

The objective of the research was to study the occupational problems of offenders in outrageous cases and violence, to study concepts, theories and guidelines. Thai and foreign laws relating to the occupation of offenders in cases of outrage and violence as a solution to the laws on the occupation of offenders. The issue of occupation of offenders in outrageous and violent cases found that the government did not provide assistance to those who were convicted of occupational offences. As a result, the offenders were jobless, and the offense was reinstated. It is necessary to find a solution to the problem so that those who are convicted of crimes of outrage and violence can be reintegrated into society after parole. Reduce re-offences The public sector should therefore cooperate with the private sector to help provide careers to the inmates.

It proposes to amend the Bill to prevent the re-offending of outrageous offenders, because the bill does not protect, restore, or prioritize the creation of careers for offenders in outrageous cases, provided that the Department of Corrections has a duty, after parole, to provide for the removal of prisoners to whom the state has been notified of the list of prisoners who are offenders of outrageous offences or who use violence. Send the offenders to a rehabilitation home, refine the mental state of the offenders for 3 months and arrange activities: 1. Build a career in craftsmanship and agricultural work 2. Open for family meetings as appropriate for the individual. 3. Have a psychiatrist to examine the mental health and mental health of the offenders. 4. Organize religious activities for leaders or religious knowers to come to battle, preach, refine the minds of the offenders in violent outrage cases for each person and each religion, to return the good people to society, benefit the outcasts, and create safety for the communities and society of Thailand.

Keywords: Occupation, Acquitted, Serious case

บทนำ

ปัจจุบันในสังคมไทยมีผู้กระทำความผิด มีพฤติการณ์ในการกระทำความผิดที่รุนแรง อุกฉกรรจ์และส่งผลกระทบต่อบุคคลผู้เสียหายในสังคมไทย ซึ่งสะท้อนจากคดีอาชญากรรมซึ่งเป็นพฤติการณ์ความรุนแรงเกี่ยวกับความผิดทางเพศซึ่งได้ระบุไว้ในลักษณะ 9 ในประมวลกฎหมายอาญา ความผิดต่อชีวิตและร่างกายซึ่งได้ระบุไว้ในลักษณะ 10 ในประมวลกฎหมายอาญา ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้เสียหายและสังคม โดยมีผู้ต้องโทษจำนวนมากและเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี เมื่อผู้ต้องขังได้รับโทษตามคำพิพากษาของศาลแล้วเมื่อครบระยะเวลาที่กำหนดจึงได้รับการปล่อยตัวออกสู่สังคมภายนอก และได้มีการบันทึกสถิติผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว ซึ่งเมื่อแยกประเภทผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัวในปี2556 ซึ่งได้แก่ ผู้ครบกำหนดโทษ (พ้นโทษ) จำนวน 43,533 ราย พักการลงโทษ จำนวน 7,029 ราย ลดวันต้องโทษ จำนวน 19,730 ราย อภัยโทษ จำนวน 367 ราย และอื่น ๆ รวมจำนวนทั้งหมด 139,354 รายส่วนในปี 2557 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 179,850 ราย ในปี 2558 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 205,578 ราย ในปี 2559 ได้มีอัตรา

ผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 220,416 ราย ในปี 2560 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 206,214 ราย ในปี 2561 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 176,433 ราย ในปี 2562 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 222,406 ราย ในปี 2563 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 215,688 ราย ในปี 2564 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 246,775 ราย ในปี 2565 ได้มีอัตราผู้ต้องราชทัณฑ์ปล่อยตัว จำนวนทั้งหมด 134,669 ราย (สถิติกรมราชทัณฑ์ในปี, 2565)

แนวทางในการป้องกันภัยอันตรายต่อสังคมจากผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ ได้มีการจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังพฤติการณ์ความรุนแรงเพื่อเฝ้าระวังผู้พ้นโทษในการคุ้มครองสังคมเพื่อการกำกับติดตามผู้พ้นโทษและการพัฒนามาตรการกำกับติดตามผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ให้มีการตรากฎหมายมาตรการติดตามผู้พ้นโทษขึ้นเป็นการเฉพาะและการนำระบบบังคับโดยกฎหมายตามรูปแบบของประเทศสหรัฐอเมริกามาเป็นหลักเกณฑ์ในการติดตามผู้พ้นโทษ การสร้างมาตรการเปิดเผยข้อมูลการต้องโทษในการสมัครงานและการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบในการกำกับติดตามผู้พ้นโทษโดยตรง เพื่อป้องกันผู้พ้นโทษกลับมากระทำความผิดซ้ำ โดยเฉพาะกลุ่มปล้นฆ่า ข่มขืน เพราะที่ผ่านมามีผู้ก่อเหตุหรือก่ออาชญากรรมซ้ำจำนวนมาก ที่อยู่นอกสายตา การตรวจสอบของคนในกระบวนการยุติธรรม ผู้พ้นโทษกลับมาทำผิด ก่อเหตุซ้ำสร้างความหวาดกลัวต่อประชาชนโดยการละเมิดสิทธิและเสรีภาพของคนในสังคมตามที่ได้ระบุไว้ในมาตรา 28 กฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ดังนั้น กระทรวงยุติธรรมจึงได้จัดตั้งศูนย์เฉพาะกิจเฝ้าระวังความปลอดภัยของประชาชน หรือ ศูนย์ JSOC เพื่อเฝ้าระวังผู้พ้นโทษ โดยเฉพาะคดีร้ายแรง 7 กลุ่ม ซึ่งเป็นคดีอุกฉกรรจ์ได้แก่ ฆ่าหรือข่มขืนเด็ก ฆ่าข่มขืน ฆาตกรต่อเนื่อง ฆาตกรโรคจิต สังหารหมู่ ชิงทรัพย์หรือปล้นฆ่า และนักค้ายาเสพติดรายสำคัญ โดยนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ติดตามตัว หรือ EM มาใช้ควบคุมพฤติกรรมที่มีความเสี่ยง จะทำความผิดอีกในอนาคต และผลักดันให้มี “ร่างกฎหมายเฝ้าระวังผู้พ้นโทษในคดีร้ายแรงที่เป็นอันตรายต่อสังคม” เพื่อให้มีมาตรการในการเฝ้าระวังอาชญากรรมและสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในชุมชนและสังคมประเทศไทย

ผู้ต้องโทษจำคุกถือเป็นปัญหาของคนในสังคมที่ยังไม่ได้ยอมรับ เพราะคิดว่าผู้พ้นโทษเป็นผู้เคยกระทำความผิดมาแล้วอาจจะทำซ้ำอีกก็ได้ จึงถูกตีตราว่า “คนขี้คุก” ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งทำให้ผู้พ้นโทษถูกจำกัดสิทธิในด้านต่าง ๆ เช่น ผู้พ้นโทษที่เป็นเยาวชนอาจถูกจำกัดสิทธิการเข้าเรียนในบางสถานศึกษา และผู้พ้นโทษที่เป็นผู้ใหญ่อาจถูกกำจัดสิทธิในด้านการทำงานและการประกอบอาชีพ เนื่องจากสังคมไม่ยอมรับผู้พ้นโทษ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเผชิญหลังจากถูกปล่อยตัวออกมาจากเรือนจำแล้ว ดังนั้น จึงประสบปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ

แม้ว่ารัฐได้มีนโยบายในการจัดตั้งกิจกรรมส่งเสริมการมีงานทำโดยการจัดสาธิต การฝึกทักษะอาชีพอิสระระยะสั้นแก่ผู้ต้องขังก่อนพ้นโทษ จัดวิทยากรบรรยายให้ความรู้ แนะแนวอาชีพ ให้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน ให้คำปรึกษา แนะนำการประกอบอาชีพอิสระ การหาทำเล การคำนวณ การหาแหล่งเงินทุน และบริหารจัดการรับลงทะเบียนและบริการจัดหางานให้แก่ผู้พ้นโทษที่ประสงค์จะหางานทำ โดยมีการประสานงานข้อมูลกับศูนย์ประสานงานและส่งเสริมการมีงานทำ (CARE : Center for Assistance to Reintegration and

Employment) ของกรมราชทัณฑ์ (กรมการจัดหางาน, 2564) แต่บุคคลผู้ทำผิดคดีอุกฉกรรจ์ที่อยู่ในเรือนจำเป็นระยะเวลานานเมื่อพ้นโทษออกมาทำให้เป็นบุคคลที่ต้องเริ่มปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมในสังคมนอกเรือนจำที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วที่ทุกอย่างต้องใช้เทคโนโลยี จึงเป็นการยากที่จะใช้ชีวิตหลังพ้นโทษออกมาประกอบกับผู้ทำผิดคดีอุกฉกรรจ์กลับไม่ได้รับการดูแลเมื่อพ้นโทษแล้วรวมถึงขาดการได้รับโอกาสจากคนในสังคมแม้แต่ในชุมชนบ้านของตนเอง

แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการป้องกันสังคม แต่มิได้ให้ความสำคัญกับผู้พ้นโทษตามร่างพระราชบัญญัติป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง พ.ศ. .... (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา,2564) บัญญัติการป้องกันสังคม แต่ไม่ได้บัญญัติมาตรการใดด้านการประกอบอาชีพให้กับผู้ต้องขังที่ภายหลังจากการปล่อยตัวในคดีอุกฉกรรจ์เลย อันเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตประจำวัน จำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้เพื่อเลี้ยงตนเองและครอบครัวถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะหากผู้พ้นโทษไม่มีอาชีพและไม่มีรายได้ อาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้พ้นโทษอาจจะกลับไปกระทำความผิดซ้ำได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาหาแนวทางให้ผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ได้รับโอกาสในการทำงานและเริ่มต้นชีวิตใหม่ได้โดยไม่หวนกลับไปกระทำผิดซ้ำอีก จำเป็นต้องหาแนวทางเพื่อสร้างอาชีพมีรายได้และเลี้ยงชีวิตตนเองเป็นประโยชน์ต่อผู้พ้นโทษ เป็นการลดการกระทำผิดซ้ำของผู้พ้นโทษ เพื่อป้องกันชุมชนและสังคมของประเทศ

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาปัญหาด้านการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุฉกรรจ์และความรุนแรง แนวคิดทฤษฎีและหลักเกณฑ์ของกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง ทั้งยังศึกษาแนวทางการแก้ไขข้อกฎหมายด้านการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษ การศึกษากฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศแคนาดา และสหราชอาณาจักร

งานวิจัยนี้เป็นงานเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรงเพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษา วิเคราะห์ปัญหา สรุป และเสนอแนะในงานวิจัย

ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัญหาการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง พบว่า รัฐบาลไม่ได้ให้การช่วยเหลือผู้พ้นโทษด้านการประกอบอาชีพจึงเป็นปัญหาที่ทำให้ผู้พ้นโทษไม่มีงานทำ และเกิดการกระทำความผิดซ้ำ ดังนั้นแนวทางแก้ไขปัญหาการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรงให้ผู้ต้องขังสามารถคืนสู่สังคมได้หลังการพ้นโทษ เป็นปัจจัยสำคัญในการลดการกระทำความผิดซ้ำเพื่อให้

ผู้พ้นโทษมีการประกอบอาชีพภาครัฐจึงควรมีการเข้ามาช่วยเหลือการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษ แนวคิดเกี่ยวกับอาชญาวิทยา พบว่าการที่คนกระทำความผิดอาชญากรรมขึ้นอาจมีปัจจัยหลายด้านซึ่งบางกรณีมิใช่เกิดจากเจตนาหรือนิสัยชั่วร้าย หากเกิดจากความบกพร่องทางร่างกายและจิตใจ หรือเหตุสุดวิสัย เหตุการณ์สถานการณ์เฉพาะหน้าบีบบังคับ บีบคั้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สมควรได้รับพิจารณาบรรเทาโทษ ส่วนทฤษฎีอาชญาวิทยา เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการกระทำที่ละเมิดต่อกฎหมายอาญา และกฎเกณฑ์ทางสังคม (มนทิพย์ จิตสว่าง ,2564) การกระความผิดจึงเป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่เรียกว่า “ อาชญากรรม ” ซึ่งในปัจจุบันมีการมองอาญากรรมอยู่สองรูปแบบใหญ่ ได้แก่

แบบที่ 1 อาชญากรรมเป็นผลิตผลโดยตรงของกฎหมาย หรือเป็นสิ่งที่กฎหมายสร้างขึ้น ซึ่งสิ่งที่อาชญากรรมทั้งหลายจะต้องคำนึงรวมกัน คือ การที่ผู้ประกอบอาชญากรรมจะต้องถูกจับกุม ถูกดำเนินคดี ถูกพิพากษา และท้ายที่สุดถูกลงโทษ แต่ผลแห่งการกระทำความผิดในคดีแพ่งและคดีอาญามีความแตกต่างกันมากอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ คดีแพ่งมีการชดใช้ค่าเสียหายส่วนคดีอาญาเป็นการลิดรอนสิทธิ คือ จะต้องมีการถูกจำคุก ใส่กุญแจมือ มีโซ่ตรวนล่ามที่ข้อเท้า

แบบที่ 2 อาชญากรรมเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล หรือระหว่างบุคคลกับกลุ่มสังคมจะบอกได้ว่าพฤติกรรมใดเป็นอาชญากรรม และอะไรที่ไม่ถือว่าเป็นอาชญากรรม

อย่างไรก็ตามกระบวนการกำหนดลักษณะการเป็นอาชญากรรมจะไม่เป็นเหมือนกันในทุก ๆ แห่ง หรือไม่เหมือนกันในทุกสังคม

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและหลักเกณฑ์ กฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง พบว่า ตามกฎหมายไทยรัฐบาลไม่ได้ให้การช่วยเหลือผู้พ้นโทษในด้านการรับรองการประกอบอาชีพ แต่มีการสร้างทักษะพื้นฐานในการประกอบอาชีพให้แก่ผู้ต้องขังในเรือนจำ

1. การป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ในต่างประเทศ

สำหรับการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายในแคนาดามักจะประสบปัญหาคล้าย ๆ กันทุกแห่ง คือ ปัญหาในเรื่องของค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังพบด้วยว่านักกฎหมายที่เข้ามาทำงานช่วยเหลือทางกฎหมายมักจะถอนตัวจากการให้บริการ เนื่องจากค่าใช้จ่ายและบางครั้งปัญหาทางกฎหมายก็เป็นปัญหาที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีรายจ่ายสูงกว่าที่กำหนด จึงต้องอาศัยบุคคลที่มีประสบการณ์ ในแคนาดาได้มีการกำหนดสิทธิของผู้ต้องหาไว้ในกฎหมายอาญา ในการได้รับคำปรึกษาอย่างเต็มที่ ในการตอบคำถามและในการต่อสู้คดี

โดยรัฐต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวก็จะมีการพิจารณาให้ความช่วยเหลือเป็นรายคดีไปมีอยู่ 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศอังกฤษ มีรายละเอียด ดังนี้

1) ประเทศแคนาดา

การประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรงในประเทศแคนาดาให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายในแคนาดามักจะประสบปัญหาในเรื่องค่าใช้จ่าย มีการกำหนดสิทธิของผู้ต้องหาไว้ในกฎหมายอาญา โดยภาครัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณให้ความช่วยเหลือในการต่อสู้คดีแก่คนยากจน แต่ในด้านการช่วยเหลือกฎหมายอาญาสำหรับผู้ประกอบอาชญากรรมโดยเฉพาะอาชญากรรมประเภทความรุนแรงอุกฉกรรจ์ไม่ได้รับการช่วยเหลือทางกฎหมาย อย่างไรก็ตาม จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏ พบว่า อาชญากรรมประเภทรุนแรงหรือคดีอุกฉกรรจ์จึงเป็นคดีที่ร้ายแรงในประเทศแคนาดาจึงไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐทั้งในด้านการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรงซึ่งเนื่องจากเป็นอาชญากรรมประเภทรุนแรงหรือคดีอุกฉกรรจ์เป็นอาชญากรรมควรได้รับการลงโทษอย่างสาสม (TCIJ ทำความจริงให้ปรากฏ, 2560) ในแคนาดา มีหน่วยงาน National Council of Welfare ริเริ่มจัดให้บริการช่วยเหลือทางกฎหมายแก่คนยากจน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เมื่อเริ่มมีโครงการช่วยเหลือทางกฎหมาย (Legal Aid Program) ครั้งแรก โดยการช่วยเหลือทางกฎหมายถูกระบบเป็นนโยบายหลักของรัฐที่จะช่วยเหลือประชาชน โดยเฉพาะคนยากจนที่ขาดโอกาสจะเข้าถึงความยุติธรรม เนื่องจากการมีรายได้น้อย โดยรัฐมองว่าเป็นการกระทำที่ทำให้เกิดผลไม่คุ้มค่าในด้านการช่วยเหลือกฎหมายอาญา คนส่วนใหญ่มักจะพิจารณาว่า ผู้ประกอบอาชญากรรมโดยเฉพาะอาชญากรรมประเภทความรุนแรงไม่ควรจะได้รับการช่วยเหลือทางกฎหมาย คนที่เป็นอาชญากรรมควรจะได้รับการลงโทษอย่างสาสมมากกว่า จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏ พบว่า อาชญากรรมประเภทรุนแรงหรือคดีอุกฉกรรจ์มีเพียง 10% และผู้ประกอบอาชญากรรมกับผู้เสียหายมักเป็นญาติหรือเพื่อนกัน ที่สำคัญในหลักกฎหมายอาญาต้องเป็นการสันนิษฐานว่าบุคคลเป็นผู้บริสุทธิ์ การให้ความช่วยเหลือก็ต้องอยู่ในเงื่อนไขว่าบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ต้องสงสัย ไม่มีนักกฎหมายเข้ามาช่วยเหลือ ตลอดจนผู้ถูกกล่าวหาดังกล่าวเป็นคนจน

สรุปได้ว่า การให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายในแคนาดามักจะประสบปัญหาในเรื่องค่าใช้จ่าย ในแคนาดาได้มีการกำหนดสิทธิของผู้ต้องหาไว้ในกฎหมายอาญา แต่ในด้านการช่วยเหลือกฎหมายอาญาสำหรับผู้ประกอบอาชญากรรมโดยเฉพาะอาชญากรรมประเภทความรุนแรงอุกฉกรรจ์ไม่ได้รับการช่วยเหลือทางกฎหมาย อย่างไรก็ตาม จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏพบว่า อาชญากรรมประเภทรุนแรงหรือคดีอุกฉกรรจ์จึงเป็นคดีที่ร้ายแรงในประเทศแคนาดาจึงไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ

ทั้งในด้านการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง ซึ่งเนื่องจากเป็นอาชญากรรมประเภทรุนแรงหรือคดีอุกฉกรรจ์เป็นอาชญากรรมควรได้รับการลงโทษอย่างสาสม

2) ประเทศนิวซีแลนด์

ประเทศนิวซีแลนด์มุ่งเน้นการดูแลในเรื่องที่พักอาศัยหลังจากผู้ต้องขังหลังพ้นโทษออกมาแล้ว โดยโครงการนำร่องเพื่อการมีที่พักอาศัยแก่ผู้ต้องขังหลังพ้นโทษร่วมกับบริษัทการเคหะนิวซีแลนด์โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ต้องขังจะต้องย้ายออกไปยังที่พักถาวรภายในระยะเวลา 3 เดือน (ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ, 2562 : น.12) ในแนวทางแก้ไขกฎหมายในการประกอบอาชีพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์และความรุนแรง หากสังคมให้การยอมรับผู้พ้นโทษที่เคยกระทำความผิด เพื่อให้ผู้พ้นโทษได้มีโอกาสในการทำงาน

เนื่องจากในการดำรงชีวิตจำเป็นต้องมีการประกอบอาชีพเพื่อให้เกิดรายได้ในการเลี้ยงตนเองและครอบครัว หากไม่ได้ประกอบอาชีพก็ทำให้ไม่มีรายได้ อาจเป็นเหตุจูงใจทำให้ผู้พ้นโทษกลับไปกระทำความผิดซ้ำอีก ซึ่งเป็นแนวทางในการแก้ไขกฎหมายให้หน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยเหลือภายหลังจากการพ้นโทษให้มีบ้านพักของผู้พ้นโทษในระยะเวลา 3 เดือน เพื่อเป็นการฟื้นฟู บำบัด ขัดเกลาจิตใจ ที่มีความสำคัญ 4 ประการต่อผู้พ้นโทษ ได้แก่ 1.) อบรมสร้างอาชีพงานฝีมือและรองรับอาชีพให้กับผู้พ้นโทษ โดยการให้ภาครัฐมีการรองรับการสร้างงานด้านการเกษตร เช่น การประกอบอาชีพการทำบ่อกุ้ง เนื่องจากการทำบ่อกุ้งเป็นพื้นที่ที่ห่างไกลจากผู้คนในชุมชนเพื่อให้ผู้พ้นโทษได้รับการบำบัดจิตใจด้วยธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ผู้พ้นโทษซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลจากภาครัฐ และในด้านงานฝีมือผู้พ้นโทษที่มีทักษะที่เรียนรู้มาจากเรือนจำออกมาสร้างอาชีพและผลิตสินค้าที่จะจำหน่าย ให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในการจัดหาตลาดในการรองรับสินค้าเพื่อส่งเสริมการมีรายได้ 2.) เปิดให้มีการพบปะกับครอบครัวตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล 3.) ให้มีมาตรการทางการแพทย์เพื่อตรวจสุขภาพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง ในระหว่างที่อยู่ในบ้านพักคืนคนดีสู่สังคม เป็นระยะตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล 4.) จัดให้มีกิจกรรมทางด้านศาสนาเพื่อให้ผู้นำหรือผู้รู้ทางศาสนาเข้ามาอบรมสั่งสอนคัดเกลาจิตใจ ของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงให้แต่ละบุคคลและแต่ละศาสนา

3) ประเทศออสเตรเลีย

รัฐวิคตอเรีย ประเทศออสเตรเลียมีกฎหมายชื่อ The Serious Offenders Act 2018 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการติดตามควบคุมสอดส่องผู้พ้นโทษคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงที่กำหนดกระบวนการควบคุมสอดส่องแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการพิจารณาโดยฝ่ายบริหาร กระบวนการศาล และกระบวนการนำคำสั่งศาลไปปฏิบัติ รวมทั้งสภาพบังคับกรณีมีการฝ่าฝืนคำสั่งศาลภายหลังพ้นโทษอีกด้วย (Victorian legislation,2018) แยกพิจารณาเป็นวัตถุประสงค์และภาพรวมของกฎหมาย และ มาตรการตามกฎหมาย ดังนี้

1. วัตถุประสงค์และภาพรวมของกฎหมาย The Serious Offenders Act 2018 มีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ประการ คือ ปกป้องสังคมจากการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงโดยกฎหมายเรียกร้องให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออกคำสั่งตามกฎหมายให้คำนึงถึงความปลอดภัยของสังคมและการปกป้องสังคมเป็นอันดับแรก (Safety and protection of community paramount in any decision under this Act) และช่วยเหลือส่งเสริมให้มีการฟื้นฟูแก้ไขผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง

2. มาตรการตามกฎหมาย The Serious Offenders Act 2018 กำหนดว่า “ผู้กระทำความผิดที่เข้าข่ายการบังคับใช้ของกฎหมาย” (Eligible offenders) หมายถึงบุคคลดังต่อไปนี้

1) เป็นผู้กระทำความผิดที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และ

2) เป็นผู้ได้รับโทษจำคุกในความผิดอุกฉกรรจ์เกี่ยวกับเพศ (Serious sex offence) หรือความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง (Serious violence offence) ทั้งก่อนและหลังประกาศใช้กฎหมาย และ

3) ขณะที่กฎหมายบังคับใช้ บุคคลเหล่านี้ กำลังได้รับโทษจำคุกในความผิดอุกฉกรรจ์เกี่ยวกับเพศ (Serious sex offence) หรือ ความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง (Serious violence offence)

4) ประเทศอังกฤษ

การป้องกันผู้กระทำความผิดไม่ให้กระทำความผิดซ้ำในประเทศอังกฤษเดิมถูกกำหนดในพระราชบัญญัติกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ค.ศ. 2003 (Criminal Justice Act2003) โดยผู้กระทำความผิดที่กระทำด้วยความรุนแรง หรือคดีความผิดเกี่ยวกับเพศ หรือคดีก่อการร้าย (Certain violent, sexual or terrorism offences) จัดว่าเป็น “ผู้กระทำความผิดที่อันตราย” (Dangerous offenders) ใน Chapter 5 ของพระราชบัญญัติกระบวนการยุติธรรมทางอาญา (Criminal Justice Act 2003) และต่อมานิยามของผู้กระทำความผิดที่อันตรายถูกย้ายไปอยู่ในพระราชบัญญัติการลงโทษ ค.ศ. 2020 (Sentencing Act 2020) Chapter 6 Section 306 แยกพิจารณาเป็นวัตถุประสงค์และภาพรวมของกฎหมาย และมาตรการตามกฎหมาย (ปกป้อง ศรีสนิท. 2564: น.518)

1. วัตถุประสงค์และภาพรวมของกฎหมาย กฎหมายสหราชอาณาจักรได้กำหนดให้ผู้กระทำความผิดที่จัดว่าเป็น “ผู้กระทำความผิดที่อันตราย (Dangerous offenders) จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขการป้องกันไม่ให้กระทำความผิดซ้ำ ผู้กระทำความผิดที่อันตราย (Dangerous offenders) หมายถึง ผู้กระทำความผิดตามฐานความผิดที่บัญญัติไว้ใน SCHEDULE 18, 19 ของ พระราชบัญญัติการลงโทษ ค.ศ. 2020 (Sentencing Act 2020) ซึ่งได้แก่ ความผิดที่ใช้ความรุนแรงที่ถูกกำหนดใน Schedule 18 (Specified violent offence) ความผิดเกี่ยวกับเพศที่ถูกกำหนดใน part 2 ของ Schedule 18 (Specified sexual offence) และความผิดก่อการร้ายที่ถูกกำหนดใน part 3 ของ Schedule 18 (specified terrorism offence)

2. มาตรการตามกฎหมาย เมื่อผู้กระทำความผิดที่อันตราย (dangerous offenders) ถูกพิพากษาลงโทษแล้ว กฎหมายได้กำหนดให้ศาลที่พิจารณาพิพากษาสามารถกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำได้ 3 ลักษณะ คือ การขยายระยะเวลาจำคุก (extended sentence) การปล่อยตัวภายใต้ การพักโทษ การกำหนดโทษจำคุกตลอดชีวิตอย่างแท้จริงและการคุมประพฤติตลอดชีวิต

2. การป้องกันและการหาอาชีพให้แก่ผู้พ้นโทษของประเทศไทย

ในปัจจุบันสังคมไทยได้มีการก่อเหตุอาชญากรรมและใช้ความรุนแรงเป็นจำนวนมาก.ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคม.ดังนั้น.รัฐจึงได้มีการตรากฎหมายเพื่อควบคุมป้องกันและฟื้นฟูการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดมาตรการการรับรองสิทธิอันเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพในการประกอบอาชีพ ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 40 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพ การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงหรือเศรษฐกิจของประเทศ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การป้องกันหรือขจัดการกีดกันหรือการผูกขาด การคุ้มครองผู้บริโภค การจัดระเบียบการประกอบอาชีพเพียงเท่าที่จำเป็นหรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างอื่น หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับผู้พ้นโทษกลับมากระทำผิดซ้ำ

ร่างพระราชบัญญัติป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง พ.ศ. .... มีสาระสำคัญ ดังนี้

มาตรา 3 ให้นิยามคำว่า "ความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง” หมายความว่า ความผิดที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 224 มาตรา 276 มาตรา 2557 มาตรา 278 เฉพาะที่ได้กระทำกับเด็กอายุไม่เกินสิบแปดปี มาตรา 278 วรรคสอง มาตรา 279 มาตรา 283 ทวิ มาตรา 284 มาตรา 288 มาตรา 289 มาตรา 290 มาตรา 297 มาตรา 298 และมาตรา 313 และความผิดอื่นที่กำหนดในกฎกระทรวง

“ผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง” หมายความว่า ผู้ซึ่งกระทำความผิดอุกฉกรรจ์ ที่ใช้ความรุนแรงที่มีอายุตั้งแต่สิบแปดปีขึ้นไป “การคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษ” หมายความว่า การสืบเสาะและพินิจและการคุม ความประพฤติผู้ถูกคุมความประพฤติให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ตามคำสั่งหรือหนังสือแจ้งของศาล หรือเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจ รวมทั้งการใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดเฉพาะราย เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยของสังคมและส่งเสริมการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดภายหลังได้รับอิสรภาพจากเรือนจำ หรือสถานที่คุมขัง "มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดเฉพาะราย" หมายความว่า มาตรการต่างๆที่ใช้กับผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงในระหว่างถูกจำคุกตามคำพิพากษาหรือระหว่างถูกคุมขัง เพื่อการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิด ทั้งนี้ ให้หมายความรวมถึง มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ

“มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ” หมายความว่า การปฏิบัติการทางการแพทย์โดยผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมที่ใช้บำบัดรักษาผู้กระทำความผิดเพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ ทั้งนี้ รวมถึงการให้ยาหรือสารเคมีด้วย "การคุมขังภายหลังพ้นโทษ” หมายความว่า คำสั่งศาลที่สั่งให้คุมขังผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ ที่ใช้ความรุนแรง เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ

หมวด 2 มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะราย

สำหรับในมาตรา 13 ในคดีที่จำเลยถูกฟ้องในข้อหาความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงก่อนมีคำพิพากษา ให้ศาลสั่งให้พนักงานคุมประพฤติดำเนินการสืบเสาะและพินิจเกี่ยวกับอายุ ประวัติ ความประพฤติ สติปัญญา การศึกษาอบรม สุขภาพ ภาวะแห่งจิต นิสัย อาชีพ สิ่งแวดล้อม สภาพความผิด การรู้สึกความผิดและพยายามบรรเทาผลร้ายที่เกิดขึ้น เหตุอื่นอันควรปรานี และเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับจำเลย แล้วทำรายงานและความเห็นให้ศาลเพื่อประกอบการพิจารณาพิพากษา เพื่อประกอบดุลพินิจในการกำหนดโทษ และเพื่อการกำหนดมาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะราย โดยไม่ต้องมีคำขอจากพนักงานอัยการ

ส่วนการฟื้นฟูมาตรา 16 คำสั่งให้ใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะราย ประกอบด้วย

(1) มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ

(2) มาตรการอื่นใดที่กำหนดในกฎกระทรวง

ให้ศาลระบุคำสั่งพร้อมทั้งเหตุผลในการออกคำสั่งให้ใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิด เฉพาะรายไว้ในคำพิพากษา และให้ระบุคำสั่งไว้ในหมายจำคุกด้วย

มาตรา 17 เมื่อศาลสั่งให้ใช้มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ ให้ดำเนินการโดยผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อยสองคน โดยผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ที่เป็นผู้ให้ความเห็นกับผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมที่เป็นผู้ดำเนินการบำบัดจะต้องไม่ใช่บุคคลเดียวกัน

หากผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมเห็นว่าจำเป็นต้องมีการใช้ยาหรือสารเคมี ให้กระทำได้เฉพาะ เมื่อผู้กระทำความผิดยินยอม ให้นำผลของการใช้มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำเป็นปัจจัยในการพิจารณาลดโทษ พักการลงโทษ หรือให้ประโยชน์ใดอันเป็นผลให้ผู้กระทำความผิดได้รับการปล่อยตัวก่อนกำหนดในคำพิพากษาด้วย

มาตรา 18 ให้กรมราชทัณฑ์ดำเนินการตามคำสั่งให้ใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิด เฉพาะรายและจัดทำรายงานผลของการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะรายเพื่อส่งให้กรมคุมประพฤติก่อนปล่อยตัว

หมวด 3 การคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษ

การคุมประพฤติมาตรา 19 ก่อนที่กรมราชทัณฑ์จะปล่อยตัวนักโทษเด็ดขาดที่เป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ ที่ใช้ความรุนแรง ให้กรมราชทัณฑ์ส่งรายชื่อนักโทษเด็ดขาดที่เป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง ให้กรมคุมประพฤติพิจารณาดำเนินมาตรการคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษ ในกรณีดังต่อไปนี้

(1) ผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงได้รับ การปล่อยตัวเพราะเหตุต้องโทษจำคุกครบกำหนดตามคำพิพากษา

(2) ผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงได้รับการปล่อยตัวเพราะเหตุอภัยโทษ

(3) ผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงได้รับการปล่อยตัวเพราะเหตุพักการลงโทษตามกฎหมายว่าด้วยราชทัณฑ์

ให้กรมราชทัณฑ์ดำเนินการส่งรายชื่อนักโทษเด็ดขาดตามวรรคหนึ่ง ไม่ว่านักโทษเด็ดขาด ซึ่งเป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงผู้นั้นจะเป็นผู้ต้องคำสั่งให้ใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะรายตามหมวด 2 หรือไม่ก็ตาม ในกรณีนักโทษเด็ดขาดรายใดเป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง

ที่มีคำสั่งให้ใช้มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะรายตามหมวด 2 ให้กรมราชทัณฑ์ส่งรายงานผลของการแก้ไขฟื้นฟู ผู้กระทำความผิดเฉพาะรายตามมาตรา 18 พร้อมกับรายชื่อด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการส่งรายชื่อนักโทษเด็ดขาดและรายงานผลการแก้ไขฟื้นฟู ผู้กระทำความผิดเฉพาะรายตามมาตรานี้ให้กำหนดโดยกฎกระทรวง

มาตรา 24 คำสั่งคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษตามมาตรา 23 ให้เริ่มมีผลเมื่อนักโทษเด็ดขาด พ้นจากการคุมขังในเรือนจำหรือสถานที่คุมขัง ให้กรมคุมประพฤติจัดให้พนักงานคุมประพฤติหรืออาสาสมัครคุมประพฤติดำเนินการคุมความประพฤติตามคำสั่งที่ออกตามมาตรา 23

มาตรา 29 เมื่อศาลออกคำสั่งคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษแล้ว ในทุกรอบสามปี ให้พนักงานคุมประพฤติจัดทำรายงานการคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษสำหรับผู้ต้องคุมประพฤติแต่ละรายเสนอศาล หากศาลเห็นสมควร ศาลอาจแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกคำสั่งคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษได้

เห็นได้ว่าบัญญัติในร่างพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวข้างต้น ในหมวด 1 ด้านการคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษ มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดเฉพาะราย มาตรการทางการแพทย์เพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ การคุมขังภายหลังพ้นโทษ การสืบเสาะและพินิจ และ การคุมความประพฤติ ส่วนหมวด 2 มาตรการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดเฉพาะราย หมวด 3 การคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษ แต่มิได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการฟื้นฟูการสร้างอาชีพให้กับผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์แต่อย่างใดเลย

ข้อเสนอแนะ

ให้ปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมร่างพระราชบัญญัติป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ เนื่องจากในการร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวนั้นมิได้มีการคุ้มครองฟื้นฟูหรือการสร้างอาชีพให้แก่ผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์

ควรเพิ่มเติม มาตรา18/1 ให้มีมาตรการการคุ้มครองหรือฟื้นฟูหรือการสร้างอาชีพให้แก่ผู้ต้องโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง และป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงให้มีมาตราการคุ้มครองการประกอบอาชีพให้ผู้พ้นโทษมีงานทำภายหลังจากการพ้นโทษ

ให้กรมคุมประพฤติภายหลังพ้นโทษจัดให้มีการนำตัวผู้พ้นโทษที่รัฐได้รับการแจ้งรายชื่อนักโทษเด็ดขาดที่เป็นผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงส่งผู้พ้นโทษไปยังบ้านพักเพื่อฟื้นฟู ขัดเกลาสภาพจิตใจของผู้พ้นโทษ ในการดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) สร้างอาชีพงานจักรสานฝีมือและงานเกษตร
(2) เปิดให้มีการพบปะกับครอบครัวตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล
(3) ให้มีมาตราการทางการแพทย์เพื่อตรวจสุขภาพของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงในระหว่างที่อยู่ในบ้านพักคืนคนดีสู่สังคม เป็นระยะๆตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล
(4) จัดให้มีกิจกรรมทางด้านศาสนาเพื่อให้ผู้นำหรือผู้รู้ทางศาสนาเข้ามาอบรมสั่งสอนขัดเกลาจิตใจของผู้พ้นโทษในคดีอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรงให้แต่ละบุคคลและแต่ละศาสนา

เอกสารอ้างอิง

กรมราชทัณฑ์. (2565). **รายงานสถิติผู้ต้องราชทัณฑ์**. (ระบบออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.correct.go.th/stathomepage/. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2565.

กรมการจัดหางาน. (2564). **กรมการจัดหางาน เตรียมพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้พ้นโทษที่ผ่านการอบรมโครงการพระราชทานในพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว "โคกหนองนาแห่งน้ำใจและ**

ความหวังกรมราชทัณฑ์”.(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก https://www.doe.go.th/prd/main/news/param/site/1/cat/7/sub/0/pull/detail/view/detail/object_id/42042 . สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2565.

กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขานุการกรม กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม. **กรมคุมประพฤติ ร่วมใจสร้างความปลอดภัยให้สังคม**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://probation.go.th/contentdl.php?id=52168. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2565.

TCIJ ทำความจริงให้ปรากฏ. **ตัวอย่างการให้ความช่วยเหลือการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมทางกฎหมายของต่างประเทศ**. 2560. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://www.tcijthai.com/news/2017/22/watch/6688. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2565.

ศักดิ์ชัย เลิศพานิชพันธุ์ . 2561 . **วิทยานิพนธ์เรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิและสงเคราะห์ผู้พ้นโทษ**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2561/b205817.pdf . สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2565 .

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ. **บุคลิกภาพและทักษะทางอาชีพของผู้ใกล้พ้นโทษและความต้องการจ้างงานของนายจ้าง**. 2562. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https: / / www. doe. go. th/ prd/ assets/ upload/ files/ nlmi-lp_th/6e598e6efea0fb608c0250398720d3f4.pdf . สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2565 .

มนทิพย์ จิตสว่าง. (2564). **อาชญาวิทยา และงานยุติธรรม.** (ออนไลน์). https://sites.google.com/g.chula.edu/criminology/ สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2565.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 เล่ม134 ตอนที่ 40 ก ราชกิจจานุเบกษา 6 เมษายน 2560

ร่างพระราชบัญญัติป้องกันการกระทำความผิดซ้ำของผู้กระทำความผิดอุกฉกรรจ์ที่ใช้ความรุนแรง พ.ศ..... (2564).เอกสารร่างพระราชบัญญัติฯ.สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.

ปกป้อง ศรีสนิท. (2564). **แนวทางการปรับปรุงกฎหมายเพื่อป้องกันอันตรายจากผู้กระทำความผิดหรือผู้พ้นโทษที่มีพฤติการณ์เป็นภัยต่อสังคมระยะที่** 1วารสารนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 504. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://so05.tci- thaijo.org/index.php/ tulawjournal/article/ article/view/255167/173002?fbclid. ค้นหาเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2565.

The Serious Offenders Act 2018 (Victorian legislation).สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2565 https://content.legislation.vic.gov.au/sites/default/files/482d6529-dc7d-388d-9890-786ba92a44e7_18-027aa%20authorised.pdf

เทคโนโลยี Deep Fake กับการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย

Deepfake Technology and Listening to Evidence in Criminal Cases according to Thai Law

อรกัญญา บุญศิริ[1] นันทกร แก้วประดิษฐ์*[2] อสมา พรมสุข[3]
อังคณา แซ่เลี้ยว[4] กิตติพัฒน์ นพวงศ์[5] และศุภวีร์ เกลี้ยงจันทร์[6]

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นสามารถรับรู้ข้อมูลได้จากหลากหลายช่องทาง แต่ความน่าเชื่อถือของข้อมูลขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวและวิจารณญาณของผู้รับข่าวสาร ทั้งนี้การรับฟังข้อเท็จจริงในศาลสำหรับใช้ในการพิจารณาพิพากษาคดี ศาลจะต้องรับฟังข้อเท็จจริงภายใต้กฎเกณฑ์ที่กฎหมายวางไว้ โดยขั้นตอนสุดท้ายของศาลที่ต้องกระทำคือ การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน แต่พยานหลักฐานที่สร้างด้วยเทคโนโลยีดีพเฟค (Deep fake) หรือ วิดีโอปลอม ที่มุ่งต่อการสร้างภาพหรือวิดีโอที่เหมือนจริง จึงเป็นการยากต่อการพิสูจน์ ดังนั้น การทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์มุ่งศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีดังกล่าว รวมไปถึงปัญหาเกี่ยวกับการรับฟังพยานหลักฐาน โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการศึกษาค้นคว้าตำรา งานวิชาการและงานวิจัย รวมทั้งการค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี Deep fake จากการศึกษาพบว่ามีการเปิดตัวครั้งแรกโดยได้มีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) และ Machine learning ทำการเปลี่ยนแปลงใบหน้าของนักแสดงภาพยนตร์ลามก (Porn stars) ให้เป็นใบหน้าของนักแสดงฮอลลีวูดแล้วนำไปเผยแพร่ในโลกออนไลน์ เมื่อกฎหมายลักษณะพยานของไทยไม่ปรากฏบทบัญญัติที่รับรองกระบวนการนำสืบพยานหลักฐานที่ผ่านวิธีการทางวิทยาศาสตร์ใหม่ ๆ ประกอบกับวิธีการตรวจสอบ Deep fake ในรูปแบบต่าง ๆ ผู้ศึกษาเห็นว่าต้องมีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่มีข้อสงสัยว่าพยานหลักฐานเช่นว่านั้นถูกสร้างขึ้นมาจากเทคโนโลยีดีพเฟค (Deep fake) หรือไม่ โดยบัญญัติกฎหมายนั้นต้องมีลักษณะบังคับให้มีการตรวจสอบผ่านพยานผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเมื่อคู่ความฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งร้องขอหรือศาลเห็นสมควร

คำสำคัญ : เทคโนโลยีดีพเฟค, ปัญญาประดิษฐ์, พยานหลักฐาน

[1-5] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขานิติศาสตร์,คณะนิติศาสตร์,มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
[6] อาจารย์,สาขานิติศาสตร์,คณะนิติศาสตร์,มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
* Corresponding author E-mail : puennantakorn123@gmail.com

Abstract

At present, the perception of various news information. can receive information from various channels But the credibility of the information depends on the news source and the judgment of the news recipients. However, hearing the facts in court for use in the trial and adjudication of the case. The court must hear the facts under the rules set by law. The final step of the court that must be done is weighing the evidence But evidence created with deep fake technology or fake videos aimed at creating realistic images or videos. Therefore, it is difficult to prove, therefore, the purpose of this research is to study such technology. including problems with hearing evidence This research is qualitative research through the study of textbooks. Academic work and research including research through electronic media Related to deep fake technology, according to the study, was first released in which artificial intelligence (AI) and machine learning were used to transform the faces of porn stars into actors. Show Hollywood and spread it online. When the Thai witness law does not contain a provision certifying the process of taking evidence through new scientific methods, together with various ways of deep fake examination, the researcher agrees that a law on hearings must be enacted. Evidence in doubt as to whether or not such evidence was produced by deep fake technology, provided that the legislation must be compulsory to be examined through expert witnesses and related technology when the counterparty request by either party or the court deems appropriate.

Keywords : Deep fake technology, Artificial intelligence, Evidence

บทนำ

การพิจารณาคดีในศาล ศาลจะต้องรับฟังข้อเท็จจริงภายใต้กฎเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยข้อเท็จจริงนั้นจะต้องแสดงโดยคู่ความตามวิธีการและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้เพราะการฟังข้อเท็จจริงของศาลเพื่อนำมาวินิจฉัยคดีล้วนแต่กระทบเกี่ยวกับชีวิตเสรีภาพ และทรัพย์สินของประชาชน จึงต้องมีการกลั่นกรองโดยรอบคอบมิให้มีการผิดพลาด เนื่องจากจะเป็นการเสียหายต่อความยุติธรรมและกระทบกระเทือนต่อความสงบสุขของบ้านเมืองได้

เมื่อปรากฏว่าพยานหลักฐานที่จะนำมาพิสูจน์ความผิดของจำเลยในคดีอาญามีหลายประเภท และคู่ความทั้งสองฝ่ายได้นำพยานหลักฐานต่าง ๆ เข้ามาสืบจนเสร็จสิ้น ซึ่งกระบวนการสุดท้ายของศาลคือ การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน กฎหมายมิได้กำหนดกฎเกณฑ์ไว้เป็นการทั่วไป หากแต่เพียงปล่อยให้เป็นดุลยพินิจของศาล จนก่อให้เกิดปัญหาเมื่อมีการใช้เทคโนโลยี Deep fake มาสร้างพยานหลักฐานเพื่อการนำสืบ ศาลจะรับรู้ได้อย่างไรว่าพยานหลักฐานนั้นถูกสร้างขึ้นโดยเทคโนโลยีดังกล่าวหรือไม่

ด้วยเหตุที่เทคโนโลยี Deep fake เป็นวิดีโอที่ถูกสร้างขึ้นมาด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Machine learning ทำให้การสร้างเสียงหรือวิดีโอปลอมมีความสมจริงและง่ายต่อการทำขึ้น ดังนั้นการที่กฎหมายยังคงมีช่องว่างในเรื่องการใช้ดุลยพินิจของศาลที่กฎหมายไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้เกี่ยวกับเรื่องนี้อาจส่งผลต่อกระบวนการยุติธรรมของรัฐได้ ประกอบกับสภาพของกฎหมายลักษณะพยานที่ใช้บังคับในปัจจุบันมีหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์พยานหลักฐานเหล่านี้อย่างไร จึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความเป็นมาและลักษณะของเทคโนโลยี Deep fake
2. เพื่อศึกษาหลักการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย
3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการและขั้นตอนในการตรวจสอบว่าพยานหลักฐานใดเกิดจากเทคโนโลยี Deep fake หรือไม่

วิธีการศึกษา

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำราทางวิชาการต่าง ๆ สิ่งตีพิมพ์กฎหมาย ตัวบทกฎหมาย พระราชบัญญัติ บทความ อินเตอร์เน็ต การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลข้อเท็จจริง และวิเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี Deep fake ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรมในประเทศไทย เพื่อนำมารวบรวมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและทำการศึกษาวิเคราะห์เพื่อที่จะได้นำมาประมวลเป็นข้อเสนอแนะ แก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ของกฎหมายลักษณะพยานของไทย

ผลการศึกษา

1. ความเป็นมาและลักษณะของเทคโนโลยี Deep fake การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความแปลกใหม่มากขึ้นเรื่อย ๆนั้นส่งผลทำให้เกิดความยากลำบากต่อการแยกแยะระหว่างสื่อจริงและสื่อปลอมที่ผ่านการตัดต่อดัดแปลงด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งหนึ่งในการพัฒนาล่าสุดที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวนั้นเป็นการเกิดขึ้นของ Deep fake คือวิดีโอที่มีความสมจริงเกินจริงโดยอาศัยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

โดย Deep fake นั้นพึ่งพาโครงข่ายประสาทเทียมที่วิเคราะห์ตัวอย่างข้อมูลชุดใหญ่เพื่อเรียนรู้เลียนแบบการแสดงออกทางสีหน้าของบุคคล กิริยาท่าทาง น้ำเสียงและการผันแปร ซึ่งกระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการป้อนฟุตเทจของคนสองคนเพื่อฝึกให้มีการสลับใบหน้า หรือจะกล่าวอีกนัย คือ เทคโนโลยี Deep fake เป็นการใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการตรวจจับใบหน้าของบุคคลแล้วทำการสลับกับใบหน้าของบุคคลที่เราต้องการนั้นเอง

สำหรับ Deep fake นั้นไม่ใช่เทคนิคในการตัดต่ออย่างทั่วๆไปที่เราคุ้นเคยอย่างยุคในอดีตที่ผ่านมาซึ่งความก้าวหน้าในทางเทคโนโลยีการตัดต่อนั้นยังไม่ก้าวหน้าเทียบเท่าในยุคปัจจุบันซึ่งในอดีตใช้วิธีการตัดแปะภาพด้วยการใช่โปรแกรมกราฟิกแบบทั่วๆไปแต่สำหรับเทคโนโลยี Deep fake นั้นใช้เทคนิคที่เรียกว่าเครือข่ายประสาทเทียม (Generative Adversarial Networks : GANs) ในการใช้เพื่อสร้างวิดีโอปลอมของ

บุคคลหนึ่ง โดย GANs จะประกอบด้วยระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์สองกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มของเครือข่ายนี้จะทำการแข่งขันกันสร้าง Deep fake ที่สมบูรณ์แบบมากที่สุดออกมา โดยระบบ GANs บางคนได้เรียกมันว่า “เครือข่ายประสาทเทียม” ซึ่งเกิดขึ้นมาจากงานวิจัยของนักวิทยาศาสตร์ 8 คนแห่งมหาวิทยาลัย Montreal ประเทศแคนนาดา นำโดยนาย Ian J. Good fellow บทความอันสืบเนื่องมาจากการวิจัยของเหล่านักวิทยาศาสตร์ทั้ง 8 ท่านได้ทำให้ผู้คนทั้งโลกต้องสั่นสะเทือนอย่างมาก โดย GANs จะมีการแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน ในส่วนที่หนึ่งเป็น Generator ซึ่งทำหน้าที่สร้างข้อมูลและส่วนที่สองเป็น Discriminator ทำหน้าที่แยกแยะหรือค่อยตรวจสอบอีกชั้นหนึ่ง กล่าวคือ เป็นผู้สังเคราะห์ค่อยบอกว่า Generator ได้ทำการสร้างข้อมูลออกมาได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่สนใจหรือไม่ซึ่งในบทบาทเช่นนี้นับเป็น Deep learning

Deep fake นั้นถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการอีกขั้นหนึ่งในการสร้างข่าวปลอม ข่าวลวง (Fake news) เนื่องจากสามารถนำเสนอข่าวที่เป็นข่าวปลอมซึ่งสามารถนำเสนอได้โดยทำให้ผู้รับรู้ข่าวสาร ที่ได้รับรู้ด้วยตาและได้ฟังด้วยหูของตนเองโดยตรงไม่ใช่การส่งต่อๆกันมาแบบข่าวปลอมทั่วไปๆ ซึ่ง Deep fake เองยังถือว่าเป็นภัยคุกคามตัวใหม่ต่อความมั่นคงในหลายๆประเทศ

โดยการสร้าง Deep fake ในทุกวันนี้ ถือว่ากลายเป็นเรื่องที่ไม่ได้มีความยุ่งยากอะไรอีกต่อไปทั้งนี้สืบเนื่องจากที่ได้มีนักพัฒนาคิดค้นตัว Application สำเร็จรูปเพื่อใช้ในการสร้าง Deep fake เป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลทั่วไปก็สามารถเข้าไป Download ได้แล้วนำมาสร้าง Deep fake ได้ในเพียงไม่กี่นาทีโดยเจ้าตัว Application ดังกล่าวนี้มีทั้งแบบที่ต้องมีการเสียเงินและแบบไม่เสียเงิน เช่น Application ที่ใช้ชื่อว่า Face swaplive, Deep fake lap เป็นต้น

2. หลักการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย

ในปัจจุบันเรายังไม่มีประมวลกฎหมายพยานใช้บังคับและกฎหมายว่าด้วยพยานหลักฐานก็ไม่ได้รวมอยู่ในกฎหมายฉบับเดียวกันหากแต่กระจัดกระจายอยู่ในกฎหมายต่าง ๆ หลายฉบับ แต่อย่างไรก็ดีกฎหมายลักษณะพยานส่วนใหญ่จะมีบทบัญญัติซึ่งแทรกอยู่ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งโดยมีบัญญัติแยกไว้โดยเฉพาะในมาตรา 84 ถึง มาตรา 130 และแทรกอยู่ในกฎหมายประมวลวิธีพิจารณาความอาญาเริ่มจากมาตรา 226 ถึง มาตรา 244 และยังมีการบัญญัติเพิ่มเติมในมาตรา 108/2, 131/1, 133 วรรคห้า, 172 วรรคสาม วรรคสี่ และวรรคห้า 226/1 ถึง 226/5, 227/1, 229/1, 230/1, 230/2, 237 ตรี และ 224/1 และนอกจากนี้ยังมีแทรกอยู่ในกฎหมายวิธีพิจารณาของศาลพิเศษอื่น ๆ อีกด้วย

2.1 มาตรฐานการพิสูจน์

การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานในคดีอาญา มีบทบัญญัติอยู่ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามาตรา 227 ว่าให้ศาลใช้ดุลยพินิจชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานทั้งปวง อย่าพิพากษาลงโทษจนกว่าจะแน่ใจว่ามีการกระทำผิดจริง และจำเลยเป็นผู้กระทำความผิดนั้น และเมื่อมีความสงสัยตามสมควรว่าจำเลยได้กระทำผิดหรือไม่ให้ยกประโยชน์แห่งความสงสัยนั้นให้จำเลย

ในคดีอาญามีข้อสันนิษฐานไว้ในกฎหมายเป็นคุณแก่ฝ่ายจำเลยว่าจำเลยเป็นผู้บริสุทธิ์จนกว่าโจทก์จะพิสูจน์ว่าจำเลยเป็นผู้กระทำความผิดจริง ทั้งนี้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 29 วรรคสอง และตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามาตรา 227 มีหลักว่า ศาลจะไม่ลงโทษจำเลยจนกว่าโจทก์พิสูจน์ว่าจำเลยเป็นผู้กระทำผิดโดยปราศจากข้อสงสัยโดยสมควร ดังนั้นในคดีอาญาศาลจะต้องพิจารณาพยานหลักฐานของโจทก์จนแน่ใจว่า มีความผิดเกิดขึ้นจริง และจำเลยกระทำความผิดนั้นจึงจะลงโทษจำเลยได้ เหตุนี้ถ้าพยานโจทก์ 51 เปอร์เซ็นต์ พยานจำเลย 59 เปอร์เซ็นต์ แล้วจึงตัดสินลงโทษจำเลยไม่ได้ กรณีเช่นนี้ต้องถือว่าเป็นที่สงสัยต้องยกประโยชน์แห่งความสงสัยให้จำเลย

2.2 พยานผู้เชี่ยวชาญ

พยานผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง พยานผู้มาเบิกความให้ความเห็นต่อศาล ในฐานะผู้มีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษในวิชาการบางอย่าง

สำหรับวิธีการนำสืบพยานผู้เชี่ยวชาญนั้นสามารถทำได้ในสองกรณี

1. ศาลได้มีคำสั่งแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญทั้งนี้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 244/1

2 คู่ความขอนำพยานผู้เชี่ยวชาญเข้ามาสืบทั้งนี้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 99

สำหรับในกรณีที่พยานผู้เชี่ยวชาญทั้งสองฝ่ายที่คู่ความนำมาสืบเกิดมีกรณีที่มีความเห็นขัดแย้งกันนั้น ในการชั่งน้ำหนักพยานศาลอาจจะใช้ดุลยพินิจชั่งน้ำหนักความน่าเชื่อถือของความเห็นแต่ละฝ่ายไปเลยก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามศาลจะใช้วิธีนี้เฉพาะกรณีที่ข้อเท็จจริงในทางคดีมีความชัดเจนเท่านั้นซึ่งหากความเห็นผู้เชี่ยวชาญมีความขัดแย้งกันในข้อสำคัญแห่งคดีแล้ว ศาลไม่ควรใช้ดุลยพินิจในการวินิจฉัยชั่งน้ำหนักพยานไปเองโดยศาลควรแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญคนที่สามเข้ามาให้ความเห็นในฐานะเป็นพยานผู้เชี่ยวชาญของศาล

ฐานะของพยานผู้เชี่ยวชาญที่ศาลตั้งมีความแตกต่างจากพยานผู้เชี่ยวชาญที่คู่ความอ้างมาเป็นพยานอยู่ในบางลักษณะ

โดยผู้เชี่ยวชาญที่ศาลได้มีการแต่งตั้งนั้น มีฐานะคล้ายกับเป็นเจ้าหน้าที่ของศาลมิใช่พยานของคู่ความฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ดังนั้นพยานผู้เชี่ยวชาญที่ได้มีการแต่งตั้งจึงสามารถถูกคัดค้านได้เฉกเช่นเดียวกับผู้พิพากษาอีกทั้งอาจจะไม่จำเป็นต้องมาเบิกความต่อศาลโดยอาจจะทำการเสนอความเห็นเป็นหนังสือก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามแม้ผู้เชี่ยวชาญที่ศาลตั้งจะมีสถานะคล้ายคลึงกับเจ้าหน้าที่ศาลแต่ก็มิใช่เจ้าหน้าที่ศาลแต่อย่างใดโดยผู้เชี่ยวชาญที่ศาลตั้งไม่ได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนจากทางราชการแต่อย่างใด เหตุนี้กฎหมายจึงได้กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญที่ศาลแต่งตั้งมีสิทธิในการได้รับค่าธรรมเนียมและรับชดใช้ค่าใช้จ่ายต่างๆที่ได้ออกไปซึ่งศาลจะกำหนดให้คู่ความเป็นผู้จ่ายให้

3. วิธีการและขั้นตอนในการตรวจสอบว่าพยานหลักฐานใดเกิดจากเทคโนโลยี Deep fake หรือไม่

3.1 การตรวจสอบวิดีโอที่ผ่านการตัดต่อดัดแปลงด้วยเทคโนโลยี Deep fake ในเบื้องต้น สามารถทำได้ ดังนี้

1 ลองสังเกตผิวหนังบริเวณหน้าผากและแก้ม สองบริเวณนี้เพื่อพิจารณาดูว่ามีความเรียบเนียนหรือเหี่ยวย่นเกินจริงหรือไม่

2 สังเกตแสงเงาตกกระทบ บริเวณใต้ตาเงาร่องแก้ม ไปจนถึงใต้จมูก โดยเงาจาก Deep fake จะมีลักษณะคล้าย Air Brush ไม่ค่อยมีมิติ

3 ค่อยจับสังเกตตำหนิบนใบหน้า อาทิ เช่น ไฝ สิว ซึ่งอาจจะมีความเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละเฟรมที่วิดีโอกำลังเล่นไปเรื่อย ๆ

4 ค่อยสังเกตบริเวณที่ปากซึ่งการขยับของปากอาจไม่ตรงกับเสียงรวมถึงการขยับของปากอาจจะดูไม่เป็นธรรมชาติ

3.2 การตรวจสอบ Deep fake ในต่างประเทศ

การใช้สัญญาณทางสรีรวิทยา การกะพริบตาเพื่อตรวจจับ Deep fake ตามการสังเกตที่บุคคล Deep fake มีการกะพริบถี่น้อยกว่าในวิดีโอที่ไม่ได้ปรับแต่งมาก ปกติแล้วผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพดีจะกระพริบตาระหว่าง 2 ถึง 10 วินาทีและการกะพริบแต่ละครั้งจะใช้เวลา 0.1 และ 0.4 วินาที อย่างไรก็ตาม อัลกอริธึมของ Deep fake มักใช้ภาพใบหน้าที่พร้อมใช้งานออนไลน์สำหรับการฝึก ซึ่งปกติแล้วจะแสดงให้ผู้คนเห็นว่าดวงตาเปิดอยู่ นั่นคือภาพที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตน้อยมากแสดงให้คนหลับตา ดังนั้นโดยไม่ต้องเข้าถึงภาพคนกระพริบตา อัลกอริธึมที่ล้ำลึกไม่มีความสามารถในการสร้างใบหน้าปลอมที่สามารถกะพริบตามปกติ กล่าวอีกนัยหนึ่ง อัตราการกะพริบตาใน Deep fake นั้นต่ำกว่าในวิดีโอปกติมาก

การตรวจจับวิดีโอ Deep fake จากการไหลของแสงเป็นสนามเวกเตอร์ที่คำนวณจากสองเฟรมที่แตกต่างของวิดีโอที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของวัตถุในฉาก ที่คาดว่าแตกต่างกันระหว่างเฟรมที่สร้างขึ้นจากการสังเคราะห์และเฟรมที่เกิดขึ้นจริง การเคลื่อนไหวที่ผิดธรรมชาติของริมฝีปาก ดวงตา หรือทั่วทั้งใบหน้า การแทรกลงในวิดีโอ Deep fake จะแนะนำรูปแบบการเคลื่อนไหวที่โดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเก่า เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการคิดเทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยในการตรวจสอบเทคโนโลยี Deep fake และยังมีการพัฒนาอยู่ต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

1.ความเป็นมาและลักษณะของเทคโนโลยี Deep fake

เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความแปลกใหม่ ส่งผลทำให้เกิดความยากลำบากต่อการแยกแยะระหว่างสื่อจริงและสื่อปลอมที่ผ่านการตัดต่อดัดแปลงด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งหนึ่งในการพัฒนาล่าสุด ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวนั้นคือ Deep fake ซึ่งเป็นวิดีโอที่มีความเกินจริง โดยอาศัยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือจะกล่าวอีกนัยคือเทคโนโลยี Deep fake เป็นการใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการตรวจจับใบหน้าของบุคคลแล้วทำการสลับกับใบหน้าของบุคคลตามที่เราต้องการ

สำหรับเทคโนโลยี Deep fake นั้นไม่ใช่เทคนิคการตัดต่ออย่างทั่วไปที่เราคุ้นเคย อย่างยุคในอดีตที่ผ่านมาซึ่งความก้าวหน้าในทางเทคโนโลยีการตัดต่อนั้น ยังไม่ก้าวหน้าเทียบเท่าในยุคปัจจุบันซึ่งในอดีตใช้วิธีการ

ตัดแปะภาพด้วยการใช้โปรแกรมกราฟิกแบบทั่วๆไปแต่สำหรับเทคโนโลยี Deep fake นั้นใช้เทคนิคที่เรียกว่า Genertive Adversarial Networks (GANs) ในการใช้เพื่อสร้างวิดีโอปลอมของบุคคลหนึ่ง โดย GANs จะประกอบด้วย ระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์สองกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มของเครือข่ายนี้ทำการแข่งขันสร้าง Deep fake ที่สมบูรณ์แบบมากที่สุดออกมา โดยระบบ GANs บางคนได้เรียกมันว่า“เครือข่ายประสาทเทียม”

Deep fake นั้นถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการอีกขั้น หนึ่งในการสร้างข่าวปลอม ข่าวลวง (Fake news) เนื่องจากสามารถนำเสนอข่าวที่เป็นข่าวปลอมซึ่งสามารถนา เสนอได้โดยทำให้ผู้รับรู้ข่าวสารที่ได้รับรู้ด้วยตาและได้ฟัง

ด้วยหูของตนเองโดยตรงไม่ใช่การส่งต่อๆกันมาแบบข่าวปลอมทั่วไป ซึ่ง Deep fake ยังถือว่าเป็นภัยคุกคามตัวใหม่ต่อความมั่นคงในหลายๆประเทศ โดยการสร้าง Deep fake ในทุกวันนี้กลายเป็นเรื่องที่ไม่ได้มีความยุ่งยากอีกต่อไป สืบเนื่องจากที่ได้มีนักพัฒนาคิดค้นตัว Application สำเร็จรูปเพื่อใช้ในการสร้าง Deep fake เป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลทั่วไปก็สามารถเข้าไป Download ได้แล้วนำมาสร้าง deep fake ได้ในเพียงไม่กี่นาที โดยตัว Application ดังกล่าวนี้มีทั้งแบบที่ต้องมีการเสียเงินและแบบไม่เสียเงิน อาทิเช่น Application ที่ใช้ชื่อว่า Face swap live , Deep face lap เป็นต้น

2. หลักการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาตามหลักกฎหมายไทย

สำหรับกฎหมายลักษณะพยานของไทยในปัจจุบันผู้วิจัยพบว่า ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีประมวลกฎหมายพยานใช้บังคับอีกทั้งกฎหมายลักษณะพยานก็ไม่ได้รวมอยู่ในกฎหมายฉบับเดียวกันแต่อย่างไรก็ตามกฎหมายลักษณะพยานของไทยส่วนใหญ่จะมีบทบัญญัติแทรกอยู่ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

มาตรฐานการพิสูจน์การพิสูจน์ในคดีอาญาจะมีมาตรฐานที่สูงกว่าในคดีแพ่งโดยในคดีอาญาศาลจะต้องพิจารณาพยานหลักฐานของโจทก์จนแน่ใจว่า มีการกระทำความผิดเกิดขึ้นจริงและจำเลยได้กระทำความผิดจริงจึงจะลงโทษได้

การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานเป็นการใช้เหตุผลสามัญสำนึก หลักตรรกวิทยาและหลักจิตวิทยา ในการค้นหาความน่าจะเป็นไปได้ซึ่งไม่อาจที่จะรับรองได้ว่าวิธีการดังกล่าวนั้นจะสามารถทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงที่มีความถูกต้องแน่นอนเสมอไปเมื่อเทียบกับกระบวนการพิสูจน์ในกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

บทตัดพยานหลักฐาน คำนี้ไม่ได้มีอยู่ในตัวบทกฎหมายลายลักษณ์อักษรของไทย แต่เป็นคำที่แปลมาจากภาษากฎหมายพยานหลักฐานของคอมมอนลอว์ที่เรียกกันว่า “Exclusionary Rules” ซึ่งคำว่า “Exclusionary Rules” แปลว่า ตัดออก

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า บทตัดพยานมีบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาเป็นบทหลัก และในกฎหมายอื่นด้วย เช่น ประมวลรัษฎากร

มาตรา 226 ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา บัญญัติไว้ว่า

“พยานวัตถุ พยานเอกสาร หรือพยานบุคคลซึ่งน่าจะพิสูจน์ได้ว่าจำเลยมีความผิดหรือบริสุทธิ์ ให้อ้างเป็นพยานหลักฐานได้ แต่ต้องเป็นพยานหลักฐานชนิดที่มิได้เกิดขึ้นจากแรงจูงใจ มีคำมั่นสัญญา ขู่เข็ญ หลอกลวงหรือโดยมิชอบประการอื่น และให้สืบตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้หรือกฎหมายอื่นว่าด้วยการสืบพยาน”

โดยเฉพาะกรณีพยานหลักฐานที่เกิดจากการปลอมหรือเป็นเท็จในประเทศไทยรวมถึงต่างประเทศต่างมีบทตัดพยานหลักฐานในกรณีดังกล่าวซึ่งถือว่าเป็นหลักกฎหมายทั่วไปของทุกประเทศ ทุกระบบกฎหมาย พยานหลักฐานเท็จ หรือพยานหลักฐานปลอม เอามาใช้พิสูจน์ข้อเท็จจริงในทางคดีไม่ได้ ถ้าพบว่าเป็นเท็จหรือปลอมก็ต้องตัดทิ้ง ห้ามรับฟังโดยเด็ดขาด

3. วิธีการและขั้นตอนในการตรวจสอบว่าพยานหลักฐานใดเกิดจากเทคโนโลยี Deep fake หรือไม่

3.1 การตรวจสอบวิดีโอที่ผ่านการตัดต่อดัดแปลงด้วยเทคโนโลยี Deep fake ในเบื้องต้น สามารถทำได้ ดังนี้

แม้เทคโนโลยี Deep fake ในประเทศไทยจะยังไม่มีความล้ำหน้ามาก แต่ประเทศไทยเองก็ได้ตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อค่อยรับมือกับข่าวปลอมที่เกิดขึ้นอยู่เรื่อย ๆ เช่น ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม โดยก่อตั้งขึ้นเพื่อตีแผ่ข่าวปลอมหรือ Fake news ที่ถูกเผยแพร่ในโลกออนไลน์ และการตรวจสอบวิดีโอ Deep fake ในเบื้องต้นสามารถทำได้ ดังนี้

1. สังเกตผิวหนังบริเวณหน้าผากและแก้ม เพื่อพิจารณาดูว่ามีความเรียบเนียนหรือเหี่ยวย่นเกินจริงหรือไม่

2. สังเกตแสงเงาตกกระทบบริเวณใต้ตา เงาร่องแก้ม ใต้จมูก โดยเงาจาก Deep fake จะมีลักษณะคล้าย Air Brush ไม่ค่อยมีมิติ

3. สังเกตตำหนิบนใบหน้า เช่น ไฝ สิว ซึ่งอาจจะมีความเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละเฟรมที่วิดีโอกำลังเล่น

4. สังเกตบริเวณปากซึ่งการขยับของปากอาจไม่ตรงกับเสียงรวมถึงการขยับของปากอาจจะดูไม่เป็นธรรมชาติ

3.2 การตรวจสอบ Deep fake ในต่างประเทศ

การตรวจสอบโดยใช้สัญญาณทางสรีรวิทยา เช่น การกะพริบตา โดยบุคคลใน Deep fake มีการกะพริบถี่น้อยกว่าในวิดีโอที่ไม่ได้ปรับแต่งมาก ปกติแล้วผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพดีจะกระพริบตาระหว่าง 2 ถึง 10 วินาทีและการกะพริบแต่ละครั้งจะใช้เวลา 0.1 และ 0.4 วินาที กล่าวคือ อัตราการกะพริบตาใน Deep fake นั้นต่ำกว่าในวิดีโอปกติมาก และการกะพริบถี่มากก็อาจเป็น Deep fake

การตรวจสอบการไหลของแสงเป็นสนามเวกเตอร์ที่คำนวณจากเฟรมวิดีโอ Deep fake การเคลื่อนไหวของวัตถุในฉาก การเคลื่อนไหวที่ผิดธรรมชาติของริมปากดวงตา หรือทั่วทั้งใบหน้า วิธีนี้ใช้ประโยชน์จากการไหลของแสงในการจับความไม่สอดคล้องกันบนวิดีโอ Deep fake

เอกสารอ้างอิง

กฎหมาย

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 34) พ.ศ.2562

หนังสือ

จรัญ ภักดีธนากุล. กฎหมายลักษณะพยานหลักฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา. 2563.

โสภณ รัตนากร. คำอธิบายกฎหมายลักษณะพยาน. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : วิญญูชน. 2564

ธานี สิงหนาท. คำอธิบาย พยานหลักฐาน คดีแพ่งและคดีอาญา. พิมพ์ครั้งที่ 17

บทความ

จิราภรณ์ เนาวพนานนท์. พยานผู้เชี่ยวชาญในคดีอาญา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [วิทยานิพนธ์] 2552

ณัฏฐภาณี หลีเกษม. ปัญหาเกี่ยวกับกฎหมายกับการรับฟังพยานหลักฐานดิจิทัลในคดีอาญา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. [บทความ]. 2560. [อินเทอร์เน็ต]. [เข้าถึงเมื่อ 29 มิถุนายน 2565]. เข้าถึงได้จาก https://esv-jti.coj.go.th/Thesis/deteil/Master's/2560/ma_60_019.pdf?fbclid=IwAR1-MVEJ4LnuTr4OC6NMdstT7iZw9jmA21F3lGDKq-_98CBGYrshXO9lakI

พร้อมพรรณ ชลถาวรพงศ์. การรับฟังพยานหลักฐานที่ได้มาโดยมิชอบตามประมวลกฎมายวิธีพิจารณาความอาญา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2560

มานิจ สุขสมจิตร. บทความพิเศษ Fake News: ข่าวลวง, ข่าวปลอม. [วารสารศาสตร์] ตีพิมพ์ลงในเล่มปีที่ 15 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2565 : 2565

อรุณณีย์ ศรีจรุณรัตน์, ประเสริฐ ตัณศิริ, พรเพชร วิชิตชลชัย, ปัญญา สุทธิบดี. เอกกสารประกอบคำบรรยายกฎหมายลักษณะเปรียบเทียบ la 794. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2549

เว็บไซต์

ไทยแวร์ทิปส์ซอฟต์แวร์. deep fake คืออะไร ? และ Deep fake ทำงานอย่างไร ? พร้อมวิธีสังเกต และป้องกันภัยจากมัน. [อินเทอร์เน็ต]. [เข้าถึงเมื่อ 29 มิถุนายน 2565]. เข้าถึงได้จาก https://tips.thaiware.com/2069.html?fbclid=IwAR1OK7PG1XnWkJAqvKnShNltMK1x2DvX8- ArtHbSnZnFTesQBCCKv5sw5z8#how-to-check-and-prevent-deepfake ttbbank. รู้ให้ไว ไม่ตกเป็นเหยื่อเทคโนโลยี Deepfake หลอกลวง. [อินเตอร์เน็ต]. [เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก https://www.ttbbank.com/th/fin-tips/detail/deepfake

เอกสารต่างประเทศ

Mika Westerlund. The Emergence of Deepfake Technology:A Review. November 2019

Thanh Thi Nguyena, Quoc Viet Hung Nguyenb, Dung Tien Nguyena, Duc Thanh Nguyena, Thien Huynh

Thec, Saeid Nahavandid, Thanh Tam Nguyene, Quoc-Viet Phamf, Cuong M. Nguyen. Deep Learning for Deepfakes Creation and Detection : A Survey. Feb 2022

วิเคราะห์การควบคุมสินค้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Analyze the control system of brand-name products that discover copyrights through social media.

จันทร์จรัส อุไรรัตน์*[1] ชนากาญจน์ หัสนะชัย[2] ศศิธร ศิริพันธุ์[3]
บุณยสิทธิ์ มิ่งยศอนันต์[4] อครพล วุฒิยา[5] และกรกฎ ทองขะโชค[6]

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม บนแพลตฟอร์มที่มีการซื้อ-ขายทางออนไลน์และเพื่อศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องของสินค้าแบรนด์เนมที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ของ Shopee และ Lazada วารสารทางวิชาการ ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า มีการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ปัญหายังเกิดจากการที่กฎหมายที่ใช้บังคับยังและหน่วงงานที่เกี่ยวข้องกับการปราบปรามยังไม่เด็ดขาดพอ อีกทั้งผู้คนบางกลุ่มยังขาดความตระหนักถึงความรับรู้ผิดของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ว่าเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย โดยผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะสำคัญได้แก่ ปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ให้มีความเข้มแข็งและรัดกุมมากขึ้น สร้างความตระหนักให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญในสินค้าลิขสิทธิ์และให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องตั้งรางวัลแก่ผู้แจ้งเบาะแสและผู้จับจากเงินปรับของผู้กระทำผิดในการละเมิด

คำสำคัญ: แบรนด์เนม การละเมิดลิขสิทธิ์ สื่อสังคมออนไลน์

[1-5] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
[6] ศาสตราจารย์ ดร, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
* Corresponding author E-mail: 621081029@tsu.ac.th

Abstract

The main objectives of this research are: to study the problems and obstacles of piracy of brand-name products on the online trading platform and to study the relevant legal requirements of brand-name products with copyright infringement The researcher used a method of searching for information from documents and websites of Shopee and Lazada, academic journals. Literature review Related research and thesis The results showed that Counterfeit branded goods are traded through online platforms. The problem also arises from the fact that the laws that are still in force and that the work involved in the suppression is not yet decisive enough. In addition, some groups of people still lack awareness of the problem of piracy that is illegal. The researchers made important recommendations as follows: Improve copyright laws to be stronger and more concise. Raising public awareness of the importance of copyrighted products and allowing relevant government agencies to set rewards for whistleblowers and catchers from the fines of violators.

Keyword: Brand name, Piracy, Social media

บทนำ

สิทธิในลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นโดยทันทีนับแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน ดังนั้น เจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรที่จะปกป้องคุ้มครองสิทธิของตนโดยการเก็บรวบรวมหลักฐานต่างๆ ที่แสดงว่าได้ทำการสร้างสรรค์ผลงานนั้นขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพิสูจน์สิทธิหรือความเป็นเจ้าของในโอกาสต่อไป

การที่ละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมไม่สามารถดำเนินการปราบปรามได้ทั้งหมด เป็นเหตุให้มีการลักลอบการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งสามารถทำได้ง่ายขึ้นและมีการเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม โดยผู้กระทำความผิดได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดเนื่องจากได้รับผลตอบแทนค่อนข้างสูง

สภาพสังคมปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ใช้งานทั้งในด้านของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นในช่องทาง Facebook live Instagram ทาง Inbok หรือช่องแชท จึงส่งผลให้คนจำนวนมากหันมาใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กันเป็นจำนวนมาก ทำให้มีสินค้าหลากหลายชนิด หลายประเภท ที่ผู้ให้บริการผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ นำมาทำธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง จนทำให้สินค้าแบรนด์เนมเป็นที่นิยมในกลุ่มของผู้ใช้บริการผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า นาฬิกา และอื่นๆอีกมากมาย ซึ่งผลที่ตามมาของการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์นั้น ส่งผลให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ซึ่งสามารถทำได้โดยง่ายทั้งในรูปแบบของการนำงานไปทำซ้ำ ลอกเลียน ดัดแปลง หรือเผยแพร่ ต่อสาธารณะชนโดยไม่ได้รับอนุญาติจากเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง โดยการขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นั้นได้สร้างความเสียหายให้แก่ผู้ประกอบการที่แท้จริงเนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับ

สินค้าปลอมแปลงที่มีราคาต่ำกว่าได้และในขณะเดียวกันภาครัฐก็สูญเสียการจัดเก็บภาษีจากสินค้าลิขสิทธิ์อีกด้วย

ในปัจจุบันการทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากวิวัฒนาการที่ทันสมัยของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เครื่องมือ สื่อสาร รวมไปถึงระบบเครือข่ายสัญญาณต่างๆที่ทำให้การติดต่อสื่อสารกันผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่าง สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จนทำให้ผู้ประกอบการหันมาเพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ต หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคอย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งยังใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ โดยตรงระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคอีกด้วย จากสถิติพบว่าในปี 2560 มีผู้ค้าบนอินเทอร์เน็ตหรือผู้ค้า ออนไลน์ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 592,996 ราย และมีมูลค่ารวมกว่า 2.56 ล้านล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 40 ของมูลค่าขายสินค้าและบริการทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2560) และยังมีแนวโน้มของยอดขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่จะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (พรรณภา สุธัญญพฤทธิ์, 2561)

จากความสำคัญของปัญหาและประโยชน์ดังกล่าว จึงควรศึกษาปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรณีการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการขายผ่านช่องทางออนไลน์แล้วแก้ไขอย่างจริงจังเพราะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมในระดับประเทศ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและรูปแบบหรือวิธีการดำเนินการละเมิดลิขสิทธิ์ มูลเหตุของการละเมิดในด้านแรงจูงใจและช่องว่างทางกฎหมาย รวมเพื่อหาแนวทางในการแก้ไข (พนิดา ชินสุวพลา, 2562) ซึ่งช่องว่างทางกฎหมายที่มีอยู่นั้นทำให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากยังมีข้อบกพร่องหลายอย่าง เช่น การบังคับใช้กฎหมายที่ยังไม่เข้มงวดพอ ถึงแม้ว่ากฎหมายที่บังคับใช้ในปัจจุบันจะเป็นกฎหมายที่ดีอยู่แล้ว แต่ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในปัจจุบันนี้ อาจไม่ได้เกิดจากตัวบทกฎหมายหรือการบังคับใช้ของกฎหมายอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากจิตสำนึกของตัวบุคคลด้วย เนื่องจากประชาชนมักจะเห็นว่าการทำผิดในเรื่องนี้ไม่ได้ร้ายแรงมากนัก และสามารถยอมความได้ จึงสมยอมที่จะซื้อ เนื่องจากเศรษฐกิจ หรือรายได้ของประชาชนในประเทศไทยยังไม่มากพอที่จะซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ที่มีราคาแพงกว่าได้ จึงยังคงต้องเลือกที่จะซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ รวมไปถึงการที่กฎหมายยังไม่สามารถเอาผิดกับผู้ซื้อได้

รวมไปถึงการบทลงโทษที่ไม่สมเหตุสมผล การจับกุมผู้ละเมิดก็มีอุปสรรคมากมายแม้การละเมิดบนสื่อออนไลน์นั้นสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป (อนนท์ แก่นทอง, 2558) แม้ผู้ละเมิดจะถูกจับได้ก็ตามแต่ก็ถูกลงโทษด้วยการปรับเพียงเล็กน้อย หรือแม้จะมีการตัดสินคดี ก็มีแค่คำสั่งแค่รอการลงโทษเท่านั้น อีกทั้งเจ้าหน้าที่ผู้บังคับกฎหมาย ตำรวจ หรือเจ้าหน้าที่ก็มักที่จะละเลยหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ทำให้การบังคับการใช้กฎหมายนั้นไม่มีประสิทธิภาพไปด้วย จึงทำให้ในปัจจุบันการละเมิดลิขสิทธิ์ยังมีอยู่แพร่หลายในประเทศไทย กฎหมายลิขสิทธิ์จึงยังต้องมีการปรับปรุงแก้ไข ให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับวิวัฒนาการใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา มีบทลงโทษที่ชัดเจนขึ้น และให้เจ้าหน้าที่ได้ปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง เพื่อให้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์บนสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยนั้นได้เบาบางลง (นิติ ถาวรวณิชย์, 2562) ควรมีการส่งเสริมให้มีบทลงโทษที่หนักขึ้นเพื่อลดการกระทำละเมิด เมื่อบทลงโทษที่หนักขึ้นจึงทำให้ผู้กระทำการละเมิดลดลง

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1). เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม บนแพลตฟอร์มที่มีการซื้อ-ขายทางออนไลน์

2). เพื่อศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องของสินค้าแบรนด์เนมที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์

วิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ของ Shopee และ Lazada วารสารทางวิชาการ ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการตามหลักของวิธีการวิจัยเพื่อจะค้นหาข้อเท็จจริงในกรณีการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนม โดยการแบ่งแยกประเภทสินค้าแบรนด์เนมออกเป็น 2 ประเภท และได้ศึกษากฎหมายพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พุทธศักราช 2537 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พุทธศักราช 2550 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2560 เพื่อนำมาปรับใช้กับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกิดบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยทราบถึงค่านิยมในการซื้อสินค้าแบรนด์เนม ซึ่งแนวคิดทฤษฎีด้านการตัดสินใจซื้อนั้นเป็นปัจจัยในการส่งเสริมผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ตามทัศนคติและความรู้สึกของตนเอง โดยเป็นผลมาจากการประเมินทางเลือก ทำให้เกิดความตั้งใจในการซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ทั้งเรื่องราคาสินค้า คุณสมบัติ ประโยชน์ ซึ่งการตัดสินใจต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายอย่างประกอบกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาความพร้อมในการซื้อสินค้า (นางสาวสกาวฟ้า คอนเอม,2562) ซึ่งจะเห็นว่าสังคมไทยในปัจจุบันนั้นมีความก้าวหน้ามากในด้านต่างๆรวมไปถึงด้านเทคโนโลยี จนถึงปัจจุบัน เป็นยุคที่ Influencer และ ดารา คนมีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อหลายวงการ พื้นที่โฆษณาไม่ได้อยู่แค่ในโทรทัศน์ วิทยุ หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ แต่กลับกลายไปอยู่ในแพลตฟอร์มโซเชียล ออนไลน์พื้นที่ส่วนตัวของ Influencer และดาราดัง ส่งผลให้ สินค้าแบรนด์เนมได้รับอิทธิพลความสนใจมากขึ้น (คมชัดลึก, 2565) การถูกครอบงำโดยอิทธิพลจากสื่อต่างๆ ทำให้ค่านิยมของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นสังคมวัตถุนิยมกันมากขึ้น (ภาวิณี แสงมณี และ ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช, 2558) ทำให้คนเชื่อว่าการใช้ของแบรนด์เนมหรือของที่มีราคาแพงๆ นั้นจะทำให้คนอื่นมองว่ามีฐานะร่ำรวย มีรสนิยมสูง ให้คนชื่นชม นับถือ ยกย่อง หรือได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้างมีของแบรนด์เนมเพื่ออัพลงโซเชียล ค่านิยมนี้ขยายไปหลายๆกลุ่มในสังคมไม่ว่าจะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ดารา หรืออาชีพอื่นๆ ที่ต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากผู้อื่น (พรรณพิมล วิปุลากร, 2554 :ออนไลน์) เมื่อค่านิยมของสินค้าแบรนด์เนมมีความแพร่หลายไปอย่างกว้างขวาง จึงทำให้คนบางกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์ไม่มากพอสำหรับการซื้อสินค้าที่เป็นแบรนด์เนมแท้เลือกที่จะซื้อสินค้าที่แบรนด์เนมเลียนแบบ

เนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่า แม้จะทราบเป็นอย่างดีว่าเป็นสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคก็ยังเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาการละเมิดลิขสิทธ์ด้วย

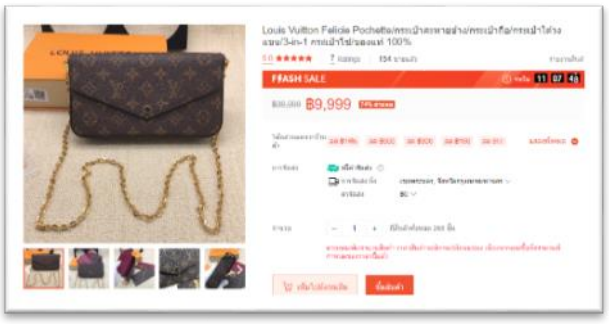
ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแบรนด์เนมในกลุ่มต่างๆ ด้วยกระแสความนิยมและความคลั่งไคล้ในสินค้าแบรนด์เนมของคนไทย เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ ซึ่งทฤษฎีนี้ว่าประกอบด้วย สิ่งกระตุ้น สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเป็นจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (จุฬารัตน์ เณรศิริ， 2554) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษา

โดยผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม พบว่ามีหลายเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคคิดและทำการตัดสินใจในการซื้อ ซึ่งสาเหตุในการซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้บริโภคแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ 1.ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมด้วยตัวเอง คือมีความชื่นชอบและเชื่อมั่นในตัวแบรนด์สินค้า แม้ว่าจะมีสิ่งรอบข้างเชื้อเชิญให้สนใจในแบรนด์อื่น แต่ผู้บริโภคประเภทนี้จะตัดสินใจได้อย่างแน่วแน่และไม่โลเลที่จะเปลี่ยนแบรนด์อื่น 2. ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมด้วยอิทธิพลรอบข้าง ผู้บริโภคประเภทนี้จะชื่นชอบหมดทุกแบรนด์จะไม่ฮิตแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งที่จะไหลไปตามกระแสแฟชั่นและคนรอบข้างในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม (ภาวิณีย์ แสงมณี,2558) ด้วยสาเหตุเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้เกิดกลุ่มคนที่แสวงหาผลประโยชน์จากความต้องการเหล่านี้โดยการละเมิดลิขสิทธิ์ จึงผลิตสินค้าเลียนแบบและขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาของสินค้าจริงและที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าบนแพลตฟอร์มซื้อขายผ่านทางออนไลน์ของเว็บไซต์ Shoppee และ Lazada ทำให้พบว่ามีสินค้าแบรนด์เนมที่มีการเลียนแบบและละเมิดลิขสิทธิ์วางขายอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังได้รับการตอบสนองจากผู้ที่สนใจและผู้บริโภคเป็นอย่างดี และได้ทำการแบ่งประเภทของสินค้าแบรนด์เป็น 2 ประเภท ได้แก่

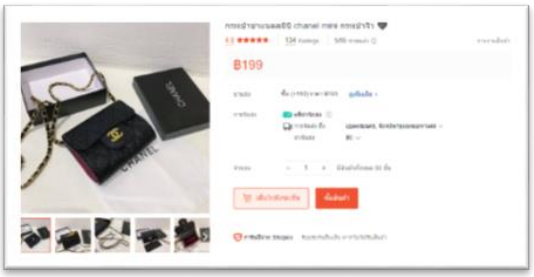
1). ประเภท Hi end เป็นแบรนด์แม่ แบรนด์ระดับโลก ที่มีตำนานและประวัติศาสตร์อันยาวนานและราคาสูงมาก ได้รับการยอมรับและความเชื่อถือในสังคมชั้นสูงไม่ว่าจะเป็นกษัตริย์ เจ้าชาย หรือราชวงศ์ประเทศต่างๆ รวมถึงเหล่าบรรดาบุคคลในแวดวงสังคมชั้นสูง เหล่า Celebrity คนฐานะร่ำรวย ในประเทศต่างๆ ที่ให้การยอมรับสั่งผลิตและใช้สวมใส่จริงรวมไปถึงกำลังการผลิต และคุณภาพสินค้า “ชั้นเยี่ยม” ซึ่งมีการวางจำหน่ายในหลายประเทศทั่ว ซึ่งราคาของสินค้าประเภทนี้มีราคาค่อยข้างสูง ตั้งแต่ราคาหลักหมื่นถึงราคาหลักล้านหรือไปจนถึงหลักสิบล้าน ด้วยราคาที่สูงของสินค้าประเภทดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มคนที่ครอบครองส่วนใหญ่มีฐานะทางการเงินและชื่อเสียงในสังคมค่อนข้างสูง ตัวอย่างของสินค้าประเภท hi-end เช่น Hermès, Chanel, Louis Vuitton, Christian, Dior เหล่านี้ถือเป็นสินค้าแบรนด์ชั้นนำที่คนทั่วโลกรู้จัก



ภาพที่ 1 Louis Vuitton Felicie Pochette (เลียนแบบ)
ที่มา shorturl.at/cr345 (shopee, 2565)



ภาพที่ 2 Louis Vuitton Felicie Pochette (แท้)
ที่มา https://th.louisvuitton.com/tha-th/products/felicie-pochette-monogram-010578/M61276 (LouisVuitton TH, 2565)



ภาพที่ 3 Chanel (เลียนแบบ)

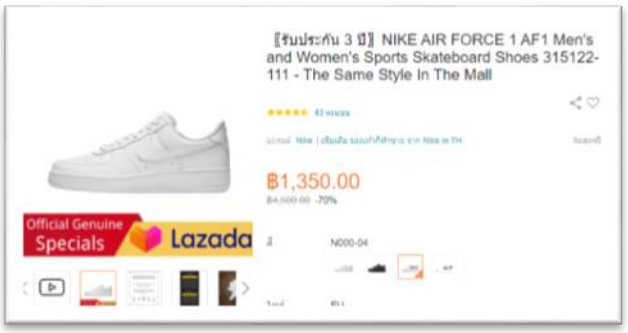


ภาพที่ 4 Chanel (แท้)

ที่มา (ภาพที่ 3) https://shopee.co.th/product/255439651/12293291811?smtt=0.394517680-1665055257.5&fbclid=IwAR389fJLkaQ8ZOr0C8nB1sR8gbNvY1rOnYKeRbi1-5SBTQSiSbvQD-7DKxM (shopee, 2565)

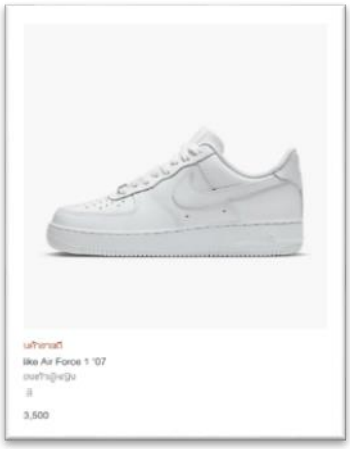
ที่มา (ภาพที่ 4) https://www.chanel.com/th/fashion/p/A35200Y0405994305/mini-flap-bag-lambskin/?fbclid=IwAR3OQrQQFIghHlaFlCPwwT4KV3ChD_MDvYIdPi1IY51BAGb3jAh67GjVkPc (Chanel TH, 2565)

2). ประเภท hi - street เป็นแบรนด์ลูก ที่ไม่จำเป็นต้องมีตำนานประวัติศาสตร์ที่ต่างผลิตมาในรายย่อย เพื่อจำหน่ายในราคาถูกลงแต่มีมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพ ราคาสินค้าประเภทนี้เริ่มต้นหลักร้อยไปจนถึงหลักหมื่นหรือบางรุ่นก็อาจถึงหลักแสน เป็นแบรนด์ที่เหมาะแก่การนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งคนทั่วไปก็สามารถหาซื้อได้ง่ายซึ่งมีช้อปหรือวางจำหน่ายในห้างฯชั้นนำของประเทศและต่างประเทศ หรือโกอินเตอร์ (Brand Name คืออะไร มารู้จักแบรนด์ไฮเอนและสตรีทแบรนด์ คืออะไรและการสร้าง Brand , 2564) ตัวอย่างของสินค้าประเภท hi-street เช่น Coach, CHARLES & KEITH, Adidas, Nike, Calvin klein เหล่านี้ก็เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลกเช่นกัน



ภาพที่ 5 Nike Air Force 1 (เลียนแบบ)

ที่มา shorturl.at/xzEPQ (Lazada, 2565)



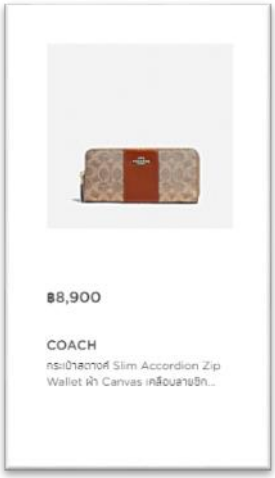
ภาพที่ 6 Nike Air Force 1 (แท้)

ที่มา shorturl.at/oqESU (Nike TH, 2565)



ภาพที่ 7 Coach wallet (เลียนแบบ)

ที่มา shorturl.at/fmzEF (Lazada, 2565)



ภาพที่ 8 Coach wallet (แท้)

ที่มา https://www.central.co.th/th/coach-slim-accordion-zip-wallet-in-colorblock-signature-canvas-b4-tan-rust-mkp0321211 (Coach TH, 2565)

จากตัวอย่างรูปภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบทั้ง 2 ประเภท ที่อยู่ในแพลตฟอร์มของ Shopee และ Lazada มีความคล้ายคลึงกับสินค้าแบรนด์เนมลิขสิทธิ์เป็นอย่างมาก ซึ่งหากมองผิวเผินอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดคิดว่าเป็นสินค้าแบรนด์เนมแท้ หากไม่ใช่ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญก็อาจคิดว่ารูปสินค้าที่เห็นดังกล่าวเป็นสินค้าแบรนด์เนมแท้ตามภาพที่ 1,3,5,7 และถึงแม้ว่าภาพตัวอย่างสินค้าที่อยู่ในแพลตฟอร์มนั้น จะเป็นรูปภาพสินค้าแบรนด์เนมแท้แต่ก็ไม่อาจยืนยันได้ว่าสินค้าที่ผู้บริโภคได้รับนั้นจะเป็นสินค้าแบรนด์เนมแท้หรือไม่

สำหรับประเทศไทยนั้นมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์ควบคุมและบังคับใช้อยู่ แต่ก็ยังมีปัญหาการขายสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบต่างๆบนแพลตฟอร์มผ่านช่องทางออนไลน์เป็นจำนวนมาก โดยการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบดังกล่าวนั้นถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งมีกฎหมายที่เอาผิดเฉพาะผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบ แต่ไม่เอาผิดกับผู้ซื้อและผู้ให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม ทำให้ความต้องการในการซื้อของผู้บริโภคยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ทำให้การซื้อขายนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันในส่วนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมที่ผู้วิจัยได้เลือกมาปรับใช้มีดังนี้

โดยกฎหมายที่ใช้ควบคุมการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในปัจจุบัน มีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พุทธศักราช 2537 เป็นกฎหมายที่มีหน้าที่ในการคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์จากการหาประโยชน์อันมิชอบจากบุคคลอื่น เพื่อให้ผู้ที่สร้างสรรค์งานได้รับประโยชน์อย่างเต็มจากการที่ต้องใช้ปัญญา แรงงาน ทักษะและความอุตสาหะ ตลอดจนระยะเวลาในการสร้างสรรค์งานในรูปแบบต่างๆ ขึ้นมา หากผู้ใดรู้อยู่แล้วหรือมีเหตุควรรู้ว่างานใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น กระทำการต่อไปนี้แก่งานนั้นเพื่อหากำไรให้ถือว่าผู้นั้นกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยได้แก่ ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ เผยแพร่ต่อสาธารณชน แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ นำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร ต้องได้รับโทษตามคดีอาญา เมื่อได้พิจารณาจะเห็นได้ว่ากฎหมายดังกล่าวไม่มีเนื้อหาส่วนใดที่กำหนดความรับผิดของผู้ให้บริการไว้เลยจึงต้องนำพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มาบังคับใช้

การขายสินค้าแบรนด์เนมเลียนแบบดังกล่าว บนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee และ Lazada ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งสินค้าแบรนด์เนมถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ ประเภทศิลปกรรมซึ่งเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ได้ทำขึ้นโดยละเมิดของผู้อื่น โดยการกระทำมีไว้เพื่อขายหรือเสนอขาย จึงถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อการค้าเป็นความผิดที่ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 3 เดือนถึง 2 ปี และปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาทถึงสี่แสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พุทธศักราช 2537 อีกทั้งยังมีการโฆษณาโดยใช้รูปภาพและข้อความชักจูงให้ผู้บริโภคหลงเชื่อว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าแบรนด์เนมแท้ ถือเป็นการที่ผู้ขายนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอม นำเข้าข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พุทธศักราช 2550 และการกระทำดังกล่าวยังถือเป็นการนำเข้าข้อมูลอันเป็นเท็จตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2560 มาตรา 14(1) ที่ว่ากระทำโดยทุจริตหรือหลอกลวงนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอมไม่ว่าบางส่วนหรือทั้งหมด โดยก่อให้เกิดความเสียหายการจากกระทำดังกล่าวของผู้ขายส่งผลให้ผู้บริโภคที่สนใจที่จะซื้อสำคัญผิดในตัวสินค้าดังกล่าว

เมื่อการซื้อขายสินค้าแบรน์เนมเลียนแบบบนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นทำได้ง่าย จึงเป็นเหตุให้มีการกระทำความผิดง่ายขึ้นละมากขึ้น ซึ่งกฎหมายที่ใช้ควบคุมที่อยู่นั้น ไม่สามารถจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งการควบคุมนั้นยังมีช่องว่างในการรอดพ้นจากโทษในการกระทำความผิด

สรุปผล

การที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมที่มีการขายผ่านแพลตฟอร์มของ Shopee และ Lazada ในประเทศไทยเป็นจำนวนมากและยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการพัฒนาที่รวดเร็วอย่างก้าวกระโดดทำให้เว็บไซต์ที่เป็นช่องทางในการให้บริการนั้นไม่อาจควบคุมสื่อต่างๆ ให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายได้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่กำหนดบังคับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดังกล่าว ว่าจะต้องรับผิดจากการที่มีการกระทำละเมิดสินค้าแบรนด์เนมเกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการพื้นที่เหล่านี้ถือได้ว่าขาดความรับผิดชอบในการจัดการแพลตฟอร์มของตนเอง อีกทั้งการบังคับใช้กฎหมายที่ถือได้ว่าไม่เข้มงวดพอจนส่งผลให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมนั้นมิได้เกิดจากความบกพร่องของข้อกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากจิตสำนึกของตัวบุคคลที่กระทำการละเมิดในตัวสินค้าแบรนด์เนมดังกล่าว โดยไม่คำนึงถึงปัญหาลิขสิทธิ์

อภิปรายผล

ด้านกฎหมาย เนื่องจากประเทศไทยมีกฎหมายที่ควบคุมปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่เข้มแข็งและครอบคลุมไม่มากพอ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันมากขึ้น ในส่วนของการซื้อขายมีการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็ยังมีการนำสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มาขายบนแพลตฟอร์มของ Shopee และ Lazada แต่เนื่องด้วยการบังคับใช้กฎหมายนั้นไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้ประชาชนไม่เกรงกลัวจึงไม่ให้ความสำคัญและมองว่ากฎหมายนั้นเป็นเรื่องที่ไกลตัว อีกทั้งการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 นั้นต้องให้ผู้เสียหายที่แท้จริงมากล่าวโทษ ผู้กระทำความผิดโดยการละเมิดลิขสิทธิ์ของตน ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่องว่างทางกฎหมายอย่างหนึ่ง

ด้านความตระหนัก การปล่อยประละเลยให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นโดยไม่ได้มีการปกป้องผลงานอันมีลิขสิทธิ์ จะบั่นทอนจิตใจของผู้สร้างสรรค์ผลงาน ในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆขึ้น รวมทั้งผู้ให้บริการจึงควรส่งเสริมให้ตระหนักถึงคุณค่าของงานอันมีลิขสิทธิ์

ด้านองค์กร องค์กรที่ทำหน้าที่สอดส่อง ตรวจสอบและดูแล ซึ่งได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา มีความหละหลวม ไม่จริงจังในการตรวจสอบปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ แม้ว่าจะมีมาตราการให้ประชาชนมาแจ้งเบาะแสของการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวได้ เนื่องจากประชาชนบางกลุ่มยังไม่เห็นถึงความสำคัญของลิขสิทธิ์รวมทั้งไม่มีสิ่งจูงใจให้กลุ่มคนดังกล่าวเลือกที่จะแจ้งเบาะแสถึงปัญหาดังกล่าวให้แก่กรมทรัพย์สินทางปัญญา

ข้อเสนอแนะ

1. ปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ให้เข็มแข็ง รัดกุม และมีการใช้บังคับกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยให้มีการควบคุมผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มของ shoppee และ lazada
2. สร้างความตระหนักให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญในสินค้าลิขสิทธิ์ ดำเนินกิจกรรมที่ครอบคลุม เช่น การให้การศึกษา ให้ข้อมูลให้ความรู้ ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในตัวบุคคล โดยใช้วิธีการสร้างความตระหนักโดยการให้ความรู้ในสถานศึกษา เช่น จัดตั้งโครงการโดยมีวิทยากรมาให้ความรู้ด้านลิขสิทธิ์ รวมไปถึงการสร้างสื่อความรู้เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณะ

3. ให้หน่วยงานของรัฐตั้งรางวัลแก่ผู้แจ้งเบาะแสและผู้จับเป็นจำนวน 20% ของเงินปรับจากผู้กระทำความผิดในการละเมิดลิขสิทธิ์

เอกสารอ้างอิง

อนนท์ แก่นทอง, (2558), ปัญหาในการให้ความคุ้มครองสิทธิของเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต,วิทยานิพนธ์

นิติ ถาวรวณิชย์ พนิดา ชินสุวพลา, (2562), การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในกรณีละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในประเทศไทย,วิทยานิพนธ์

บุญฤทธิ์ รักสนอง (2557), พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในอำเภอพระนครศรีอยุธยาจังหวัด,วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาวิณีย์ แสงมณี ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช, (2558), พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมของพนักงานบริษัทบริเวณศูนย์การค้าสยามพารากอน,วิทยานิพนธ์

นางสาวสกาวฟ้า คอนเอม, (2562) กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของ ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร,บทความ,มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รัตนา กวีธรรม, (2560), คุณค่าตราสินค้า ค่านิยมของลูกค้า และทัศนคติต่อแบรนด์หรูที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร,วิทยานิพนธ์

Tuemaster. (2564). Brand Name คืออะไร มารู้จักแบรนด์ไฮเอนและสตรีทแบรนด์ คืออะไรและการสร้าง Brand. สืบค้น 16 กันยายน 2565, จาก https://tuemaster.com/blog/brand-name-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B8%94/

ณัฐสิมา พุทไทย, (2562), ภาพลักษณ์กับความย้อนแย้งทางสังคม,วารสาร

สุมาลี เล็กประยูร, (2553), สินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและคุณค่าแห่งแบรนด์,บทความ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กนกวรรณ บวรกิติวงศ์และเพ็ญจิรา คันธวงศ์, (2557), ปัจจัยด้านความเสี่ยง ความนึกคิดทางจริยธรรมและแฟชั่น บรรทัดฐานและสถานะทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการซื้อสินค้าตรายี่ห้อ,ปริญญานิพนธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พรรณภา สุธัญญพฤทธิ์, (2561), ปัจจัยที่มีอิทธิต่อความไว้วางใจในการซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมบนอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ, สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ณรัช ศรีหทัย, (2562), ปัญหาทางกฎหมายกรณีมาตรการระงับการเข้าถึงเนื้อหาละเมิดลิขสิทธิ์โดยผู้ให้บริการเข้าถึงอินเตอร์เน็ต, วิทยานิพนธ์ บริษัท ทรู วิชั่น กรุ๊ป จำกัด

กลุ่มการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

Agrotourism Management Case Study of The Sufficiency Economy Learning Center, Moral Community of Kanchana Borirak Temple, Ban Khok Khae, Khao Khaow Sub-district, Huai Yot District, Trang Province

มนต์ชัย ไชยวรรณ[1] ธนะวิทย์ เพียรดี[*2] และเบญจวรรณ ขุนฤทธิ์[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ และศักยภาพของแหล่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย และใช้วิธีการ snowball เพื่อเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลหลัก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียง และบ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชา ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต ซึ่งมีจุดแข็งคือ ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งในการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่คนในชุมชน แต่มีจุดอ่อน คือ ไม่มีคณะกรรมการบริหารงานที่ชัดเจน ในด้านโอกาสมีภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน แต่ยังมีอุปสรรคคือ ยังไม่มีการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม สำหรับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดการที่พัก และด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีศักยภาพพร้อมสำหรับการต่อยอดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ยั่งยืนต่อไปได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, การจัดการ, ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง, ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจน-บริรักษ์

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

[2] อาจารย์ ดร., สาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

* Corresponding author E-mail: thanawit_pia@dusit.ac.th

Abstract

The study on agrotourism management case study of the sufficiency economy learning center, moral community of Kanchana Borirak temple, Ban Khok Khae, Khao Khaow sub-district, Huai Yot district, Trang province had the following objectives: 1) to study the area as a potential of agrotourism destination, 2) to study and analyze the internal and external environment factors (SWOT analysis) of agrotourism management, and 3) to study the management of agrotourism according to the components of agrotourism by using qualitative research methodology. Data were collected by interviews and focus group discussion, and use the snowball method to reach the key informants, and its analyzed the data with content analysis. The results showed that the community had established the sufficiency economy learning center and the sufficiency house following the The King's Philosophy which was a learning center for applying the sufficiency economy philosophy in everyday life. The strengths were community leaders which had the strength to be a good example for people in the community, but their weaknesses were that they did not have a clear management committee. In terms of opportunities, there were the government to support community agrotourism, but there were also the obstacles that there were no concrete action. As for the components of agrotourism, it consisted of 6 components; attractions. accessibilities, amenities, activities, accommodations and ancillary service, which had potential for sustainable agrotourism development.

Keywords: Agrotourism, Management, The Sufficiency Economy Learning Center, Moral Community of Kanchana Borirak Temple

บทนำ

นโยบายส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตร หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพแก่เกษตรกรให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและยกระดับการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็น Smart officers รวมถึงการทำบทบาทหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาเกษตรกรในการพัฒนาพื้นที่เกษตรของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้มาตรฐานมีความปลอดภัย และสร้างทักษะในการดำเนินงานขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป (ขจร เราประเสริฐ, 2564) รวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยและถูกสุขอนามัย ซึ่งจะเป็นจุดขายสำคัญในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ที่จะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น และเม็ดเงินเหล่านี้จะช่วยพลิกฟื้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศสอดคล้องตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการและชุมชน ได้รับการยกระดับคุณภาพการให้บริการภาคท่องเที่ยวที่ดีขึ้น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวส่งผลให้มีรายได้กระจายสู่เศรษฐกิจฐานรากได้เพิ่มมากขึ้น (เข้มแข็ง ยุติธรรมดำรง, 2565)

นโยบายรัฐบาล ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลัก

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร (บ้าน วัด โรงเรียน) สู่สังคมคุณธรรมที่มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการที่อยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ของรัฐบาลและยังเป็นนโยบายที่สำคัญของกระทรวงวัฒนธรรมด้วย และกระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมไทยเข้มแข็งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาคน สังคมและเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน” โดยเน้นสร้างคนดี สังคมดี มีคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งจะมีการเสริมสร้างชุมชนคุณธรรม องค์กรคุณธรรม ตามนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงวัฒนธรรมที่ต้องการส่งเสริมให้ศาสนามีบทบาทนำในการเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ คือ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสมานฉันท์ของทุกศาสนา รวมทั้งต้องการสืบสาน สร้างสรรค์ งานด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยใช้ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมเป็นเครื่องหล่อหลอม ยึดเหนี่ยว สร้างคุณค่าทางสังคมและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสถาบันครอบครัว ชุมชน สังคมและประเทศชาติให้เกิดความเข้มแข็ง เกิดค่านิยมที่ดีงามในการดำเนินชีวิตอย่างรู้รักสามัคคี และยังสามารถนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจชุมชน (ณัฏฐณิชา กุยรัมย์, 2564) ตามหลักแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งสามารถก่อให้เกิดรายได้ในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น

ชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวรของวัดกาญจนบริรักษ์ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นชุมชนคุณธรรมต้นแบบของจังหวัดตรัง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ในการสร้างรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีประโยชน์ต่อชุมชนในเชิงประจักษ์ และมีความยั่งยืนตามรอยศาสตร์พระราชา ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการฟื้นฟูสร้างโอกาส สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน โดยนำทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นทั้งภูมิสังคม ภูมิปัญญาและภูมิทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่า และมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง, 2563) ซึ่งทำให้อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนคุณธรรมดังกล่าว จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

วิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยเทคนิค SWOT Analysis โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่ เก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีไม่มีโครงสร้างและแบบสนทนากลุ่มย่อย โดยศึกษาตามประเด็นที่กำหนด และคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 7 คน ได้แก่ อดีตผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 2 บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ตัวแทนเจ้าของบ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชาตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้ามัดย้อม ตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นขนมพื้นบ้าน ตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นงานจักรสานจากพืชเกษตร ตัวแทนเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น (องค์บริหารส่วนตำบลเขาขาว) และตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชน (อสม.)

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยได้ขอให้ผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงแนะนำผู้ให้ข้อมูลคนต่อ ๆ ไป เรื่อย ๆ เรียกว่าวิธี snowball (Patton, 1990) และดำเนินการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลักต่อไป

3. ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยประยุกต์แนวคิดจากการศึกษาของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2553) และอาทิตย์ วงษ์สง่า (2553) ได้แก่ การวิเคราะห์และประเมินจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakens) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)

4. ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 6 องค์ประกอบ (6A’s) โดยประยุกต์แนวคิดจากการศึกษาของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) และ Buhalis (2000) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ด้านการจัดการที่พัก (Accommodation) และด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

จากการลงพื้นที่ภาคสนามและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีการ snowball คือ นายสุพล แสงเงิน อดีตผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 2 บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักท่านแรกที่นำไปสู่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านอื่นๆ ได้แก่ ตัวแทนเจ้าของบ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชาตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้ามัดย้อม ตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นขนมพื้นบ้าน ตัวแทนผู้ประกอบกิจกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นงานจักรสานจากพืชเกษตร ตัวแทนเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น (องค์บริหารส่วนตำบลเขาขาว) และตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชน (อสม.) พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในพื้นที่ ดังนี้

1.1 ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง คือ ชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ต้นแบบวัดกาญจนบริรักษ์ตั้งอยู่ ณ ชุมชนบ้านโคกแค หมู่ที่ 2 ตำบลเขาขาว ในอดีตเคยเป็นที่ตั้งของอำเภอเขาขาว สาเหตุที่เรียกว่าเขาขาว เนื่องจากมีภูเขาหินปูนขนาดย่อมตั้งอยู่ในพื้นที่ เมื่อมีหมอกลงจัดก็มองเห็นภูเขาเป็นสีขาว ชาวบ้านเรียกสถานที่ตั้งอำเภอนี้ว่า “เขาขาว” ต่อมาเมื่ออำเภอได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่ปัจจุบัน อำเภอเขาขาวก็ลดฐานะ เป็นตำบลเขาขาว มีจำนวนประชากรทั้งหมด 3,992 คน และครัวเรือนทั้งหมด 395 ครัวเรือน (องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว, 2563)

สุพล แสงเงิน, สัมภาษณ์ (2565) กล่าวว่า ในนามผู้นำชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์และในนามคณะกรรมการชุมชนคุณธรรมน้อมนำ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อน ด้วยพลังบวรวัดกาญจนบริรักษ์ เปิดเผยว่า ชุมชนคุณธรรมต้นแบบ “บวร On Tour” วัดกาญจนบริรักษ์ เดิมเรียกว่าบ้านโคกแค ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง สำหรับชุมชนคุณธรรมต้นแบบ “บวร On Tour” วัดกาญจนบริรักษ์ ได้ประกาศเจตนารมณ์ของชุมชน เมื่อวัน ที่ 19 มีนาคม 2562 ในเรื่องความดีที่อยากทำ คือ การสืบสานงานประเพณีวัฒนธรรม สร้างความสามัคคีในชุมชน สร้างอาชีพเสริมให้ชาวบ้านในชุมชน ซึ่งการดำเนินงานตามประกาศเจตนารมณ์ ทำให้ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์มีศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียง ชุมชนสาธิตการปลูกผักปลอดสารพิษ เลี้ยงปลา เพื่อบริโภคในครัวเรือนและแจกจ่ายในชุมชน อีกทั้ง เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงานด้านเศรษฐกิจพอเพียง ประชาชนนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ในการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ เริ่มจากเสาหลักที่สำคัญ คือ บ้าน วัด โรงเรียน เป็น 3 ประสานพลังบวรที่เข้มแข็ง เป็นผู้นำชุมชนในการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โดยมีปราชญ์ชาวบ้านสาขาต่าง ๆ ตลอดจนสมาชิกของชุมชนที่เสียสละเวลา จิตอาสา เข้ามาขับเคลื่อนการ อนุรักษ์ ฟื้นฟูมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เข้มแข็งและต่อเนื่อง อีกทั้งยังพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม “บวร On Tour” จนสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ความ

เป็นไทยของคนในชุมชน

ชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบวัดกาญจนบริรักษ์เกิดจากความต้องของชุมชนในการหาแนวทางแก้ไขปัญหารายได้ของครัวเรือนไม่เพียงพอ ปัญหาสุขภาพ ปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยมีหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรังเป็นผู้สนับสนุนให้ชุมชน จัดตั้งโครงการชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอ ตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ และมีการคัดเลือกคณะกรรมการโครงการจากตัวแทนของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน โดยมีนายสุพล แสงเงิน (ผู้ใหญ่บ้านโคกแค หมู่ 2) ดำรงตำแหน่งประธานชุมชนคุณธรรมฯ พระครูกาญจนบริรักษ์ (วัดกาญจนบริรักษ์ (บ้านโคกแค)) ดำรงตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาโครงการฯ และคณะกรรมการ รวมทั้งสมาชิกโครงการ คือประชาชนในชุมชน

ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ เป็น ๑ ใน ๑๐๐ ชุมชนต้นแบบที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศที่ได้ใช้ "พลังบวร” ในการนำทุนทางวัฒนธรรมที่ดีงามที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไปต่อยอดส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน และพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน

1.2 ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์

ชุมชนมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียง ชุมชนบ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชา ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต มีการทำการเกษตรแบบพอเพียง พอมี พอกิน และแบ่งปัน อาทิ ปลูกผักปลอดสารพิษ เลี้ยงปลา เพื่อบริโภคในครัวเรือนและแจกจ่าย รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงานด้านเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของชุมชนแห่งนี้อีกด้วย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ ตั้งอยู่ที่ศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ ซึ่งมีพืชผลการเกษตรมากมายและเลี้ยงสัตว์หลากหลายชนิด สวนเกษตรแบบชาวบ้าน ในภาษาไทยใต้จะเรียกว่า “สวนสมรม” คือการทำไร่นาสวนผสมนั่นเอง สวนสมรม จะมีแปลงสาธิตการเกษตร เช่น การปลูกพริกไทย การปลูกกะหล่ำปลี การเลี้ยงเป็ดร่วมกับไก่

1.3 แหล่งท่องเที่ยวในเส้นทาง บวร on tour ของชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์

ปัจจุบันชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ยังมีจุดเด่นหรือเสน่ห์ของชุมชน ซึ่งจะทำให้สร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว คือ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการอนุรักษ์สืบสานประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีลากพระ ประเพณีโบราณของคนภาคใต้ การขึ้นบันได 270 ขั้น เพื่อไปนมัสการเจดีย์บัวเงิน บัวทอง ภูเขาพระยอด ซึ่งมีพระพุทธรูปสีทองที่งดงาม รวมทั้งได้ชมวิวและบรรยากาศที่เย็นสบายของเทือกเขาบรรทัด มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น กระเป๋าสาน หลังคาตับจาก บันไดไม้ไผ่ ผ้ามัดย้อม กิจกรรมชุนชนที่มาจากการร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านในชุมชน คือ กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมรำกลองยาว หรือการเยี่ยมชมบ้านพอเพียง คือ บ้านนายจรูญ เทพทวี ที่สามารถจะพัฒนาเป็นโฮมสเตย์ในอนาคตได้

ทั้งนี้วัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นชุมชนคุณธรรมต้นแบบของจังหวัดตรังในการพัฒนาต่อยอดทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชา เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยการขับเคลื่อนด้วยพลังบวร ในการสร้างรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีประโยชน์ต่อชุมชนในเชิงประจักษ์และมีความยั่งยืนตามรอยศาสตร์พระราชา ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการฟื้นฟูสร้างโอกาส สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน

โดยนำทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นทั้งภูมิสังคม ภูมิปัญญาและภูมิทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ และที่สำคัญชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์นับว่าเป็นชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีความพร้อมและโดดเด่นในทุกด้าน นับเป็นแบบอย่างในการสร้างสังคมแห่งความสงบสุข สามัคคี ปรองดอง อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง พบว่า

ตารางที่ 1 ปัจจัยสภาพสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ปัจจัยภายใน (Internal Factor)	
จุดแข็ง (Strengths)	**จุดอ่อน (Weakens)**
1. ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งในการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่คนในชุมชน และมีความเสียสละพื้นที่ทำกินให้เป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ ทำให้ปราศจากปัญหาจากภาครัฐ 2. ชุมชนบ้าโคกแคยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่มีความผูกพันกับธรรมชาติและวัฒนธรรม 3. คนในชุมชนพื้นฐานส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือเกษตรกร และสามารถนำมาต่อยอดการให้ความรู้ในเรื่องเกษตรเป็นอย่างดี 4. คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และเปิดรับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจที่มาเข้าร่วมสัมมนาหรือทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5. สินค้าทางการเกษตรที่จำหน่ายในพื้นที่มีความปลอดภัย สะอาด สะดวก ปราศจากมลพิษ และราคาถูก	1. ไม่มีคณะกรรมการชุมชนอย่างเป็นทางการที่มีความเข้มแข็งมาดูแล และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการในภาพรวม 2. เกษตรกรที่เป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่บางคนยังขาดความเชื่อมั่นในการต้อนรับและการนำเสนอกิจกรรม 3. ยังขาดการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสร้างการรับรู้ว่าในพื้นที่มีศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางท่องเที่ยวบวรออนทัวร์ 4. ผลผลิตทางการเกษตรไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ และไม่สม่ำเสมอ เพราะต้องมาดูภายในศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์และสอบถามกับทางผู้นำชุมชน

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. กระแสสังคมนิยมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว 2. รัฐบาลโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง กระทรวงวัฒนธรรม และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอห้วยยอด กระทรวงมหาดไทย มีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง 3. องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นและผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ให้ความดูแลรับผิดชอบ และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง	1. การบริหารจัดการของภาครัฐด้านต่างๆ ที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม 2. จำนวนนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และมีจำนวนไม่แน่นอน 3. ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ของบ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง 4. ปัญหาการเมืองท้องถิ่น ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดูแลและรับผิดชอบในพื้นที่ที่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง สามารถวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 6 องค์ประกอบ (6A's) ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ และบ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชา ถือว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ในการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต มีการทำการเกษตรแบบพอเพียง พอมี พอกิน และแบ่งปัน อาทิเช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ การเลี้ยงปลา รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงานด้านเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของชุมชนแห่งนี้ ทั้งนี้เพราะนายสุพล แสงเงิน ผู้นำชุมชนคุณธรรมฯ สามารถบรรยายกระบวนการและปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ชุมชนภาคภูมิใจในการขับเคลื่อนชุมชนตามแนวทางคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวรให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้ามาศึกษาดูงานหรือทัศนศึกษา และส่งต่อการเล่าเรื่องในศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ให้แก่ผู้นำท้องถิ่นรุ่นใหม่และเยาวชนในพื้นที่

นอกจากนี้ ในชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ ยังมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในชุมชนผลผลิตและวิธีการทางการเกษตรมาพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการศึกษาดูงานหรือทัศนศึกษา

ของนักท่องเที่ยว คือ การทำผลิตภัณฑ์ขนมพื้นบ้าน ได้แก่ ขนมชั้น ขนมจอก ขนมจาก และการประกอบอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ ขนมหม้อแกงไม้ไผ่ และน้ำสมุนไพร การทำผ้ามัดย้อม จากสีธรรมชาติในท้องถิ่น และการทำเครื่องจักรสาน ได้แก่ การทำบันไดไม้ไผ่ การทำโคระครอบขนุน การทำหลังคาตับจาก

2. ด้านการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility)

ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ และชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่หมู่ที่ 2 ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีการเข้าถึงด้วยเส้นทางคมนาคมทางถนนเพชรเกษม และเดินทางจากอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ในเส้นทางถนนหมายเลข 4269 ประมาณ 32 กิโลเมตร และทางรถไฟในสถานีห้วยยอด

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ และชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกของภาครัฐใกล้เคียง เช่น วัดกาญจนบิรักษ์ โรงเรียนวัดกาญจนบิรักษ์ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว โรงพยาบาลห้วยยอด วิทยาลัยการอาชีพห้วยยอด มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง สำนักงานประปา และภาคเอกชน เช่น สถานีน้ำมันปตท. ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ตลาดนัดขนาดใหญ่ ธนาคาร

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

ชุมชนวัดกาญจนบิรักษ์ มีทั้งจุดชมวิวสวยๆ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านทำขนม และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชงเกษตรเพื่อการศึกษาดูงานและทัศนศึกษา มีพืชผล และเลี้ยงสัตว์หลากหลายชนิด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาร่วมกิจกรรมและเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ให้อาหารปลาดุกพร้อมเรียนรู้วิธีการเลี้ยงและการจับปลา การเยี่ยมชมและเรียนรู้การเลี้ยงเป็ดร่วมกับไก่ การเดินชมสวนพริกไทย แปลงกระหล่ำปลี กะหล่ำดอก ซุ้มเสาวรส สวนผักสวนครัว ผ่านการเล่าเรื่องจากผู้ใหญ่บ้านและผู้นำชุมชน

กิจกรรมการสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่นและการร่วมกันลงมือทำขนมและประกอบอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ ขนมชั้น ขนมจอก ขนมจาก ขนมหม้อแกงไม้ไผ่ และน้ำสมุนไพร การทำผ้ามัดย้อม และการทำเครื่องจักรสาน ได้แก่ การทำบันไดไม้ไผ่ การทำโคระครอบขนุน การทำหลังคาตับจาก

กิจกรรมการท่องเที่ยวชมป่าสาคู และการทำแป้งสาคูเพื่อนำไปทำขนมหวานพื้นบ้าน

กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมถ้ำสมพร ถ้ำศักดิ์สิทธิ์อีกถ้ำของห้วยยอด และภูเขาพระยอด เพื่อกราบนมัสการเจดีย์บัวเงิน บัวทอง และชมวิว 360 องศาของอำเภอห้วยยอด

5. ด้านการจัดการที่พัก (Accommodation)

บ้านพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชา เป็นโฮมสเตย์พร้อมกับมีสวนขนาดใหญ่ที่ปลูกพืชผักและเลี้ยงสัตว์ตามรอยศาสตร์พระราชา บ้านพอเพียงฯ นั้นสามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่การเป็นโฮมสเตย์ของชุมชน และกระจายไปสู่บ้านเรือนอื่นๆ ของชาวบ้านในชุมชนได้

6. ด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ อยู่ภายใต้ชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง "บวร On Tour” ซึ่งชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบิรักษ์ บ้านโคกแค ตำบล

เขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นั้นมีการสนับสนุนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง กระทรวงวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมและสร้างการเป็นชุมชนคุณธรรมฯ ต้นแบบของวัดกาญจนบริรักษ์ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ด้วยการนำแนวคิดพลัง "บวร" ขับเคลื่อนสังคมสงบสุข ปรองดอง และแบ่งปัน โดยมีการเชิดชูการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม ขนมธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตเกษตรพอเพียง การสร้างงาน และสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น ทั้งนี้สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอห้วยยอด และองค์การบริส่วนตำบลเขาขาวยังให้ความช่วยเหลือการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวจากการเข้ามาศึกษาดูงานและทัศนศึกษาของนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป

สรุปและอภิปรายผล

1. ชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบวัดกาญจนบริรักษ์เกิดจากความต้องของชุมชนในการหาแนวทางแก้ไขปัญหารายได้ของครัวเรือนไม่เพียงพอ ปัญหาสุขภาพ ปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยมีหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรังเป็นผู้สนับสนุนให้ชุมชนจัดตั้งโครงการชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอ ตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับรัชฎาพร บุญเรือง (2564) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มชาวบ้านร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยการจัดกิจกรรมในรูปแบบของฐานการเรียนรู้โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนมากขึ้นเพื่อได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการประกอบอาชีพการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ชุมชนร่วมกันพัฒนาให้เกิดเป็นฐานการเรียนรู้ และชาวบ้านร่วมมือกันสร้างอาชีพให้เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ทั้งนี้ผลการวิจัยเป็นการนำหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชุมชนเหมือนกันทั้งชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบวัดกาญจนบริรักษ์และชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง คือผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ ความอัธยาศัยดี ชุมชนบ้านโคกแคยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตและสินค้าการเกษตรราคาถูก จุดอ่อน คือ ไม่มีคณะกรรมการดูแลชัดเจน ขาดการประชาสัมพันธ์และการับรู้ที่ทั่วถึง และผลผลิตทางการเกษตรไม่นอนตามฤดูกาล ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส กระแสสังคมนิยมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง ภาครัฐมีการส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ และองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ให้ความดูแลรับผิดชอบ และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง และอุปสรรค ได้แก่ การบริหารจัดการของภาครัฐด้านต่างๆ ที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม จำนวนนักท่องเที่ยวไม่แน่นอน ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และปัญหาการเมืองท้องถิ่น ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดูแลและรับผิดชอบในพื้นที่ที่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับวิภาดา มุกดา, ราเชนทร์ บุญลอยสง และสรินยา สมบุญ (2563) ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว

ชายแดนของจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) จุดแข็ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จุดอ่อน การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ดีพอและสถานที่ท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม โอกาส มีการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน อุปสรรค มีงบประมาณในการพัฒนาที่จำกัด ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่คล้ายคลึงกับชุมชนบ้านโคกแคที่มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคทางด้านการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาเป็นองค์ความรู้เชื่อมโยงสู่ชุมน

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 6 องค์ประกอบ (6A's) ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดการที่พัก และด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับเปรมปรีดา ทองลา และนันทภัค บุรขจรกุล (2565) ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนปัถวี จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนท่องเที่ยวบ้านปัถวีพบว่า ชุมชนปัถวีมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจชุมชนปัถวีมีสิ่งดึงดูดใจคือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบาย 3) การบริการที่พักภายในชุมชนยังไม่มี 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว 1. ชมสวนอินทรีย์ชุมชนปัถวี 2. ชมการแปรรูปผลผลิต 3. ชิมทุเรียนพันธุ์พื้นเมือง 4. ซื้อของที่ระลึก 5) สิ่งอำนวยความสะดวก ชุมชนปัถวีมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ 2. ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนปัถวี อยู่ในระดับดี 3. เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนปัถวี โดยมีทั้งหมด 6 แผน คือ 1) การบริหารด้านจัดการการท่องเที่ยว 2) ด้านการตลาด 3) ด้านกิจกรรม 4) ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 5) ด้านกายภาพและ 6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4.เสนอเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนปัถวี ทั้งในและนอกฤดูการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางใหม่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

2. ควรพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชน

3. ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มกรณีศึกษาจากบริบทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ เช่น การมีส่วนร่วมของบ้าน วัด โรงเรียน คือ “ชุมชนบวร” เพื่อเพิ่มบริบทของการวิจัยให้ได้องค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลายชุมชนบวรออนทัวร์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ขจร เราประเสริฐ. (2564). ***กรมส่งเสริมการเกษตร เดินหน้ายกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย ยุค New Normal.*** สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210624103239602

เข้มแข็ง ยุติธรรมดำรง. (2565**). *ยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย ยุค New Normal***. สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/945242

ณัฏฐณิชา กุยรัมย์. (2564). ***นโยบายชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร.*** บุรีรัมย์: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ กระทรวงวัฒนธรรม.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). ***บทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง.*** นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.

_____. (2553). ***การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี: การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.*** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). ***การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.*** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: ธรรมสาร จำกัด.

เปรมปรีดา ทองลา และนันทภัค บุรขจรกุล. (2565). ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนปัถวี จังหวัดจันทบุรี. ***บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต,*** 18(2), 175 – 190.

รัชฎาพร บุญเรือง. (2564). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก. ***วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ***, 6(3), 404-419.

ราชรถ ปัญญาบุญ และธวัชชัย ณ พัทลุง. (2564*).* กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมน้อมนำปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา : ชุมชนคุณธรรมต้นแบบวัดกาญจนบริรักษ์จังหวัดตรัง. ***การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 14 “การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมในยุคโควิด-19” “Research and Innovation Development during COVID–19”,*** วันที่ 14 ธันวาคม 2564 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, SS13-1 – SS13-14

วิภาดา มุกดา, ราเชนทร์ บุญลอยสง และสรินยา สมบุญ. (2563). ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดกาญจนบุรี. ***วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี***, 14(1), 75 – 91.

สุพล แสงเงิน**,** สัมภาษณ์. (2565). ***ชุมชนคุณธรรมวัดกาญจนบริรักษ์ บ้านโคกแค ตำบลเขาขาว อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง.***

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง. (2563). **โครงการ *"พลังบวร แบ่งปันน้ำใจ ตามรอยศาสตร์พระราชา"*.** สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก https://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/TCATG200721144841001

องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว. (2563). ***สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของตำบลเขาขาว.*** สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก http://www.khaokoa.go.th/menu2-4.php

อาทิตย์ วงษ์สง่า. (2553). ***SWOT Analysis.*** สืบค้น 20 ตุลาคม 2565. จาก http://www.physics.sci.ku.ac.th/physkm/Storage/S1/swot-analysis.pdf

Buhalis, D. (2000). “Marketing the competitive destination in the future.” ***Tourism Management.*** 21,1: 97-116.

Patton, M. Q. (1990). ***Qualitative evaluation and research methods***. Beverly Hills, CA: Sage

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

Ecotourism Management of Emerald Pool, Khao Pra – Bangkhram Wildlife Sanctuary, Klongthomnuer Sub-district, Klongthom District, Krabi Province

ฉัตรติมา ศิริ[1] ธนะวิทย์ เพียรดี*[2] และจริยา เกิดไกรแก้ว[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสถานการณ์ปัจจุบันของของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต และ 3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า 1) สภาพทั่วไปของสระมรกต ตั้งอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม หมู่บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เส้นทางศึกษาธรรมชาติทีนา โจลิฟฟ์ (ทุ่งเตียว) มีลักษณะเป็นวงรอบป่าเขียวครึ้ม ร่มรื่นด้วยพรรณไม้ที่น่าสนใจ เป็นแหล่งชมนกหายากที่ใกล้สูญพันธุ์หลายชนิด ระหว่างทางเดินมีสายน้ำไหลและสระใหญ่ สระเล็กตลอดทาง 2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกตเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมธรรมชาติศึกษาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยสร้างรายได้ และสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่น โดยดำเนินกิจกรรมตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ (5A's) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกตเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ สิงแวดล้อม และการท่องเที่ยว ได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการ องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ และองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

---

[1] นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษา ตรัง

[2*] อาจารย์ ดร, สาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษา ตรัง

[3] อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษา ตรัง

* Corresponding author E-mail: thanawit_pia@dusit.ac.th

Abstract

The objectives of this research was 1) to study the general conditions amd current situation of Emerald Pool, Khao Pra – Bangkhram Wildlife Sanctuary, Klongthomnuer Sub-district, Klongthom district, Krabi province (BWS-KP), 2) to study and analyze ecotourism elements of Emerald Pool (BWS-KP), and 3) to study and analyze ecotourism management of Emerald Pool (BWS-KP). This study employed qualitative research methods by unstructured interviews and non-participant observation. The main informants were 10 people and analyzed the data by content analysis. The results of the study found that 1) the general condition of the area and its surroundings, the emerald pool is located in Khao Pra - Bangkharm Wildlife Sanctuary, near Bang Teao Village. A nature trail called the Tina Joliffe Nature Trail (Thung Teao) runs around the forest. The forested area houses many species of rare and endangered birds. Along the trail runs a stream and there are many small pools. 2) The Emerald Pool ecotourism management is tourism activity that promotes nature education and environmental conservation, and its generate income and create jobs for local people. The study implemented research activities based on the Five Elements of Tourism (5A's), and looked at tourism attractions, transportation routes and accessibilities, amenities, activities, and ancillary service. 3) The Emerald Pool ecotourism management is a responsible tourism in natural places that are unique in terms of ecosystems, environment and tourism, that was the area components, the management components, the activities and process components, and participation components.

Keywords: Ecotourism, Emerald Pool, Wildlife Sanctuary

บทนำ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ และยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายระดับประเด็น คือ 1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น 2. รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น และ 3. ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น ซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ตามที่กำหนด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579 ไว้ว่า "ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชน ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน" และได้กำหนด 5 องค์ประกอบเกี่ยวกับวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (วิสัยทัศน์ 20 ปี) ไว้ดังนี้ 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก โดยมีการยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของ

สินค้าบริการด้านการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการเติบโตของรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยเร่งปรับปรุงด้านความปลอดภัยและความยั่งยืน 2. เติบโตอย่างมีดุลยภาพใน 3 มิติ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว พื้นที่ท่องเที่ยว และช่วงเวลาฤดูกาลในการท่องเที่ยว 3. เติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย ซึ่งสอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อสร้างเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์ 4. พัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสร้างโอกาสแก่ประชาชน 5. มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การบริหารความสามารถในการรองรับและการปลูกฝังจิตสำนึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

โดยมีหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวในการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรมอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาประเทศให้ความสำคัญ เพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนโดยให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2563)

สระมรกต มีต้นกำเนิดมาจากธารน้ำอุ่นในผืนป่าที่ราบต่ำภาคใต้ เป็นสระน้ำธรรมชาติที่มีความสวยงามเพราะมีน้ำใสสีเขียวมรกต เป็นสระน้ำที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตั้งอยู่กลางป่า มีลักษณะเป็นบ่อหินปูนที่สามารถลงเล่นน้ำได้ อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีบรรยากาศของป่าเขาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม และที่สำคัญสระมรกตเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของจังหวัดกระบี่และระดับโลก (องค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่, 2565) ซึ่งสระมรกตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยว โดยภายหลังจากการเปิดประเทศและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ผ่อนคลายลง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม จึงเห็นควรเปิดการท่องเที่ยวในแหล่งศึกษาธรรมชาติสระมรกตให้มีการเล่นน้ำได้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ที่ผ่านมา แต่ยังดำเนินการตามแนวทางและมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดต่ออันตรายโรคโควิด-19 ตามประกาศคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดกระบี่ และตามแนวทางปฏิบัติมาตร New Normal อย่างเคร่งครัด และทางคณะผู้วิจัยเห็นควรว่าสระมรกตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ศึกษา และเรียนรู้ในการจัดการการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ และ

สามารถพัฒนาเป็นต้นแบบให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสถานการณ์ปัจจุบันของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (5A's) ของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไป และสถานการณ์ปัจจุบันจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จากกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 10 คน ได้แก่

- ตัวแทนเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสระมรกต ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม 2 คน
- ตัวแทนเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลคลองท่อมเหนือ 2 คน
- ตัวแทนผู้นำชุมชนในพื้นที่บ้านบางคราม-บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ 2 คน
- ตัวแทนผู้ประกอบการในพื้นที่สระมรกต 2 คน
- ตัวแทนผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว 2 คน

2. เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลภาคสนามในพื้นที่สระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม

3. ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ (5A's) โดยประยุกต์แนวคิดจากการศึกษาของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) พะยอม ธรรมบุตร (2549) เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) Buhalis (2000) และ Pelasol (2012) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

4. ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยประยุกต์แนวคิดจากากรศึกษาของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) บุญพา คำวิเศษณ์ (2554) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) Buckley (2009) และ Jerry and Ameeta (2006) ได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการ

องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ และองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสถานการณ์ปัจจุบันของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า

1.1 สภาพทั่วไปของสระมรกต

สระมรกต ตั้งอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม หมู่บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ใช้เส้นทางเดียวกับน้ำตกร้อนคลองท่อม ตามทางหลวงหมายเลข 4038 ก่อนถึงตลาดคลองท่อมจะมีทางแยกไปหมู่บ้านบางเตียว ระยะทาง 17 กิโลเมตร ลักษณะเป็นป่าที่ราบต่ำ

สระมรกตมีลักษณะเป็นบ่อหินปูน น้ำในสระมรกตสามารถเปลี่ยนสีไปได้ตามวันเวลาและสภาพแสง ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาจากธารน้ำอุ่น ในผืนป่าที่ราบต่ำภาคใต้ เป็นน้ำพุร้อนลักษณะเป็นสระน้ำร้อน 3 สระ ได้แก่ สระแก้ว สระมรกต และสระน้ำผุด อุณหภูมิของน้ำอยู่ที่ 30-50 องศาเซลเซียส

สระมรกตจะเป็นสระน้ำที่มีสีเขียวมรกต รูปแบบขนาดของสระคล้ายกับสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างประมาณ 25 เมตร ยาว 20 เมตร และลึก 1.5 - 2 เมตร ซึ่งต้นกำเนิดสระมรกตเป็นบ่อน้ำที่มีความใสสะอาด ซึ่งที่เป็นเช่นนี้ เพราะน้ำซับเหล่านี้มาจากภูเขาหินปูน จึงทำให้น้ำมีสารละลายของแคลเซียมคาร์บอเนต (CaCO3) ทำให้สารแขวนลอยในน้ำตกตะกอนได้ง่าย และที่เห็นน้ำผุดตลอดเวลาคล้ายน้ำเดือด อันเนื่องมาจากก้นบ่อมีรอยแยกของเปลือกโลก ซึ่งภายใต้เปลือกโลกมีของเหลวที่มีความร้อนเรียกว่า แมกมา (magma) ความร้อนจากของเหลวนี้ระเหยมาทางรอยรั่วของเปลือกโลก ทำให้สามารถเห็นน้ำผุดตลอดเวลา ซึ่ง “สระน้ำผุด” มีเรื่องเล่าว่าในสมัยโบราณชาวบ้านมีความเชื่อว่าเป็นสระที่นางกินรีลงเล่นน้ำ สระน้ำผุดเป็นสระน้ำขนาดเล็ก มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 15-20 เมตร เกิดจากน้ำใต้ดินที่พุ่งขึ้นมาบนผิวโลก ผ่านรอยแตกของพื้นดิน (ตาน้ำ) ขึ้นมารวมกันเป็นสระน้ำขนาดเล็กกลางป่าและเป็นธารน้ำลงสู่สระมรกต น้ำในสระที่เห็นจะมีสีน้ำเงินคราม เพราะเป็นน้ำที่มีแร่ธาตุต่าง ๆ หลายชนิด เช่น แคลเซียมคาร์บอเนต, แมกนีเซียม, แมงกานีส และกำมะถัน เป็นต้น ทำให้เรามองเห็นน้ำในสระเป็นสีดังกล่าว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2564)

นอกจากนี้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางครามยังมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ โดยมีชื่อว่า “เส้นทางศึกษาธรรมชาติทีนา โจลิฟฟ์ (ทุ่งเตียว)” ซึ่งตั้งชื่อตามคุณทีนา โจลิฟฟ์ ชาวอังกฤษ ผู้ริเริ่มความคิดที่จะรักษาอนุรักษ์ป่าดิบชื้นผืนนี้ไว้ไม่ให้ถูกทำลาย เพื่อเป็นการระลึกถึงความตั้งใจและอนุสรณ์สำหรับทีนา โจลิฟฟ์ เพราะทุ่งเตียวคือส่วนหนึ่งของป่าที่ราบต่ำที่อยู่ติดกับหมู่บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เส้นทางเดินศึกษานี้มีระยะทาง 2.7 กิโลเมตร ตลอดเส้นทางจะมีป้ายสื่อความหมายที่จะคอยบอกเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในป่าให้นักเดินทางได้ศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตนเอง มีจุดเริ่มต้นอยู่ก่อนถึงสระมรกตของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ประมาณ 800 เมตร โดยจะผ่านผืนป่าเล็ก ๆ ซึ่งเป็นป่า

ที่ราบต่ำที่เหลืออยู่เพียงเล็กน้อยทางภาคใต้ของประเทศไทย เส้นทางนี้จะแสดงลักษณะของป่าดิบชื้นที่ราบต่ำอย่างแท้จริง และยังเป็นที่อยู่ของนกแต้วแร้วท้องดำ นกป่าสีสันสวยงามที่กระโดดหากินอยู่ตามพื้นดิน ทำให้มีการจัดตั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางครามขึ้น (เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม สระมรกต, 2564)

1.2 สถานการณ์ปัจจุบัน

สระมรกตมีสถานที่จอดรถของภาคเอกชน และสามารถเดินทางเท้าเข้ามาประมาณ 800 เมตร จะถึงตัวสระมรกต หรือจะไปอีกทางที่เป็นเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่มีระยะทางประมาณ 2.7 กิโลเมตร ซึ่งมีทางเดินในลักษณะเป็นวงรอบ เส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นป่าเขียวครึ้ม ร่มรื่นด้วยพรรณไม้ที่น่าสนใจ เป็นแหล่งชมนกหายากที่ใกล้สูญพันธุ์หลายชนิด เช่น นกแต้วแร้วท้องดำ นกกระเต็นสร้อยคำสีน้ำตาล นกเงือกดำ นกเงือกหัวหงอก นกโพระดกหลากสี เป็นต้น และทั้งนี้ระหว่างเดินก็จะพบสายน้ำไหลและสระใหญ่ สระเล็กไปตลอดทางสวยงามมาก

หลังจากที่เดินชมสระมรกต สามารถเดินทางไปชมบ่อน้ำผุดซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสระมรกต ลักษณะเป็นตาน้ำสีฟ้าอมน้ำเงิน เป็นสระน้ำแร่ธรรมชาติ ด้วยความมีแร่ธาตุอยู่มาก และได้สะท้อนแสงได้ชัดเจน ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาพนมเบญจา และเป็นแอ่งน้ำตามธรรมชาติขนาดเล็ก มีฟองอากาศที่ผุดขึ้นมาเหนือน้ำตลอดเวลา สันนิษฐานว่าเกิดจากน้ำที่ซึมออกมาจากใต้ดิน ซึ่งทำให้ที่แห่งนี้มีน้ำตลอดปีและไหลเป็นลำธารสู่ที่ต่าง ๆ

ค่าธรรมเนียมการเข้าชม คนไทย เด็ก 10 บาท ผู้ใหญ่ 20 บาท คนต่างชาติ เด็ก 100 บาท ผู้ใหญ่ 200 บาท สำหรับคนไทย ผู้พิการ และผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งศึกษาธรรมชาติสระมรกต และเปิดให้เข้าชมตั้งแต่ 08.30 น. ถึง 17.00 น. ทุกวัน

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (5A's) ของสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมธรรมชาติ ศึกษาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้จะช่วยสร้างรายได้ ซึ่งส่วนหนึ่งรัฐจะสามารถนำมาใช้ในโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ และที่สำคัญเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น สระมรกต จึงจำเป็นต้องเรียนรู้สภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

สระมรกต เป็นสระน้ำธรรมชาติที่มีความสวยงามมาก เพราะมีน้ำใสสีเขียวมรกต มีลักษณะเป็นบ่อ

หินปูนที่สามารถลงเล่นน้ำได้ อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีบรรยากาศของป่าเขาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม สระมรกตเป็นสระน้ำที่มีสีเขียวมรกต ทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีสีสันสดใสชัดเจนตามแสงที่ส่องกระทบพื้นน้ำของสระมรกต และสระมรกตยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกระบี่และเป็นแหล่งท่องเที่ยว Unseen Thailand ของประเทศไทย ภายในสระมรกตจะประกอบด้วยสระน้ำร้อน 3 สระ ได้แก่ สระน้ำผุด สระแก้ว และสระมรกต ดังนี้

1. สระน้ำผุดเป็นสระน้ำขนาดเล็กขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 15 - 20 เมตร เกิดจากน้ำใต้ดินที่พุ่งขึ้นมาบนผิวโลกผ่านรอยแตกของพื้นดิน (ตาน้ำ) ขึ้นมารวมกันเป็นสระน้ำขนาดเล็กกลางป่า และเป็นธารน้ำลงสู่สระมรกต น้ำในสระที่เห็นมีสีน้ำเงินครามเพราะเป็นน้ำที่มีแร่ธาตุต่าง ๆ หลายชนิด เช่น แคลเซียม คาบอเนต แมกนีเซียม แมงกานีส และกำมะถัน เป็นต้น ทำให้เรามองเห็นน้ำเป็นสีดังกล่าว

2. สระแก้วเป็นสระน้ำที่ไหลมาจากสระมรกตอุณหภูมิของน้ำเข้าสู่ภาวะปกติ ทำให้มองเห็นน้ำใสเป็นแก้วจึงเป็นที่มาของชื่อว่าสระแก้ว ส่วนนี้จะห้ามลงเล่นน้ำเนื่องจากน้ำลึกและโคลนดูดอาจเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้สระแก้วเป็นสระที่อยู่ล่างสุด และเป็นสระขนาดใหญ่ อยู่ในบริเวณเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติสามารถเดินในลักษณะเป็นวงรอบ เส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นป่าเขียวครึ้ม ร่มรื่นด้วยพรรณไม้ที่น่าสนใจและเป็นแหล่งชมนกหายาก

3. สระมรกตเป็นสระน้ำที่เป็นสีเขียวใสสะอาดสวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำ เพราะสระมรกตเป็นสระขนาดใหญ่พอสมควรที่จะลงเล่นน้ำได้

2.2 ด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างสะดวก และการเดินทางไปสระมรกตสามารถเดินทางได้ดังนี้

1. เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คือ สระมรกตอยู่ห่างจากอำเภอเมืองกระบี่ตามถนนเพชรเกษม (กระบี่-ตรัง) ประมาณ 45 กิโลเมตรจากนั้นแยกเข้าถนนสุขาภิบาล 2 สังเกตจากป้ายบอกทางตรงที่ว่าการอำเภอคลองท่อมไปอีกประมาณ 17 กิโลเมตร ในทางหลวง หมายเลข 4038 แล้วเลี้ยวขวาไปตามถนนรพช. และตามป้ายบอกทางไปจะพบน้ำตกร้อน และสระมรกต

2. เดินทางโดยรถเช่า (รถยนต์และรถจักรยานยนต์) คือ นักท่องเที่ยวเช่ารถจากอำเภอเมืองกระบี่ และเดินทางไปสระมรกต ได้ด้วยตนเอง (เหมือนการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว) แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวต้องศึกษาเส้นทางการเดินทางและดูแลความปลอดภัยได้ด้วยตนเอง เช่น ขับรถจักรยานยนต์ต้องสวมหมวกกันน็อค ขับรถยนต์ตามกฎหมายกำหนด เป็นต้น

3. เดินทางโดยรถของบริษัททัวร์ (รถยนต์ รถตู้ และรถบัสท่องเที่ยว) คือ นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะจะมีมัคคุเทศก์และคนขับรถนำนักท่องเที่ยวไปสระมรกต ดูแลการเดินทางและให้ข้อมูลสำหรับการนำเที่ยวสระมรกต

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

ภายในสระมรกตมีสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ป้ายบอกค่าบริการ ป้ายข้อห้ามในการเข้าใช้สถานที่ อาคารเก็บค่าธรรมเนียม จุดทางเข้า จุดล้างมือ แผนที่สื่อความหมายแสดงเส้นทางบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวสระมรกต ป้ายห้ามลงเล่นน้ำ ศาลพระภูมิ ป้ายบอกระยะ

ทางเดิน (ทั้ง 2 ระยะทาง คือ ระยะทาง 800 เมตร และ 1,400 เมตร) ศาลานั่งพัก อาคารปฏิบัติการเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม รถกู้ชีพฉุกเฉิน ห้องน้ำแยกชายหญิง และห้องน้ำคนพิการ อาคารจำหน่ายสินค้า เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ เส้นทางเดินไปยังสระน้ำผุดและอาศรมฤาษี (เส้นทางนี้ปิดเวลา 15.30 น.)

ภายนอกสระมรกต มีร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ ลานจอดรถ และศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว

2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ดังนั้นสระมรกตจึงมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้สร้างประสบการณ์และเรียนรู้ ดังนี้

1. กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ คือ สระมรกตมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางศึกษาได้ด้วยตนเอง และมีเส้นทางที่ชัดเจน ปลอดภัย และมีแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว ป้ายบอกทางอย่างชัดเจน

2. กิจกรรมเล่นน้ำ คือ สระมรกตมีสระน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ให้นักท่องเที่ยวลงไปเล่นน้ำได้ และมีการสร้างทางเดิน ศาลา ที่นั่งพัก และตลิ่งริมสระน้ำธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำ และทั้งนี้จะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรอบสระน้ำ และมีข้อห้ามการลงสระน้ำ เช่น ห้ามกระโดดลงในสระน้ำ ห้ามใช้สบู่ ยาสระผม หรือครีมชนิดต่าง ๆ ในสระน้ำ เป็นต้น

3. กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ ในบริเวณสระมรกตจะมีสระน้ำ 3 สระ คือ สระมรกต สระแก้ว และสระน้ำผุด ที่เป็นจุดหมายสำคัญในการถ่ายรูปของนักท่องเที่ยวและผู้ชื่นชอบการถ่ายรูป เพราะในสระมรกตใสสะอาดตาจากความมหัศจรรย์ที่จะเปลี่ยนสีตามวัน เวลา และสภาพแสงแดด และทั้งนี้ยังมีนกหายากที่นักท่องเที่ยวหรือนักถ่ายภาพมืออาชีพสามารถเข้ามาถ่ายรูป

2.5 ด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

การบริหารจัดการสระมรกตอยู่ในความดูแลของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม การสร้างสาธารณูปโภค เช่น ถังขยะที่มีความสอดคล้องกับธรรมชาติ โดยมีการสร้างไม้ไผ่ปิดบังไว้ อาคารทางเข้ามีการตรวจอุณหภูมิวัดไข้ในสถานการณ์โรคระบาด มีเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณทางเข้า มีป้ายบอกทางทั้ง 2 เส้นทาง คือ ระยะ 800 เมตร สำหรับเส้นทางถนนลูกรัง และระยะ 1,400 เมตร สำหรับเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ป้ายบอกชื่อต้นไม้ ป้ายบอกชื่อนก อาคารปฏิบัติการของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม อาคารจำหน่ายสินค้าภายในสระมรกต ห้องน้ำแยกชายหญิง ทางเดินบริเวณรอบสระน้ำ และทางเดินไปยังสระน้ำผุด (ปิดเวลา 15.30 น.) ป้ายแสดงเส้นทางท่องเที่ยวและศึกษาธรรมชาติในบริเวณสระมรกต และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสระมรกต ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งสระมรกตจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้นั้นจะมีองค์ประกอบและขอบเขตครอบคลุมลักษณะพื้นฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

3.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่

สระมรกตเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศที่โดดเด่นและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ สระมรกตกำเนิดมาจากธารน้ำอุ่นในผืนป่าที่ราบต่ำภาคใต้

มีลักษณะเป็นน้ำพุร้อน มีอุณหภูมิประมาณ 30-50 องศาเซลเซียส สระมรกตเป็นสระน้ำสวยใสกลางใจป่า มีน้ำใสเป็นสีเขียวอมฟ้า โดยเปลี่ยนสีไปได้ตามวันเวลาและสภาพแสง และบริเวณโดยรอบเป็นป่าร่มรื่นเขียวครึ้มมีพรรณไม้ที่น่าสนใจ

3.2 องค์ประกอบด้านการจัดการ

สระมรกต อยู่ในเขตพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม และมีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมท้องถิ่น และมีขอบเขตการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างกรณีสระมรกตได้มีการปิดฟื้นฟูธรรมชาตินาน 6 เดือน จึงทำให้ต่อมาเมื่อเปิดให้เข้าชมสระมรกต เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีมาตรการสั่งห้ามนักท่องเที่ยวทุกคนนำถุงพลาสติกบรรจุอาหารเข้าในเขตท่องเที่ยวเด็ดขาด หรือป้ายห้ามกระโดดในสระมรกต เพราะอาจจะรบกวนผู้อื่นในขณะเล่นน้ำ และอาจจะสร้างผลกระทบต่อธรรมชาติในสระมรกต

3.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ

สระมรกตมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะมีแหล่งศึกษาการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทางเดินศึกษาธรรมชาติ สระน้ำธรรมชาติสำหรับเล่นน้ำได้ และมีกระบวนการการเรียนรู้ โดยการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่นำชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติ หรือนักท่องเที่ยวสามารถศึกษาด้วยตนเองเพราะมีการให้ข้อมูลตลอดเส้นทางการศึกษาธรรมชาติ เช่น ป้ายสื่อความหมายเส้นทางธรรมชาติ ป้ายชื่อต้นไม้ ป้ายทางเข้า-ออก ทางเดินไปยังสระน้ำผุดและอาศรมฤาษี ทางเดินศึกษาธรรมชาติผ่านสระแก้วและอาคารส่องสัตว์ ทั้งนี้ในบางกรณีที่มีคณะนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มผู้สนใจจากภาครัฐหรือภาคเอกชนที่มาเป็นหมู่คณะนั้น สามารถที่จะขอความอนุเคราะห์ให้เจ้าหน้าที่บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในสระมรกตและอำนวยความสะดวกตลอดเส้นทางท่องเที่ยว

3.4 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม

สระมรกตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลคลองท่อมเหนือ และหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ ที่ 5 (นครศรีธรรมราช) กรมอุทยาน กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม ซึ่งทุกหน่วยงานส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการเพื่อก่อประโยชน์ต่อท้องถิ่นและสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวโดยภาครวมของจังหวัดกระบี่ได้

สรุปและอภิปรายผล

1. สภาพทั่วไปและสภานการณ์ปัจจุบันของสระมรกต มีลักษณะเป็นบ่อหินปูนและมีน้ำใน สามารถเปลี่ยนสีไปได้ตามวันเวลาและสภาพแสง ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาจากธารน้ำอุ่น เป็นน้ำพุร้อนลักษณะเป็นสระน้ำร้อน 3 สระ ได้แก่ สระแก้ว สระมรกต และสระน้ำผุด อุณหภูมิของน้ำอยู่ที่ 30-50 องศาเซลเซียส เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติทีนา โจลิฟฟ์ (ทุ่งเตียว) และสามารถชมนกหายากที่ใกล้สูญพันธ์ มีการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมและมีการบริหารจัดการโดยเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับ Maxwell (2009) ได้เคยศึกษาเรื่อง Vascular flora of the Emerald Pool area, Krabi Province, southern Thailand พบว่า สระมรกตตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มที่มีความสูงเหลืออยู่ เพียง 25 - 75 เมตร มีพืชพรรณตามฤดูกาล มีน้ำจืด ป่าพรุบนพื้นหินปูน ทั้งนี้มีป่าดิบแล้งที่เป็นป่าไม้เนื้อแข็ง มีต้นไผ่เสื่อมโทรมล้อมรอบด้วยป่าพรุและมากกว่าถึง 175 ไมล์ โขดหินเหนือป่าพรุเป็นหินทรายที่มีโขดหินและเนินเขาสลับกัน และพบพืชมีท่อลำเลียงทั้งหมด 111 ตระกูล และ 420 สายพันธุ์

2. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นปัจจัยสำคัญในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อย่างเช่น สระมรกตซึ่งมีการสภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ศึกษาและวิเคราะห์ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เกศวลีณ์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต และณารีญา วีระกิจ (2562) ที่ศึกษาเรื่องการประเมินความพร้อมของแหล่งน้ำพุร้อน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ สู่การพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน พบว่า ผลการวิจัยความคิดเห็นต่อความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสระมรกต น้ำตกร้อน และน้ำพุร้อนเค็ม พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5. ที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และ 6. กิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มการบอกต่อ พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 3. กิจกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มการบอกต่อจากประสบการณ์การท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งสระมรกตจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง

นิเวศที่มีองค์ประกอบและขอบเขตครอบคลุมลักษณะพื้นฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ ธนะวิทย์ เพียรดี และวนิดา อ่อนละมัย (2562) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่นโดยใช้หลักทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวทางในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 4 ด้าน จากการสัมภาษณ์และการลงพื้นที่ ได้แก่ 1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ 2. องค์ประกอบด้านการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปัจจุบันมีทิศทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ 3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก โดยมีกิจกรรมการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว 4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1. สระมรกต ในการดูแลของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม สามารถเป็นต้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ ได้ เพราะมีระบบการปฏิบัติงาน กระบวนการให้บริการ และมาตรการการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว

2. สระมรกต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นแหล่งท่องเที่ยว Unseen Thailand ดังนั้นควรมีการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศเพิ่มเติมในการให้ข้อมูลทั้งบุคคลและเนื้อหาผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากทุกภาคส่วนและการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Unzeen Thailand กรณีศึกษาสระมรกต

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2563). ***การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในป่าชายเลน.***

สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://dmcrth.dmcr.go.th/manpro/detail/11698/

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). ***ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism).*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://chainat.mots.go.th/download/article/article_20200605154529.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). ***แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564).*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://www.thai-german-cooperation.info/admin/uploads/publication/1be798cb24ee07703c498fcd47cbba4den.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). ***การศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย.*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก http://etatjournal.com/we

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2564). ***สระน้ำผุด ต้นกำเนิดสระมรกต.*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://paapaii.com/travel-blue-pool/

เกศวลีณ์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต และณารีญา วีระกิจ. (2562). การประเมินความพร้อมของแหล่งน้ำพุร้อน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ สู่การพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน. ***Veridian E-Journal, Humanities, Social Sciences and arts, Silpakorn University,*** 12(3) May – June 2019, 1031-1051.

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม สระมรกต**.** (2564). ***สระมรกต.*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://www.emagtravel.com/archive/khaopra-bangkram-resv.html

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วน ***ท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง.*** พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

ธนะวิทย์ เพียรดี และ วนิดา อ่อนละมัย. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. ***การประชุมทางวิชาการระดับชาติร่วมสมัย ครั้งที่ 6 ในหัวข้อ “การท่องเที่ยวและการโรงแรม ร่วมเสริมสร้าง ร่วมสมัย”*** ณ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในวันที่ 6 มิถุนายน 2562, หน้า 215-223.

บุญพา คำวิเศษณ์. (2554). ***ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วพุ่ง จังหวัดพังงา.*** วิทยาลัยราชพฤกษ์: นนทบุรี.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2549). ***การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.*** กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). ***เอกสารประกอบการเรียนการสอนการเกี่ยวกบองค์ประกอบของการท่องเที่ยว.*** กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุกรักษ์มหาวิทยาลยศรีนครินทรวิ โรฒ.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ***แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว.*** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/11_NS-05_070365.pdf

องค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่. (2565). **สระมรกต.** สืบค้น 15 ตุลาคม 2565. จาก https://www.krabipao.go.th/travel/detail/34/data.html

Buckley, Ralph. (2009). ***Ecotourism: Principles and Practices.*** USA: CABI North America Office.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. ***Tourism Management.*** 21,1: 97-116.

Jerry and Ameeta. (2006). A Framework for Sustainable Ecotourism: Applicationto Costa Rica. ***Tourism and Hospitality Planning & Development,*** 3(2)**:** 131-142.

Maxwell, J. F. 2009. Vascular flora of the Emerald Pool area, Krabi province, southern Thailand. ***Maejo Int. J. Sci. Technol.*** 2009, 3(01): 1-25.

Pelasol, J. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines.International. ***JPAIR Multidisciplinry Research is being certified for QMS ISO 9001:2008*** by the Anglo Japanese American Registrars of the United Kingdom. 8, March 2012: 90-97.

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Health Tourism by Cannabis in Hatyai District Songkhla

อุไบดิลละห์ คงคะจันทร์[1] ชยุดา วรรณรัตต์[2]
อัฟฟาน เจนใจ[3] และยุนิดา วิริโย*[4]

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์ของพืชสมุนไพรกัญชาในการนำมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเพื่อเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาของศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข เป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้พืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้พืชสมุนไพรกัญชาเพื่อใช้ในการรักษาผู้ป่วย และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคำถามและใช้เทคนิควิเคราะห์ข้อมูลโดยแก่นสาร

จากผลการศึกษาพบว่า พืชสมุนไพรกัญชามีศักยภาพเพียงพอที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยสรรพคุณของพืชสมุนไพรกัญชาที่มีสาร Tetrahydrocannabinol (THC) มีฤทธิ์ในการลดอาการปวด อาการเกร็งของกล้ามเนื้อ ลดอาการคลื่นไส้ และ Cannabidiol (CBD) มีฤทธิ์ในการควบคุมอาการชัก บรรเทาอาการปวด อย่างไรก็ตามการจะจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชา ต้องผ่านการวิจัย การรับรองจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ การบริหารงาน การประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้เกี่ยวพืชสมุนไพรกัญชาแก่ประชาชน ถ้าขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชกัญชาจะไม่สามารถจัดทำขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพได้

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชา จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชกัญชา ได้แก่ การนวดแผนไทยด้วยน้ำมันกัญชา การนวดอโรมาด้วยน้ำมันกัญชา การปรุงอาหารด้วยพืชสมุนไพรกัญชา การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรกัญชา และการรักษาโดยแพทย์แผนไทยด้วยกัญชา

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, พืชสมุนไพรกัญชา, รูปแบบการท่องเที่ยว

1-3 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

4 อาจารย์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: 6311110345@psu.ac.th

Abstract

Health Tourism by Cannabis in Hatyai District Songkhla research aims to study the benefits of Cannabis in applying for health tourism and to propose a model of Cannabis for Health in Hatyai Chivasuk health center to become a model of health tourism using cannabis in Hatyai District Songkhla. This research is qualitative research. Information collects by interview. The sample group includes experts using cannabis to treat patients, and tourists in Hatyai Chivasuk health center , The researcher applied an in-depth Interview on health tourism using cannabis that was assessed by experts, examined questions. Thematic analysis were used in order to analysis the data.

The research found out that Cannabis has enough potential to be applied to health tourism with the properties of cannabis containing Tetrahydrocannabinol (THC) has the effect of reducing pain muscle, and reducing nausea and Cannabidiol (CBD) has the effect of controlling seizures, and pain relief. However, Cannabis for Health tourism must go through research Certification from medical professionals, administration, public relations, and educating people about cannabis, without one of these factors, Cannabis for health tourism cannot be implemented effectively.

A model of Cannabis for health tourism which are collected from secondary data and interview data are massage with Cannabis oil, Cannabis spa treatment, Cannabis tea, Cannabis cooking, Marketing for the sale of cannabis, and treatment by Thai traditional medicine with cannabis.

Keywords : Health tourism, Cannabis, Tourism model

บทนำ

จากการแพร่ระบาดในวงกว้างของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดความเสียหายมหาศาลในหลายด้าน และด้วยมาตรการการควบคุมโรคที่ทุกประเทศใช้ตั้งแต่การลดการเดินทางการเข้าออกพื้นที่ การปิดสนามบิน การใช้มาตรการระยะห่าง (Social distancing) มีการปิดสถานที่ หรือสถานการค้า และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบไปถึงการชะงักงันของเศรษฐกิจการค้า การผลิต และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร (ศ.นพ.ยง ภู่วรวรรณ, 2563) จนทำให้การหมุนเวียนของเงินในประเทศได้รับผลกระทบและปัญหาที่ตามมา คือ ความเป็นอยู่ของคนในประเทศแย่ลงอีกด้วย

ในปี 2565 สถานการณ์โรคระบาดเริ่มคลี่คลายลงและผลจากการเผชิญสภาวะการแพร่ระบาดของโรคร้ายที่สร้างความเสียหายกับผู้คนหลากหลายด้าน ทำให้ผู้คนเริ่มตระหนักในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยผลจากการวิจัยของ Global Wellness Institute (GWI) มีการคาดว่า เศรษฐกิจด้านสุขภาพ จะมีการขยายตัวสูง ซึ่งประเทศไทยนับเป็นอีกจุดทาง ภูมิศาสตร์เวลเนส ที่สำคัญและรับการโหวตให้เป็นประเทศทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ผู้คนอยากมามากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) โดยสอดคล้องกับทิศทางยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทย (พ.ศ. 2559-2568) ที่มีแผนจะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (สำนัก กรมประชาสัมพันธ์, 2560) โดยมองว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางด้าน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านการแพทย์ เนื่องจากสถานพยาบาลทั่วประเทศไทยได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI (Joint Commission International Accreditation) (bltbangkok, 2561) นอกจากนี้การท่องเที่ยวแพทย์ทางเลือก อย่างนวดแผนไทยหรือสปาของไทยก็มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับระดับโลก

พืชสมุนไพรกัญชานับเป็นพืชที่มีศักยภาพทั้งในด้านการรักษาหรือช่วยในการผ่อนคลายได้ โดยสอดคล้องกับแนวทางกับจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบกับปี 2565 ได้มีการประกาศใหม่จากกระทรวงสาธารณะสุข เรื่องสมุนไพรควบคุม (กัญชา) ที่อนุญาตให้ประชาชนที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป สามารถครอบครองและใช้ประโยชน์ ดูแลเก็บรักษา ขนย้าย จำหน่ายกัญชาได้(กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2565) จึงนับเป็นโอกาสดีที่จะนำพืชสมุนไพรกัญชามาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจ

ดังนั้น กลุ่มผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประโยชน์ของพืชสมุนไพรกัญชาเพื่อเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นทางเลือกในการตอบสนองความต้องการทางด้านการดูแลสุขภาพให้กับผู้คนอีกทางเลือกและเป็นแนวทางสำหรับสถานประกอบการในการเพิ่มโอกาสทางการค้า ทำการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพและดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถเป็นอีกช่องทางที่จะผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตขึ้นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประโยชน์ของพืชสมุนไพรกัญชากับการนำมาใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. เพื่อเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาของศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข เป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้พืชสมุนไพรกัญชา

นิยามศัพท์

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด ประกอบด้วยหลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือเพื่อการประกอบอาชีพ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุมงาน

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ที่ส่งเสริมสุขภาพ รักษาสุขภาพและบำบัดสุขภาพ หรือการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจด้วยธรรมชาติ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การนวด การทำสปา การเดินชมธรรมชาติ เป็นต้น

3. พืชสมุนไพรกัญชา พืชที่มีสารประกอบทางแพทย์หลักเป็น THC ที่พบได้ในทุกส่วนของต้นกัญชา แต่จะพบมากที่ส่วนดอกของต้นกัญชา ซึ่งมีฤทธิ์ต่อระบบประสาท ถ้าใช้ในปริมาณที่พอดีจะช่วยในการนอน

หลับ หรือผ่อนคลายเป็นอย่างดี และยังช่วยลดอาการปวดได้ดี ช่วยลดอาการคลื่นไส้ ลดการอาเจียน และช่วยให้อยากอาหารอีกด้วย แต่ในทางกลับกันถ้าใช้ในปริมาณที่มากเกินไปก็จะเกิดผลเสียมากมาย เช่น อาจเกิดอาการชัก อาจส่งผลความจำของสมอง หรืออาจจะเกิดภาพหลอน เป็นต้น อีกสารประกอบหนึ่ง คือ CBD ก็สามารถพบได้ในทุกส่วนของต้นกัญชา แต่ส่วนที่มากที่สุดจะเป็นราก รองลงมาเป็นใบ และดอกจะพบได้น้อยที่สุด ซึ่งเป็นสารที่ไม่นับว่าเป็นสารเสพติดเหมือน THC เพราะไม่มีผลต่อระบบประสาทที่ทำให้เกิดความเคลิบเคลิ้ม และ CBD เป็นสารที่สามารถนำไปรักษาโรคได้หลากหลายโรค เช่น โรคเบาหวานชนิดที่ 2 ช่วยลดอาการอักเสบในร่างกาย ลดอาการอุดตันของเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงหัวใจ และยังช่วยรักษาโรคหลอดเลือดและหัวใจ และยังมีอีกหลายโรคที่สามารถรักษาได้ด้วยสาร CBD

วิธีการศึกษา

วิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้พืชสมุนไพรกัญชาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานวิจัยโดยการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่สำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ และอินเตอร์เน็ต เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและข้อมูลของพืชสมุนไพรกัญชา เพื่อนำไปสู่การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและประโยชน์ของกัญชาต่อ สุขภาพ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลากรในศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข แพทย์พื้นบ้านที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้พืชสมุนไพรกัญชาในการรักษาผู้ป่วย และนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข รวมจำนวนทั้งหมด 5 คน และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาตีพิมพ์ลงกระดาษ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาแก่นสาร (Thematic Analysis) และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษา

1. ประโยชน์ของพืชสมุนไพรกัญชากับการนำมาใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการที่กลุ่มผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพืชสมุนไพรกัญชา ร่วมกับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้กัญชาเพื่อรักษาสุขภาพสามารถสรุปประโยชน์ของพืชสมุนไพรกัญชาได้ ดังนี้

สมุนไพรกัญชา คือ สมุนไพรอายุวัฒนะและเป็นสมุนไพรที่ผู้คนใช้รักษาโรคมาแล้วตั้งแต่อดีตก่อนที่จะมีกฎหมายกำหนดว่าเป็นพืชผิดกฎหมาย พืชสมุนไพรกัญชามีสารจำพวกกลุ่ม Cannabinoids ซึ่งประกอบด้วยสารหลักๆคือ Tetrahydrocannabinol (THC) มีฤทธิ์ในการลดอาการปวด อาการเกร็งของกล้ามเนื้อ ลดอาการคลื่นไส้ และ Cannabidiol (CBD) มีฤทธิ์ในการควบคุมอาการชัก บรรเทาอาการปวด จากสรรพคุณทางการแพทย์ของสารทั้งสองที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำไปประยุกต์หรือสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากกัญชา วิธีการใช้และสรรพคุณ

ผลิตภัณฑ์	วิธีการใช้	สรรพคุณ
 น้ำมันสกัดกัญชา	รับประทานโดยการหยดน้ำมันใต้ลิ้น	-สามารถรักษาโรคได้หลากหลาย เช่น โรคพาร์กินสัน โรคภาวะนอนไม่หลับ โรคอัลไซเมอร์ เป็นต้น -ลดอาการคลื่นไส้กับผู้ป่วยที่ได้รับยาเคมีบำบัด(มะเร็ง) -เพิ่มความอยากอาหารของผู้ที่มีภาวะเบื่ออาหาร
	ทาเป็นยาทาภายนอก	-มีฤทธิ์ในการรักษาแผล จะช่วยยับยั้งอาการเจ็บปวดและป้องกันการอักเสบ
 น้ำผึ้งดองกัญชา	รับประทานเดี่ยว	-สามารถรักษาโรคได้หลากหลาย เช่น โรคพาร์กินสัน โรคภาวะนอนไม่หลับ โรคอัลไซเมอร์ เป็นต้น
	ผสมเครื่องดื่ม	-สามารถรักษาโรคได้หลากหลาย เช่น โรคพาร์กินสัน โรคภาวะนอนไม่หลับ โรคอัลไซเมอร์ เป็นต้น
 ถุงชาสมุนไพรกัญชา	ชงน้ำร้อน	-มีฤทธิ์ทำให้ลดความเครียด รู้สึกผ่อนคลาย ช่วยเพิ่มอยากอาหาร ช่วยให้หลับง่ายและหลับลึก
 สบู่สกัดกัญชา	ใช้ทำความสะอาดผิว	-มีสรรพคุณในการดูแลผิวพรรณ ช่วยทำให้หน้าใส รักษาฝ้า ทำให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น

ภาพถ่ายจาก:กลุ่มผู้วิจัย (15 ตุลาคม 2565)

พืชสมุนไพรกัญชานั้นมีประโยชน์มากมายแต่ก็ยังมีข้อเสีย หากมีการใช้เกินขนาดกว่าร่างกายจะรับไหว อาจก่อให้เกิดอาการแพ้อย่างรุนแรงหรืออาจถึงขั้นเสียชีวิตได้ เพราะฉะนั้นผู้ที่จะใช้หรือผู้จะประกอบอาชีพเกี่ยวกับพืชสมุนไพรกัญชาควรศึกษาข้อมูลและรับฟังข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญอย่างละเอียดและมีวินัย

ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้พืชสมุนไพรกัญชาในประเทศไทยได้หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับการบริหารงาน การประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้ของภาครัฐที่ถูกต้องเกี่ยวกับพืชสมุนไพรกัญชาที่ถูกต้อง ถ้าครบทุกองค์ประกอบก็สามารถที่จะจัดการท่องเที่ยวขึ้นและเป็นที่ยอมรับได้

2. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาของศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุข เป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้พืชสมุนไพรกัญชาสุข

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าพืชสมุนไพรกัญชามีศักยภาพเพียงพอต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะพืชสมุนไพรกัญชามีประโยชน์ต่อสุขภาพในหลายด้าน และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชา เพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้ทั้งการท่องเที่ยวและการรักษาสุขภาพไปในตัว ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชาที่ทางกลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษา เสนอแนวทางให้ศูนย์บริการสาธารณสุขหาดใหญ่ชีวาสุขทำ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชานำข้อมูลนี้ไปต่อยอดได้ มีรูปแบบการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การนวดแผนไทยด้วยน้ำมันกัญชา เป็นการนวดที่มีจุดประสงค์หลักในการช่วยบรรเทาอาการปวดของกล้ามเนื้อ ช่วยลดอาการปวดตึงตามกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการปวดหลัง ช่วยลดอาการปวดหัว ช่วยให้เลือดไหลเวียนได้ดี และช่วยลดความเครียด ซึ่งการนวดแผนไทยด้วยน้ำมันกัญชาเป็นกิจกรรมที่นักเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะพืชสมุนไพรกัญชามีสรรพคุณในการรักษาอาการปวดต่างๆในร่างกายได้เป็นอย่างดี

2. การนวดอโรม่าด้วยน้ำมันกัญชา เป็นการนวดที่ไม่ได้เน้นไปที่การรักษา หรือบรรเทาอาการปวดต่างๆของร่างกายเหมือนการนวดแผนไทย แต่เป็นการนวดที่บำบัดด้วยกลิ่น โดยการใช้น้ำมันหอมระเหยจากพืชกัญชา ซึ่งมีจุดประสงค์หลักในการสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกายและจิตใจ เช่น คลายเส้นให้กับกล้ามเนื้อ ลดความตึงเครียด เพิ่มคุณภาพในการนอนหลับ กระตุ้นระบบไหลเวียนโลหิต และขับลมปราณ เป็นต้น ดังนั้นการนวดอโรม่าด้วยน้ำมันกัญชาจึงเป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ

3. การปรุงอาหารด้วยพืชสมุนไพรกัญชา คือการทำอาหารที่ปรุงโดยสมุนไพรกัญชา อาทิ การปรุงอาหารตามสั่งต่างๆด้วยกัญชา หรือการปรุงก๋วยเตี๋ยวด้วยกัญชา เป็นต้น บริการให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานเพื่อช่วยในการรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกผ่อนคลายด้วยสรรพคุณของพืชสมุนไพรกัญชา

4. การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรกัญชากัญชาแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ชาจากกัญชา เป็นการนำใบของกัญชาทั้งแบบสดและแบบแห้งมาทำเป็นเครื่องดื่มชา ซึ่งมีประโยชน์ในการช่วยให้ผ่อนคลาย ลดอาการปวด อาการอักเสบ หรือใช้เป็นเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพได้

- ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ได้แก่ ครีมทาผิว เซรั่มทาผิว และสบู่ เพราะใบกัญชายังมีสรรพคุณที่ช่วยในการรักษาผิวพรรณอีกด้วย เช่น ปกป้องผิวหน้าไม่ให้เกิดสิว ช่วยบำรุงให้หน้าดูกระจ่างใส ช่วยต้านอนุมูล

อิสระ ปกป้องผิวจากมลภาวะทางฝุ่นละออง หรือแสงแดด อีกทั้งมีคอลลาเจนที่ช่วยกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนให้แก่ผิวอีกด้วย เป็นต้น

- ผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรจากกัญชา เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดในประเทศไทย ซึ่งถ้านำพืชสมุนไพรกัญชามาใช้เป็นส่วนประกอบของยาดมสมุนไพร จะช่วยในการสร้างความผ่อนคลาย และช่วยในการนอนหลับของผู้ใช้ อาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีมากๆในธุรกิจเลยก็ได้

- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร คือการผลิตเครื่องปรุงต่างๆที่มีส่วนประกอบของพืชสมุนไพรกัญชา เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำการซื้อกลับบ้าน และนำไปปรุงเข้ากับอาหาร ซึ่งช่วยในการสร้างความผ่อนคลาย ช่วยในการบำรุงสุขภาพ และช่วยให้หลับง่ายขึ้น

5. การรักษาโดยแพทย์แผนไทยด้วยกัญชา อาจจะจัดเป็นคลินิกที่ให้การบริการที่เกี่ยวกับการรักษาหรือบรรเทาโรคโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชา อาทิ โรคเบาหวาน โรคเอดส์ หรือโรคมะเร็ง เป็นต้น แต่การจัดตั้งคลินิกจะต้องอยู่ในความดูแลของแพทย์ผู้เชี่ยวในการใช้พืชกัญชาในการรักษา เพราะถ้าใช้พืชกัญชาในการรักษาที่ผิดวิธีและไม่เหมาะสม อาจทำให้เกิดผลเสียมากมายต่อผู้ป่วย หรือถึงขั้นเสียชีวิต การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรกัญชากัญชาแก่นักท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

จากผลของการวิจัยพบว่า พืชสมุนไพรกัญชามีศักยภาพเพียงพอในการนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยศักยภาพของพืชสมุนไพรกัญชามีสรรพคุณทางการแพทย์ที่หลากหลายทำให้สามารถนำเสนอรูปแบบการท่องท่องเที่ยวได้ ดังนี้ 1) การนวดแผนไทยด้วยน้ำมันกัญชา 2) การนวดอโรม่าด้วยน้ำมันกัญชา 3) การปรุงอาหารด้วยพืชสมุนไพรกัญชา 4) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรกัญชากัญชาแก่นักท่องเที่ยว 5) การรักษาโดยแพทย์แผนไทยด้วยกัญชา

ในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น การนวดแผนไทยด้วยน้ำมันกัญชา เป็นกิจกรรมที่เหมาะต่อการเริ่มนำพืชสมุนไพรกัญชาเข้ามาใช้ในช่วงแรกของรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชา เนื่องเป็นการใช้บำบัดจากภายนอกและดำเนินกิจกรรมโดยผู้เชี่ยวชาญ ทำให้สามารถลดข้อกังวลด้วยเหตุจากการขาดความรู้เกี่ยวกับกับพืชสมุนไพรกัญชา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ พูนธนานิวัฒน์กุล และคณะ (2565) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้กัญชาทางการแพทย์ของผู้รับบริการด้านการแพทย์แผนไทยในสถานพยาบาลคัดสรร ที่ได้พูดถึง ระดับการรับรู้ต่อสมุนไพรทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กัญชาทางการแพทย์ ยิ่งมีระดับการรับรู้ที่มากขึ้น โอกาสที่ประชาชนจะตัดสินใจเลือกใช้กัญชาเพิ่มสูงขึ้น

ในส่วนของกิจกรรมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรกัญชาแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการภายนอก เป็นกิจกรรมที่ไม่มีหลักฐานระบุแน่ชัดถึงความปลอดภัย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐต้องสร้างนโยบายเพื่อควบคุมและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค เช่น หน่วยงานภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานกัญชากลาง โดยให้ดูแลครอบคลุมทั้งระบบ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ปลูก แปรรูป ขนส่ง จำหน่าย การใช้ ให้ความรู้ (วีรยา ถาอุปชิต และนุศราพร เกษสมบูรณ์, 2562)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สถานประกอบการ ควรมีการหาผู้เชี่ยวชาญด้านพืชสมุนไพรกัญชามาดูแลบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชกัญชา เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

2. สถานประกอบการ ควรดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชกัญชา ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ เพื่อลบทัศนคติด้านลบของพืชสมุนไพรกัญชา

3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการนำพืชสมุนไพรกัญชามาใช้เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. ผู้ที่จะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการใช้พืชสมุนไพรกัญชา ควรศึกษาเกี่ยวกับพืชสมุนไพรกัญชาอย่างละเอียด และควรมีการประกาศหรือมีการโฆษณาที่ชัดเจน ว่าธุรกิจของตัวเองเกี่ยวกับการใช้พืชสมุนไพรกัญชา เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะซื้อบริการของเราหรือเปล่า เพราะไม่ใช่ทุกคนที่จะยอมรับการใช้พืชสมุนไพรกัญชา เช่น ผู้ที่แพ้ ผู้ป่วย เด็ก หรือผู้ที่กำลังตั้งครรภ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาทัศนคติของผู้คนต่อพืชสมุนไพรกัญชาในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างเป็นฐานข้อมูลของผู้คนว่ามีพร้อมมากน้อยเท่าใดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยพืชสมุนไพรกัญชา

2.ควรศึกษาและวิเคราะห์การประยุกต์ใช้พืชสมุนไพรกัญชาในด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวกัญชา (Cannabis Tourism)

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2565). **กินดี-สุขภาพดี มาแรงหลังโควิด ดันไทยสู่เป้า "การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ".** สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/health/public-health/1031678

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2565). **ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง สมุนไพรควบคุม (กัญชา).** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://ockt.dtam.moph.go.th/index.php/law/288-2565

กรมสุขภาพจิต. (2562). **CBD และ THC ในพืชกัญชา คืออะไร.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2264

ศ.นพ.ยง ภู่วรวรรณ, 2563. **ผลกระทบจากโควิด 19 ระบาด .** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม ` 2565, จาก https://learningcovid.ku.ac.th/course/?c=8&l=1

จุไรรัตน์ ฉิมพาลี. (2563). คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์,** 6(3), 4-5.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2565). **ทำความรู้จักสารสกัด (มหัศจรรย์) จากกัญชา.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.krungsri.com/th/campaigns/get-to-know-cbd

เบญจวรรณ พูนธนานิวัฒน์กุล, เจมส์ พึ่งผล, สุวภัทร บุญเรือน, วันเพ็ญ ยอดคง, ณัฐพล ชมภูธวัช, และพรชัย แช่มตา. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กัญชาทางการแพทย์ของผู้รับบริการด้านการแพทย์แผนไทยในสถานพยาบาลคัดสรร. **วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางสุขภาพ,** 5(1), 59.

บริษัท ผลธัญญะ จำกัด (มหาชน). (2564). **สาร THC และ CBD จากกัญชามีผลอย่างไรกับร่างกาย.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://thai-safetywiki.com/สาร-thc-และ-cbd-จากกัญชามีผลอย่/

โรงพยาบาลขอนแก่น ราม. (2565). **นวดน้ำมันอโรมา.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565, จาก https://www.khonkaenram.com/th/services/health-information/health-articles/health/spa-aroma

โรงพยาบาลบีเอ็นเอช. (2565). **กัญชาทางการแพทย์ รักษาโรคอะไรได้บ้าง ประโยชน์ของน้ำมันกัญชา.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.bnhhospital.com/th/medical_cannabis?fbclid

โรงพยาบาลบีเอ็นเอช. (2565). **BLOOM UP by BNH คลินิกกัญชา โรงพยาบาลบีเอ็นเอช (Medical Cannabis Clinic, BNH Hospital).** สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2565, จาก https://www.bnhhospital.com/th/medical-cannabis-clinic-bnh-hospital/

วีรยา ถาอุปชิต, และนุศราพร เกษสมบูรณ. (2562). นโยบายกัญชา: การวิเคราะห์เปรียบเทียบไทย สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน และอิสราเอล. **วารสารเภสัชกรรม,** 13(1), 15.

สถานีสุขภาพ. (2565). **รู้จักสาร THC และ CBD ในกัญชา ออกฤทธิ์เหมือนหรือต่างกันอย่างไร.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.pptvhd36.com/health/news/1014

สำนักงาน กรมประชาสัมพันธ์. (2560) **บทความ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565 จาก https://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/WNRPT6012070010002

Blt Bangkok. (2561). **ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย บูมสุดขีด** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565 จาก https://www.bltbangkok.com/news/4367/

Cannabis Thai กัญชา กัญชง เพื่อสุขภาพ. (2564). **THC คือ.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.cannabisthai.net/content/23031/thc-

Cann Health. (2562). **องค์ความรู้เรื่องกัญชาเพื่อสุขภาพ.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.cannhealth.org/content/1133/thc-and-cbd

Hdmall. (2565). **นวดอโรมา อีกรูปแบบการนวดผ่อนคลาย พร้อมสูดกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565, จาก https://hdmall.co.th/c/aroma-massage

Hdmall. (2565). **นวดแผนไทย ศาสตร์โบราณที่ไม่ได้มีดีแค่แก้ปวด.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565, จาก https://hdmall.co.th/c/thai-massage

Horizon. (2558). **MEDICAL TOURISM: เที่ยวเทรนด์ใหม่ เที่ยวเชิงสุขภาพ.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก http://horizon.sti.or.th/node/5

Nami. (2564). **หน้าใสผิวสวยด้วยสารสกัดจากกัญชา.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565, จาก https://www.namiwink.com/หน้าใสผิวสวยด้วยสารสกั/

NNT สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2560). **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.** สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2565, จาก https://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/WNRPT6012070010002

Promotions. (2565). **ชากัญชามีประโยชน์อย่างไร ดื่มแบบไหนถึงปลอดภัยต่อร่างกาย.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565, จาก https://promotions.co.th/บทความ /what-are-the-benefits-of-cannabis-tea-what-is-the-safest-way-to-drink.html

Thai Hand. (2565). **มารู้จัก “กัญ” ก่อนไปนวด “กัญ” ไหม?.** สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565, จาก https://thaihandmassage.com/blogs/มารู้จัก-กัญ-ก่อนไปนวด-กัญ-ไหม/

Tourism Of World. (2554). **ความหมายของการท่องเที่ยว.** สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://tourismatbuu.wordpress.com

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

The development of gastronomy tourism route in the Songkhla old town cultural area

จินดารัตน์ พวงแก้ว[1] อวัศยา แก้วราชกิจ[2] ธรรนลินี ละอองรัตน์[*3]
และห้าวหาญ ทวีเส้ง[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา 2) นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเฉพาะเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลหลักแบ่งเป็น 4 กลุ่มได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาและประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

จากการศึกษาพบว่าบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรม และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งงานสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นงานเทศกาลที่เกี่ยวกับอาหารโดยตรง เนื่องจากจัดบริเวณถนนนางงามซึ่งผู้ประกอบการได้นำสินค้าและอาหารที่แสดงถึงวัฒนธรรมและประเพณีในบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่ามาวางจำหน่ายในงานเทศกาลดังกล่าว และยังพบว่านักท่องเที่ยวรวมถึงผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวโดยตรงเข้ามาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์รวมทั้งยกระดับร้านอาหารเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเพิ่มขึ้นและยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร วัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

[1-3] นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail: 6311110217@psu.ac.th

Abstract

The study of the development of gastronomy tourism route in the Songkhla old town cultural area aims to 1) study gastronomy tourist attractions in the Songkhla old town cultural area 2) present gastronomy tourism route in the Songkhla old town cultural areas. This research is qualitative research applying participant observation and in-depth interview techniques. There are four groups of key informants, government and private sectors whome involving with gastronomy tourism both direct and indirect. Thai and foreign tourists who visit in the Songkhla old town cultural area and local people who live in in the Songkhla old town cultural area.

This study indicates that the Songkhla old town cultural area is a cultural diversity area in tourism, activities, and traditional festivals, especially Songkhla city pillar celebration which is one of food festival locating at Nang-ngam road. The festival brings various products and foods that are related to their culture and show who they are. Moreover, this study found that tourists and entrepreneurs need government organisation who directly involved in tourism develop help them in term of the development of tourist attractions, advertisement and enhance the restaurant for attracting tourists in the Songkhla old town cultural area to booster the economy .

Keywords: Gastronomy tourism , gastronomy tourism route, Songkhla old town cultural

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารครบถ้วนบริบูรณ์ทำให้ประเทศไทยมีวัตถุดิบในการทำอาหารมากมายจนเรียกได้ว่าเป็นครัวของโลกภายใต้แนวทางการพัฒนาแบบ Thailand 4.0 มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร (Food Innopolis) โดยจะมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ฟาร์มข้าวและไร่ผลไม้ออร์แกนิค รวมทั้งการส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ (Jones & Pimdee, 2017) อาหารไทยจึงกลายเป็นอาหารที่นิยมทั่วโลก เนื่องจากรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งเกิดจากการผสมผสานอย่างกลมกล่อมของรสหวาน รสเปรี้ยว และรสเค็ม นอกจากนั้นยังมีรสเผ็ดร้อนของพริกที่เพิ่มรสชาติอาหารไทยให้เป็นที่นิยมของชนทุกชั้นทั้งคนไทยและผู้บริโภคชาวต่างชาติทั่วโลก อาหารไทยเป็นการรวบรวมสุดยอดศิลปะการปรุงอาหารของชาวเอเชียตะวันออกไม่ว่าจะเป็นการปรุงอาหารแบบชีฉวนของจีนหรือของชาวมาเลย์ การปรุงอาหารด้วยกะทิที่มีต้นกำเนิดจากอินเดียตอนใต้และการใช้เครื่องเทศในการปรุงอาหารของชาวอาราเบียศิลปะการปรุงอาหารไทยที่มีต้นกำเนิดจากการผสมผสานของอาหารที่หลากหลายโดยได้รับการประยุกต์ใช้สมุนไพรพื้นบ้านที่มีอยู่ภายในประเทศไม่ว่าจะเป็น ผักชี พริก พริกไทย เครื่องเทศอื่น ๆ ด้วยความหลากหลายของวัตถุดิบจึงทำให้รูปลักษณ์อาหารมีหน้าตาที่ชวนให้น่ารับประทาน ขณะที่ใช้เนื้อสัตว์ปรุงอาหารเน้นคุณค่าของสมุนไพรและผักสดต่าง ๆ ทำให้อาหารไทยอร่อยทั้ง

รสชาติ สารอาหารครบถ้วนและดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค (Nanasombat & Teckchuen, 2009) จึงนำสู่รูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิงและสันทนาการ นอกจากประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาด งานแสดงและสาธิตการทำอาหารหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์การเดินทางประเภทนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบลองเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในแต่ละท้องที่ การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องของคุณภาพและรูปลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าด้านการท่องเที่ยวรวมถึงอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคผ่านการบริโภค ดังนั้นประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงสามารถเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่งหรือเกิดขึ้นบนวัตถุประสงค์ใดก็ได้จากที่กล่าวมาทั้งหมด (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) ซึ่งในแต่ละภูมิภาคของไทยจะมีวิธีการดำเนินชีวิตของคนไทยในแต่ละชุมชนที่แตกต่างกันตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบเครื่องปรุงสมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นจึงทำให้รสชาติอาหารตามท้องถิ่นของแต่ละภาคแตกต่างกันออกไป ซึ่งอาหารท้องถิ่นนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของแต่ละภูมิภาค (วันดี ณ สงขลา, 2537)

“สงขลา” เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้มีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากมายที่สำคัญ จุดศูนย์กลางของถนนเส้นสำคัญของชาวจังหวัดสงขลาคือ ถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก เป็นถนนที่พ่อค้าแม่ค้าใช้สัญจรไปมาในอดีตและเต็มไปด้วยอาคารบ้านเรือนและสถาปัตยกรรมมากมายและยังเต็มไปด้วยสถานที่สำคัญทางศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองของชาวสงขลา เช่น ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองและศาลเจ้าพ่อกวนอู จังหวัดสงขลาจึงจัดได้ว่าเป็นเมืองที่ล้ำค่าหลากหลายทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งอาหารรสชาติที่อร่อยเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Global holiday) ในปัจจุบันย่านเมืองเก่าสงขลามีธุรกิจร้านค้าตลอดสายทำให้มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาเที่ยวชมสถาปัตยกรรมที่ส่วนใหญ่ยังคงเอกลักษณ์เดิมเอาไว้และกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองพร้อมเลือกซื้ออาหารหลากหลายประเภทบนถนนแห่งนี้ ทว่าย่านเมืองเก่ามีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาลิ้มรสอาหารเพลินตา สถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชุมชนในแบบฉบับที่เป็นเอกลักษณ์ของถนนนครในและนครนอก ทำให้ย่านเมืองเก่าสงขลาได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่ชื่อดังในภาคใต้ (สุนิสา มุนิเมธี และ เก็ตถวา บุญปราการ, 2556) การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อย่านเมืองเก่าสงขลาทำให้ย่านนี้คึกคักไปด้วยผู้คนที่เดินจับจ่ายซื้อของทำให้เศรษฐกิจในย่านนี้มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ทั้งเป็นแหล่งทำมาค้าขายและในขณะเดียวกันก็ยังดำรงวิถีชีวิตในรูปแบบเดิมทำให้ย่านเมืองเก่ากลายเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว (ชูเกียรติ นพเกตุ, 2542)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาที่มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ในย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวมองเห็นและเพิ่มคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาในการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการสร้างเสริมเอกลักษณ์เพื่อการเรียนรู้อาหารให้เป็นที่รู้จักและดำเนินอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรที่จะส่งเสริมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากอาหารแต่ละพื้นที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีจุดเด่นเพื่อที่จะสร้างภาพลักษณ์และเป็นจุดยืนทางด้านการตลาดในแต่ละพื้นที่

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

2. เพื่อนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

วิธีการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูล

คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน (องกรค์ภาคีคนรักเมืองสงขลา) ผู้ประกอบการร้านค้าจำนวน 10 ร้าน ผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่าสงขลาจำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 5 คน

2. เครื่องมือการวิจัย

การศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเป็นการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเฉพาะเจาะจงมีต้นแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดยผู้วิจัยมีการอธิบายก่อนทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์โดยความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูลจนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์คณะผู้วิจัยได้นำมาสกัดและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) และอธิบายเชิงพรรณนาความจากข้อค้นพบ

ผลการศึกษา

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 2) เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ส่วนที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาโดยแบ่งเป็นถนน 3 สายได้แก่ ถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก โดยจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวต่างไทยและชาวต่างชาติ และประชาชนที่อาศัยอยู่ในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา พบว่าย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลามีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่น่าสนใจดังนี้

 ผัดไทยใบตอง	 ไอติมโคม @ สงขลา	 ก๋วยเตี๋ยวหางหมู
 บ้านขนมไทยสองแสน	 ไอติมโอ่ง	 ข้าวสตู

ภาพที่1 อาหารในย่านถนนนางงาม

ที่มา: ถ่ายภาพโดยคณะผู้วิจัย วันที่ 12 ตุลาคม 2565

ถนนนางงาม เป็นถนนสายหลักสายเก่าแก่ของย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นศูนย์กลางย่านอาหารพื้นเมืองของสงขลาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีร้านอาหาร ดังนี้

- ร้านผัดไทยใบตอง มีเมนูผัดไทยที่มีชื่อเสียง คือ ผัดไทยห่อไข่ทะเล ผัดไทยกุ้งสด มีรสชาติที่อร่อยและเส้นจันท์ที่มีความเหนียวนุ่มเสิร์ฟกับใบตองที่นำมาลองจานเพื่อเพิ่มความน่ารับประทานและเข้ากับบรรยากาศความเป็นเมืองเก่า

- ไอติมโคมนางงาม @สงขลา เป็นไอติมกะทิสูตรโบราณดั้งเดิม มีรสชาติที่หวานอย่างพอดีและความมันของเนื้อไอติมเข้ากันอย่างลงตัว ภาชนะที่ใส่ไอติมเป็นโคมสแตนเลสเล็ก ๆ สีเงิน ซึ่งทำเป็นสไตล์ย้อนยุคเพิ่มความเป็นเมืองเก่าของย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

- ก๋วยเตี๋ยวหางหมู เป็นร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีชื่อเสียงบนถนนนางงามมีสูตรการทำแบบดั้งเดิมในถ้วยก๋วยเตี๋ยวจะประกอบไปด้วยเต้าหู้หมู ลูกชิ้นเอ็นหมู ลูกชิ้นหมูและหนังหมู จุดเด่นคือการใช้น้ำตาลโตนดแท้แทนน้ำตาลทรายและการใช้น้ำส้มสายชูจากตาลโตนดแทนน้ำส้มสายชูทั่วไป

- บ้านขนมไทยสอง-แสน มีขนมท้องถิ่นให้เลือกมากมาย เช่น ขนมทองเอก ขนมสำปันนี ข้าวฟ่างกวน รสชาติของขนมหวานมีรสชาติหวานกำลังดี แป้งเนื้อมีความละเอียดและมีขนมสดใหม่ทุกวัน

- ไอติมโอ่ง เป็นร้านไอติมที่มีชื่อเสียงที่สุดบนถนนนางงามโดยมีจุดเด่นคือ เอกลักษณ์ของภาชนะที่ใช้ใส่ไอติมเป็นรูปโอ่งใบเล็ก ๆ โดยภายในจะบรรจุรสชาติของไอติมรสชาติต่าง ๆ เช่น กะทิสด ลิ้นจี่ เมนูที่ขึ้นชื่อของทางร้านคือ ไอติมไข่แข็ง รับประทานคู่กับกล้วยหอมและลูกชิ้นปลาชุบแป้งทอด

- ข้าวสตู เป็นร้านที่มีชื่อเสียงบนถนนนางงาม ข้าวสตูสูตรดั้งเดิมน้ำซุปที่ทำจากสมุนไพรยาจีนสูตรโบราณเมนูอาหารจะมีทั้งสตูไก่และหมูทานพร้อมกับเครื่องเคียง หมูแดง หมูกรอบ เครื่องใน น้ำจิ้มจะมีรสชาติเด่นเปรี้ยวและตัดด้วยความหวาน

		
เจ๊นิ	สุกี้ยากึ้นครใน	ข้าวมันไก่เจ๊ตา

ภาพที่2 อาหารย่านถนนนครใน

ที่มา: ถ่ายภาพโดยคณะผู้วิจัย วันที่ 12 ตุลาคม 2565

- เจ๊นิ ร้านมีเมนูหลากหลายเมนูมีที่ขึ้นชื่อคือ ข้าวต้มปลากะพง บะหมี่เกี๊ยวต้มยำ บะหมี่หมูแดง ข้าวผัดปลากะพง เป็นต้น ร้านจะใช้วัตถุดิบที่สดใหม่

- สุกี้ยากึ้นครใน ร้านสุกี้โบราณเป็นร้านเก่าแก่ในย่านมืองเก่าสงขลามีน้ำจิ้มที่เป็นสูตรลับเฉพาะของทางร้านจึงทำให้เป็นที่ดึงดูดลูกค้า

- ข้าวมันไก่เจ๊ตา มีเนื้อไก่ที่นุ่มเด้ง เนื้อไก่พร้อมกับเครื่องในไข่พวง ไข่มะตูม น้ำจิ้มสูตรทางร้านที่อร่อยมีรสหวานนำและตัดด้วยความเผ็ด

		
ข้าวมันไก่แม่ประนอม	อ้วนแป๊ะยาว	ก๋วยเตี๋ยวเป็ดตุ๋นยาจีน

ภาพที่ 3 อาหารในย่านถนนนครนอก

ที่มา: ถ่ายภาพโดยคณะผู้วิจัย วันที่ 12 ตุลาคม 2565

- ข้าวมันไก่แม่ประนอม ร้านจะมีชื่อเสียงในเรื่องของรสชาติน้ำจิ้มที่มีสูตรของทางร้านส่วนเนื้อไก่ของที่นี่ขึ้นชื่อเรื่องความนุ่มและเนื้อแน่น

- อ้วนแป๊ะยาว บะหมี่จะมีความพิเศษตรงที่การสั่งแบบบะหมี่น้ำจะมีการแยกเส้นกับน้ำซุป น้ำซุปจะมีรสชาติเค็มนำทานคู่กับลูกชิ้นหมูในน้ำซุปจะเป็นรสชาติที่เข้ากันอย่างลงตัว

- ก๋วยเตี๋ยวเป็ดตุ๋นยาจีน ทางร้านมีเมนูเกี่ยวกับเป็ดที่หลากหลาย เช่น ก๋วยเตี๋ยวเป็ดพะโล้ เอ็นเป็ดน้ำแดง หมี่ชั่วผัดเป็ด ลิ้นเป็ดทอดกระเทียมพริกไทย เมนูแนะนำ คือ ก๋วยเตี๋ยวเป็ดตุ๋นยาจีนเป็นน้ำซุปที่ทำมาจากเครื่องเทศและสมุนไพรของจีน

ส่วนที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

แนวทางในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน สถาปัตยกรรมรูปแบบวิถีชีวิตของผู้คนย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเพื่อ

พัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา มีความเห็นว่าควรจัดให้มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเยี่ยมชมศาสนสถาน สถาปัตยกรรม รูปแบบวิถีชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

ในพื้นที่ย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีความหลากหลายทั้งศาลหลักเมืองศาลเจ้าสถาปัตยกรรมเมืองเก่าที่สามารถบอกเล่าวิถีชีวิตของผู้คนในบริเวณนี้ได้เป็นอย่างดี ในการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวควรจัดให้มีความเชื่อมโยงและมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมไปถึงการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและควรจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารดังภาพที่ 4 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาโดยนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนที่ย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาที่มีความหลากหลายและมีความเป็นพหุวัฒนธรรม



ภาพที่ 4 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

ที่มา: คณะผู้วิจัย วันที่ 13 ตุลาคม 2565

การจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านของเทศกาลและประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา มีความเห็นว่าควรให้มีการจัดเทศกาลและประเพณีส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้นึกถึงและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลของย่านเมืองเก่าสงขลาอีกครั้ง ทำให้เกิดการเห็นความสำคัญของประเพณีและเทศกาลในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาและยังทำให้เกิดการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำรวมไปถึงการบอกต่อ ปัจจุบันในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลามีการจัดเทศกาลงานสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและมีการจัดปีละ 1 ครั้งเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการจัดงานเทศกาลที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการนำเสนออาหารท้องถิ่นและสินค้าชุมชน นอกจากนี้การจัดงานเทศกาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและประเพณีสามารถนำทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์ของย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา เช่น การชมสถาปัตยกรรมย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา การชมอาหารท้องถิ่นในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา การชมวิถีชีวิตของผู้คนในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถจะเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและสามารถให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและพัฒนารูปแบบของเทศกาลให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประชาชนในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาเพื่อเป็นการสร้างรายได้เสริม

การจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณบริเวณย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา มีความเห็นไปทางทิศทางเดียวกัน คือ ควรมีการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและสะอาดเพื่อไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการดูแลรักษาความสะอาด ทำให้มีขยะมูลฝอยอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นหน้าตาและเอกลักษณ์ของพื้นที่ย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องเป็นไปในรูปแบบและทิศทางที่เหมาะสม ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้และจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างเสริมให้คนในชุมชนรู้จักรักและสามัคคีและมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและความหวงแหนในทรัพยากรที่มีอยู่ให้คงอยู่ตลอดไป รวมถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในการประกอบอาชีพมาพัฒนาเป็นศูนย์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตการประกอบอาชีพที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในชุมชน เช่น การทำการอจี้ การผลิตอาหารในท้องถิ่น การทำข้าวสตู การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถและป้ายบอกทาง

เส้นทางที่ 1 ถนนนางงาม

สถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารในเส้นทางนี้ ประกอบไปด้วย ผัดไทยใบตอง & หอยทอด - ไอติมโคมนางงาม @ สงขลา - ก๋วยเตี๋ยวหางหมู – บ้านขนมไทย สอง-แสน - ไอติมโอ่ง – ข้าวสตู

เส้นทางการท่องเที่ยวชมสถาปัตยกรรมถนนนางงาม เป็นถนนสายหลักเก่าแก่ของย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นศูนย์กลางย่านอาหารพื้นเมืองของสงขลาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีภาพวาดฝาผนัง (street art) ยอดนิยม

ทั้งเก่าและใหม่ จุดเริ่มต้นของการเที่ยวชมย่านเก่าเมืองสงขลา หากนำรถส่วนตัวมาก็สามารถจอดไว้เรียบถนนตามซอกซอยต่าง ๆ โดยเส้นทางหลักไปตามถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก ที่ทอดยาวไปตามที่ตั้งของเมือง จะมีถนนเล็ก ๆ ที่เชื่อมกับถนนสายต่าง ๆ เช่น ถนนยะลา ถนนปัตตานี ถนนยะหริ่ง ตึกเก่าและภาพ (street art) ที่โดดเด่นจะอยู่บนเส้นถนนนางงาม

เส้นที่ 2 ถนนนครใน

สถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารในเส้นทางนี้ ประกอบไปด้วย เจ๊นิ - สุกียากึ้นครใน - เจ๊ตา ข้าวมันไก่

ถนนนครในเป็นถนนที่อยู่ตรงกลางระหว่างถนนนครนอกและถนนนางงาม ถนนนครในนี้มีสถานที่สำคัญ คือ

บ้านนครใน จะเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการอนุรักษ์เสริมสร้างคุณค่าบ้านนครในเป็นบ้านไม้จีนแบบโบราณและบ้านตึกสีขาวภายในจะเป็นการจัดแสดงของเก่าการอนุรักษ์ของเก่าให้ชมนอกจากจะมีสถานที่ที่เป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่มากมายแล้ว ยังเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้มากมายตั้งแต่ร้านอาหารเก่าแก่ไปจนถึงร้านคาเฟ่และร้านอาหารใหม่ ๆ ที่พัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน

เส้นที่ 3 ถนนนครนอก

สถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารในเส้นทางนี้ประกอบไปด้วย ข้าวมันไก่แม่ประนอม – อ้วน แป๊ะยาว ก๋วยเตี๋ยวเป็ดตุ๋นยาจีน

ถนนนครนอกเป็นถนนที่ติดกับฝั่งทะเลสาบ ในอดีตบริเวณนี้เป็นท่าเทียบเรือเพื่อการค้าขายและขนส่งสินค้าจากต่างประเทศดูได้จากการมีโรงสีข้าวขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันที่แห่งนี้ได้ชื่อว่า หับ โห้ หิ้น หรือที่ชาวสงขลาเรียกกันว่า โรงสีแดง โรงสีข้าวแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณริมทะเลสาปสงขลามีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับพื้นที่เพาะปลูกข้าวแต่ในปัจจุบันได้ยกเลิกกิจการไปแล้วเพราะเกิดจากสภาพแวดล้อม สังคม เทคโนโลยี ที่มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สถานที่แห่งนี้ได้กลายมาเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้คนที่มาเยี่ยมชมที่นี่เพื่อจะได้รู้ถึงประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตจนถึงปัจจุบัน

สรุปและอธิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ บริเวณย่านเมืองเก่าสงขลาจะแบ่งออกเป็นถนน 3 สาย ได้แก่ ถนนนางงาม ถนนนครในและถนนนครนอก บริเวณถนนทั้ง 3 สาย มีความหลากหลายของทางด้านอาหารและวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากการที่มีการตั้งร้านอาหารที่หลากหลายและมีสถาปัตยกรรม รวมถึงศาลเจ้าพ่อหลักเมือง โดยถนนทั้ง 3 สาย จะมีลักษณะที่ย้อนยุคในอดีตยังคงอนุรักษ์กลิ่นอายของคนในจังหวัดสงขลาแต่เดิมแต่จะเน้นไปทางแหล่งอาหาร อาหารของถนนทั้ง 3 สายจะสะท้อนให้เห็นการนำเสนอวิถีชีวิตของคนในรุ่นก่อนลงไปในอาหารรูปแบบสินค้าเน้นอาหารพื้นบ้าน การตกแต่งของร้านที่มีสไตล์ย้อนยุค สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีเทศกาลที่เกี่ยวกับอาหารที่จัดขึ้นในบริเวณถนนนางงาม คือ เทศกาลงานสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองที่เป็นจุดเด่นให้กับย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาซึ่งสอดคล้องกับ (ปั่นรัชฎ์ กาญจนัษฐิติ และ จิตติศักดิ์ ธรรมาภรณ์พิลาส, 2547) ที่กล่าวว่า พื้นที่ที่สำคัญในการศึกษาต่างมีศักยภาพในการเป็น

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีจุดเด่นในลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการผลักดันให้องค์กรชุมชนเดิมมีบทบาทในด้านการพัฒนาเชิงวัฒนธรรมให้มากขึ้น ทั้งนี้การอนุรักษ์และการพัฒนาจะต้องให้ชาวบ้านผู้อยู่อาศัยภายในชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นร่วมมือร่วมใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกเพื่อให้เกิดความรู้สึกในการเป็นเจ้าของพื้นที่และมีส่วนร่วมในการดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาและยังสอดคล้องกับ (จิตกวี กระจ่างเมฆ และ สุดหล้า เหมือนเดช, 2562) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแต่ละแหล่งมีเอกลักษณ์มีความโดดเด่นเฉพาะตนในเรื่องของความเป็นชาติพันธุ์ที่นำพาซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรมตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา อาหาร การแต่งกายและงานหัตถกรรมทางภูมิปัญญาซึ่งเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มากมายแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละที่มีความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพระบบเศรษฐกิจชุมชน การอนุรักษ์สิ่งของวัตถุเครื่องมือเครื่องใช้ของบรรพบุรุษตลอดจนช่วยฟื้นฟูส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลาและเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประการร้านค้าและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การสนุบสนุนและประชาสัมพันธ์รวมทั้งการโปรโมทร้านอาหารในหลากหลายช่องทางเพื่อที่จะให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว นอกจากการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวอยากให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องของการจราจร เช่น การจัดระเบียบการจอดรถ และผลการศึกษายังพบว่า อยากให้มีการปรับปรุงสถานที่ถ่ายรูปเพื่อเช็คอินให้มีความสวยงามอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ (อุทุมพร เรืองฤทธิ์ และ ผกามาศ ชัยรัตน์, 2565) ที่กล่าวว่า ความสนใจของนักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการที่จะได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นมาของชาติพันธุ์ ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์อาจเป็นเพราะกลุ่มชาติพันธุ์ คือความแปลกใหม่ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันแบบเดิมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกลุ่มชาติพันธุ์จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นรูปแบบวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไปเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ เช่น วัฒนธรรมทางด้านอาหาร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของบุคคล (Maslow, 1970) ที่กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ โดยเปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิตเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” เพื่อให้ได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง

จากการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาด้านการพัฒนาเส้นทางและยกระดับมาตรฐานร้านอาหาร เนื่องจากอาหารในย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาส่วนใหญ่เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรมทั้ง ไทย จีน มลายู ที่มีมาตั้งแต่ยุคสมัยโบราณและมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำไปตามยุคสมัยแต่ยังคงความเป็นย่านเมืองเก่าสงขลาไว้ผ่านการตกแต่งร้านและภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารให้กับลูกค้า โดยในพื้นที่ย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาแบ่งเป็นถนน 3 สายได้แก่ ถนนนางงาม ถนนนครใน ถนนนครนอก ที่เชื่อมต่อกันซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา ดังนั้นจึงควรมีการจัดระบบและประเภทของร้านอาหารที่เปิดบริการอย่างเป็นระบบเพื่อให้ถนนสามสายเชื่อมโยงไปในทางเดียวกันและยกระดับมาตรฐานร้านค้าและเครื่องดื่มให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไปจากงานวิจัย

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวางเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้นและควรมีการจัดตั้งป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายเพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานประเพณีเกี่ยวกับอาหารให้คนในพื้นที่เพื่อเป็นการส่งเสริมการประกอบอาชีพและการผลิตอาหารพื้นถิ่นที่มาจากภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

3. ควรมีการส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เล็งเห็นถึงคุณค่าของอาหารท้องถิ่น

4. ร้านอาหารควรมีการทำแบบประเมินความพึงใจในการให้บริการร้านค้าเพื่อเป็นการนำไปพัฒนาร้านค้าต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้ทั่วทั้งอำเภอเมืองสงขลาเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา

2. ควรมีการศึกษารายละเอียดของรายการอาหารของแหล่งอาหารต่าง ๆ แต่ละรายการที่น่าสนใจและศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างละเอียดให้มากขึ้นเพื่อส่งเสริมอาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

จิตกวี กระจ่างเมฆ,และสุดหล้า เหมือนเดช. (2562). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐมไทยแลนด์ 4.0 :กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด ไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ชูเกียรติ นพเกตุ. (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

บัณฑิต เอนกพูนสุข.(2560).Food on the move.จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (Vol3 No.1) มกราคม-มีนาคม.

ปิ่นรัชฎ์ กาญจนัษฐิติ และ จิตติศักดิ์ ธรรมาภรณ์พิลาส. (2547). โครงการศึกษาเพื่อการอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำในกรุงเทพมหานคร. Retrieved from กรุงเทพฯ.

เมืองเก่าสงขลาและย่านเมืองเก่า. สืบค้น 1 ตุลาคม 2565.
จาก https://www.globalholidayth.com/travel-content/detail/.

วันดี ณ สงขลา. (2537). อาหารไทย. สารานุกรมวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน.

สุนิสา มุนิธีม และ เก็ตถวา บุญปราการ. (2556). พื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา: การทำสถาปัตยกรรมให้กลายเป็นสินค้าภายใต้บริบทการท่องเที่ยว.

อุทุมพร เรืองฤทธิ์ และ ผกามาศ ชัยรัตน์. (2565). รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนรากฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทดำบ้านดอนมะนาว จังหวัดสุพรรณบุรีวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา.

Jones, Charlie, & Pimdee, Paitoon. (2017). Innovative ideas: Thailand 4.0 and the fourth industrial revolution. Asian International Journal of Social Sciences, 17(1), 4-35.

Maslow, A. (1970). Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs. In R. F. Craven & C. J. Hirnle (Eds.), Fundamental of Nursing: Human Health and Function. (3rd Philadelphia: Lippincott.

Nanasombat, Suree, & Teckchuen. (2009). Antimicrobial, antioxidant and anticancer activities of Thai local vegetables. Journal of Medicinal Plants Research, 3(5), 443-449.

การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

Promotion of Online Marketing (SoLoMo) to Creative Agro Tourism, Case Study of Creative Agriculture Learning Center: Nai Suan Sri Patthalung Ban Chan

รัตนมน เพ็ชรจันทร์[1] ธนะวิทย์ เพียรดี[2]* และยุวศรี อวะภาค[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่และศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ และ 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลบริบทพื้นที่ โดยการศึกษาเอกสาร งานวิจัย ทฤษฎี วรรณกรรม และสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ และการตลาดออนไลน์ด้วยเครื่องมือ (SoLoMo) และลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกด้วยการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 8 คน ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน 2 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยว 3 คน และตัวแทนคณะผู้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ 3 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์ ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ตำบลลำสินธุ์ อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง มีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่สำคัญ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook และบริการการท่องเที่ยว 3 รูปแบบ คือ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลักษณะการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิง และ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ซึ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมการเรียนรู้และการสร้างประสบการณ์ และผลการวิจัยยังพบว่า การวิเคราะห์การตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ คือ 1) สื่อสังคมออนไลน์ (Social) ได้แก่ Facebook, Instagram และ TikTok 2) สถานที่ (Location) การใช้ Google Map ค้นหาตำแหน่งร้านหรือสถานที่ต่าง ๆ และ 3) อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile) นำมาใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน อาทิ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: การตลาดออนไลน์, การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์, ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

---

[1] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

[2*] อาจารย์ ดร, สาขาวิชาการท่องเที่ยว, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

[3] อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

* Corresponding author E-mail: thanawit_pia@dusit.ac.th

Abstract

The purpose of this research was: 1) to study the area context and potential of creative agro tourism and 2) to study and analyze online marketing of creative agro tourism, a case study of Creative Agriculture Learning Center: Nai Suan Sri Phatthalung Ban Chan. The study method was a qualitative research. Its analyzed spatial context data, by studying documents, research, theories, literature and social media related to the potential of creative agro tourism, and online marketing tools (SoLoMo). And field survey to interview key informant that consisted of 8 randomly selected samples, namely; representatives of entrepreneur Nai Suan Sri Phatthalung Ban Chan (2 people), tourists representatives (3 peoples), and representatives of the learning group participants (3 people). And data analysis was based on a content analysis method.

The results showed that at Nai Suan Sri Phatthalung Ban Chan or the Creative Agriculture Learning Center, Lamsin Sub-district, Srinakarin District, Phatthalung Province, there is an important component of creative agro tourism which consist of food tourism activities, marketing through social media such as Facebook, and also 3 types of tourism services: 1) agro tourism activities based on the participation of tourists, i.e. agro tourism activities for learning, 2) Agro tourism activities for leisure or entertainment, and 3) creative agro tourism activities which focuses on engaging tourists through learning and experience-building activities. The results of the research also found that online marketing analytics of creative agro tourism is 1) social media (Social) including Facebook, Instagram and TikTok, 2) location (Location), Google Map to find shops or places and 3) mobile devices (Mobile), it can be used for many purposes such as advertising and public relations.

Keywords: Online Marketing, Creative Agro Tourism, Nai Suan Sri Patthalung Ban Chan

บทนำ

แนวความคิดของการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งวัฒนธรรมที่แตกต่างในชุมชนซึ่งอาจจะทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้นมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีการเดินทางการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ โดยให้ความเพลิดเพลินและความรู้นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพแก่ผู้มาเยี่ยมเยือนได้ ทั้งยังเป็นการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้ เข้าใจ ภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรม รากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิดปรัชญาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม มีการบริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อเกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป

ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ, 2557) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์มีการพัฒนาการตลาดออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการบริการการท่องเที่ยวที่รวดเร็วขึ้น เนื่องจากต้นทุนการโฆษณาที่ต่ำ ไม่ต้องมีหน้าร้าน และมีช่องทางการโปรโมทหลากหลาย อาทิ Website Facebook email แอปพลิเคชันต่าง ๆ ขณะที่เทรนด์ตลาดออนไลน์ ที่น่าจับตามองเป็นพิเศษนั้นคือกระแสการตลาดแบบออนไลน์ Social Location Mobile Marketing หรือ SoLoMo มีจุดกำเนิดจากการแพร่หลายของโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาอื่นๆในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้คนให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งการติดต่อสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล และทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (Kotler, Kartajaya and Setiawan, 2017; Liu, 2015) ขณะที่สมาร์ทโฟนในท้องตลาดขยายตัวตามราคาที่ถูกลง ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม ผู้ให้บริการต่าง ๆ จะทุ่มทุนในการสร้างคอนเท็นท์ที่รองรับการแสดงผลบนสมาร์ทโฟนมากกว่าแล็ปท็อปหรือน๊อตบุ๊ค และการมี 4G หรือ 3G ทำให้ SoLoMo กลายเป็นสิ่งจำเป็นของคนในยุคนี้ ทว่าการวิเคราะห์รูปแบบการตลาดออนไลน์ โดยเครื่องมือ SoLoMo จึงเป็นองค์ความรู้ที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไป

จังหวัดพัทลุง มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากมาย โดยเมื่อพิจารณาด้านกายภาพก็พบว่าจังหวัดพัทลุงเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี และวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ กระทั่งทำให้หลายชุมชนในจังหวัดพัทลุงพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อหารายได้และพัฒนาชุมชนของตนเอง ทำให้พัทลุงเป็นจังหวัดหนึ่งที่ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากมาย (พิฑูรย์ ทองฉิม และนิตติยา ทองเสนอ, 2561) ทั้งนี้ การศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ และการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่พร้อมไปด้วยกิจกรรมเชิงท่องเที่ยว และบริการเมนูอาหารท้องถิ่นจากการรังสรรค์วัตถุดิบท้องถิ่นโดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ที่มาของวัตถุดิบและกรรมวิธีการปรุงอาหารเมนูต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมเวิร์กช้อปทำอาหาร การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ และกิจกรรมปั่นจักรยานชมสวนผักผลไม้พร้อมเรียนรู้จากเกษตรกรในพื้นที่ (MRBADBOY, 2021) ขณะที่ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่คนทั่วไปรู้จัก และมีปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือการดำเนินการตลาดออนไลน์โดยเฉพาะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายผ่านเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวหรือคนทั่วไปรู้จักแหล่งได้ เช่น SoLoMo ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้พัฒนาต่อยอดสู่การส่งเสริมการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่และศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

การทบทวนวรรณกรรม

การตลาดแบบออนไลน์ (SoLoMo) มีจุดกำเนิดจากการแพร่หลายของโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาอื่นๆในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้คนให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งการติดต่อสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล และทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนี้ (Kotler, Kartajaya and Setiawan, 2017; Liu, 2015)

So (Social Media) เป็นการทำการตลาดผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ซึ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น ทั้งการส่งต่อ การแชร์ การกระจายข่าวสารของแบรนด์ได้เร็วกว่า ทั้ง Facebook, Line, Instagram, Twitter, Google และช่องทางอื่นๆ ที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ขาดไม่ได้ในการประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบัน

Lo (Location) คือที่ตั้งของบริษัท หน่วยงาน หรือร้านค้า ที่ระบุลงใน Google เพื่อช่วยระบุพิกัดลงใน Google Mab และ Google Place เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาตำแหน่งที่ตั้ง ได้ง่ายขึ้น ทำให้แอพพลิเคชั่นต่างๆ ในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับการระบุแผนที่ในการเข้าถึงสถานที่ต่างๆ ซึ่งนอกเหนือจากการบอกทางแล้วยังมีพฤติกรรมการเช็คอินตามสถานที่ต่างๆ หรือการหาร้านอาหารที่อยู่ใกล้เคียงกับตนเอง รวมไปถึงการแชร์รูปภาพโดยระบุพิกัดร้าน หรือสถานที่ ณ ตอนนั้น

Mo (Mobile) คือการทำการตลาดผ่านแอพพลิเคชั่นในโทรศัพท์ เนื่องจากผู้คน ในยุคปัจจุบันมีการพกพาโทศัพท์มือถือติดตัวตลอดเวลา และมีการทำธุรกรรม หรือกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์เป็นส่วนมาก และทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์บนโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ในปัจจุบันนั้นไม่สามารถแยกได้อีกต่อไป และเมื่อรวมสังคมเข้ากับบริบทพื้นที่ และการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์แล้วนั้นก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์การทำงานร่วมกันที่เรียกว่า “SoLoMo” ซึ่งมาจากเครือข่ายทางสังคม (Social) พื้นที่ท้องถิ่น (Local) และโทรศัพท์ (Mobile) เป็นการเปิดโอกาสแบบใหม่เพื่อเพิ่มเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดให้มากขึ้น (Kuhnhardt, 2012)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร และ

เรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ในการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการเกษตร และวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญมี 3 ส่วน คือ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ผลิตผลทาง การเกษตรไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือการจัดการโดยมนุษย์ 2) ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่เฉพาะ (niche market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาด มีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม ที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 3) บริการการท่องเที่ยว เป็นการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พักร้านอาหารการบริการนำเที่ยวให้ความรู้ต่างๆ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลักษณะการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว คือ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ จะมีการนำเสนอ การถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมชม 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิง เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิง และ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะได้ศึกษากิจกรรมหลักและสามารถสัมผัสกับการเกษตรสร้าวงสรรค์ได้โดยตรงหรือได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการกระทำที่เป็นปกติของเกษตรกร (เทพกร ณ สงขลา, 2554; กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2560)

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลบริบทพื้นที่และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน จากการลงพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ตัวแทนนักท่องเที่ยว และตัวแทนคณะผู้เข้าร่วมกิจกรรม และศึกษาเอกสาร บทความ งานวิจัย และสื่อสังคมออนไลน์

2. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

3. ลงพื้นที่ภาคสนาม ศึกษาจากสื่อสังคมออนไลน์ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง รวมทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน 2 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยว 3 คน และตัวแทนคณะผู้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ 3 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่และศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

จากการลงพื้นที่ภาคสนามและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ตัวแทนนักท่องเที่ยว และตัวแทนคณะผู้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า

1.1 บริบทพื้นที่ของศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ได้มีการจัดตั้งสโลแกน คือ “ในสวนศรี ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ อนุรักษ์ผักพื้นถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน”

สถานที่ของศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ตั้งอยู่ที่ ตำบลลำสินธุ์ อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง รหัสไปรษณีย์ 93000

เจ้าของกิจการ คือ นายชิต แก้วบัว นางวิมล แก้วบัว นางสาวจันทร์จิรา แก้วบัว หรือคุณศรีปิง และนางสาวภัทราภรณ์ แก้วบัว หรือคุณศรีแพร เบอร์โทรศัพท์ 087-9372384 E-mail : anjiping@gmail.com

เปิดทำการทุกวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 10.00 - 18.00 น. และกิจกรรมแบบหมู่คณะรับตั้งแต่ 30 คน ขึ้นไปในวันจันทร์ - ศุกร์ และต้องโทรศัพท์จองล่วงหน้าเพื่อระบุวันและการจัดหาวัตถุดิบ

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญมี 3 ส่วน ดังนี้

1.2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการนำวัตถุดิบธรรมชาติท้องถิ่นมารังสรรค์เป็นอาหารแนวใหม่ผสมผสานกลิ่นอายตะวันตกและตะวันออก เช่น

1) พิซซ่าทำจากแป้งข้าวสังข์หยด และพิซซ่ามังสวิรัติ โดยวัตถุดิบหลักจะรับซื้อจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีโปรตีนจากเห็ดแครง และเห็ดท้องถิ่นอื่นๆ เป็น โปรตีนจากพืชที่ดีต่อสุขภาพ และไม่มีสารก่อเกิดมะเร็ง โดยมีพิซซ่า 2 หน้า ที่นักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถลองทำเองได้ คือ พิซซ่าผักพื้นบ้าน เช่น ผักกูด สไตล์ฮาวายเอี้ยน และพิซซ่าคั่วกลิ้งเห็ดแครง รสชาติแบบแกงใต้ มีความเผ็ด ใส่เห็ดแครงและสะตอ

2) บลูเบอร์รี่โยเกิร์ต มาจากสวนมัลเบอรี่หรือลูกหม่อนที่ปลูกข้างหลังร้าน และนำมาแปรรูปเป็น มัลเบอรี่โซดา บลูเบอร์รี่โยเกิร์ต และแยมเบอร์รี่โยเกิร์ต

3) สาคูต้นกะทิสด มาจากการนำสาคูมาให้ร่วมกันทำและเรียนรู้ขนมหวานที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพัทลุง

4) น้ำสุขภาพจะเป็นน้ำที่แบบใช้ข้าวสังข์หยด โดยใช้มะนาวส้มเกียบอัญชัน ซึ่งความเปรี้ยวมาจากส้มเกียบ ที่เป็นยาสมุนไพรชนิดหนึ่งที่มีรสเปรี้ยวแทนมะนาว

1.2.2 ตลาดการท่องเที่ยว

มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ ร้านในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน จะมีการสร้างเพจเฟสบุค คือ https://www.facebook.com/NaiSuanSri2560/ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร

ที่สำคัญไปยังผู้บริโภค นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยี่ยมชม

ทั้งนี้มีการนำเสนอร้านในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อื่นๆ เช่น

Instagram คือ https://www.instagram.com/naisuansri/

YouTube คือ https://www.youtube.com/channel/UC38i0JmlAOQ8-Jj_W18jlwA

TikTok มีการใช้ #ในสวนศรี

1.2.3 บริการการท่องเที่ยว

1) ร้านในสวนศรี พักลุงบ้านฉัน มีการสร้างเป็นศูนย์การเรียนรู้เกษตรเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดให้มีการทำ workshop ในกิจกรรม2 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ในทุกเสาร์ อาทิตย์ ในวันหยุดนักขัตฤกษ์จะเปิดให้มีการทำพิซซ่า การละเล่นไทย เดินชมสวน และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

รูปแบบที่ 2 ในวันจันทร์ถึงศุกร์ จะรับกลุ่มโรงเรียนและหน่วยงานราชการ โดยจะมีการทำกิจกรรม อาทิ การทำพิซซ่าผักพื้นบ้าน การสร้างสรรค์สีธรรมชาติ เช่น สีจากหิน สีจากพืชและวัตถุดิบท้องถิ่น การทำแยมมัลเบอรี่ การเก็บเห็ดมาแปรรูป การขูดมะพร้าว การคั่วสาคูต้นจากข้าวเหนียวดำ การคั่วกาแฟ การทำขนมดอกลำดวนจากแป้งข้าวสามหยด การเดิมชมสวนเกษตร และการสร้างสรรค์งานศิลปะบนผืนผ้า

2) บริการอาหารตามฤดูกาล เช่น เทศกาลเจ เมนูสุขภาพแสนอร่อย เช่น ไส้อั่วเห็ดแครงเจ พิซซ่าฮาวายเอี้ยนเจ ชีสจากมะม่วงหิมพานต์ พิซซ่าโบโลน่าเจ ชีสจากมะม่วงหิมพานต์ ข้าวขาวเห็ดหอมเจ เสริฟพร้อมผักสดๆไร้สารเคมี เตมเปจากถั่วเหลืองอินทรีย์ผสมจมูกข้างสังข์หยดหอมๆ โรตี เดอ การ์เดน เสริฟพร้อมกับไอติมเจ ขนมกลีบดอกลำดวนแป้งข้าวสังข์หยด กาแฟนมอัลมอนด์ หรือนมพิสตาชิโอบราวน์ชูการ์

1.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลักษณะการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

1.3.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้

1) กิจกรรมการเรียรู้ตามสโลแกน “เล่นสนุก สุขในสวน” ของร้านในสวนศรี มีการสร้างฐานการเรียนรู้เพื่อรองรับการเข้ามาร่วมกิจกรรมของเด็กจากโรงเรียนต่างๆ ที่มีการจองการทัศนศึกษาสำหรับการเรียนรู้กิจกรรมในฐานต่างๆ โดยจัดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสในเด็กได้ “เรียนรู้คู่ความสนุก สุขในสวน” และดำเนินกิจกรรมตามนโยบายของสถานศึกษาต่างๆ ด้วยสโลแกน “โรงเรียนสร้างรัก วิชาสร้างสุข ห้องเรียนมีชีวิตชีวา” และสามารถเรียนรู้คู่ความสนุกจากหลากหลายฐานกิจกรรม อาทิ

- กิจกรรมเรียนรู้การผักพื้นบ้านจากจานพิซซ่าหน้าสวนศรี เป็นพิซซ่าที่อบโดยใช้เตาอบดิน ผู้เข้าร่วมเรียนรู้ตั้งแต่การนวดแป้ง ขั้นตอนการแต่งหน้าพิซซ่า อบด้วยเตาอบดิน

- กิจกรรมเรียนรู้การแปรรูปแป้งข้าวพื้นบ้าน “ขนมจากแป้งข้าวเหนียวดำ”

- กิจกรรมเรียนรู้สร้างจินตนาการ “ศิลปะจากธรรมชาติ”

- กิจกรรมเรียนรู้ดอกไม้กินได้ผ่านเมนู “บุษบาห่มผ้า”

- กิจกรรม “ตัดตุง ปรุงสัมพันธ์”

- กิจกรรมแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร “แยมมัลเบอร์รี่”

- กิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น “การละเล่นไทย”

2) การให้ความรู้ด้านอาหารและเครื่องดื่มผ่านการบอกเล่าในการทำกิจกรรมหรือบริการอาหารและเครื่องดื่มจากผู้ประกอบการเจ้าของร้าน และทั้งนี้มีการบอกเล่าข้อมูลน่ารู้เกี่ยวกับพืชพรรณธรรมชาติท้องถิ่นที่นำมาประกอบอาหารและเครื่องดื่ม ผ่านเพจเฟสบุคของร้าน อาทิ

- ลูกจากลอยแก้ว คือ ต้นจาก เป็นพืชจำพวกปาล์ม เป็นปาล์มเพียงชนิดเดียวที่เป็นพืชในป่าชายเลน และมีลำต้นอยู่ใต้ดิน นับเป็นพืชเก่าแก่มากชนิดหนึ่ง ที่มีซากดึกดำบรรพ์อายุถึง 70 ล้านปี จากพบได้ทั่วไปในเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในบริเวณน้ำจืด และน้ำกร่อย ที่มีน้ำเค็มขึ้นถึง มักจะขึ้นเป็นดงขนาดใหญ่ เรียกว่า ป่าจาก หรือดงจาก จากสามารถเติบโตได้ดีในดินโคลน ตามป่าชายเลน หรือบริเวณริมคลองที่มีไม้ให้ร่มเงาปะปนอยู่ด้วย มักอยู่ในช่วงที่มีน้ำจืดและน้ำกร่อยปนกัน แต่บนบกที่น้ำท่วมถึงก็พบจากได้บ้างเช่นกัน หากดินไม่แห้งแล้งนานจนเกินไป และส่วนประกอบของต้นจากสามารถนำไปประกอบอาหารและสร้างสรรค์งานฝีกมือได้ เช่น ใบใช้ทำหลังคามุงจาก ใบจากสำหรับสูบ และใบจากห่อขนมก้านใช้ทำเป็นตะกร้าสาน น้ำตาลจาก และลูกจากทำขนม

- เห็ดแครง ในเห็ดแครง 100 กรัม จะให้โปรตีน 17.0 กรัม ไขมัน 0.5 กรัม แคลเซียม 90 มิลลิกรัม ธาตุเหล็ก 280 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 640 มิลลิกรัม

- แก่นตะวัน จะมีสารอินนูลิน (Inulin) ที่เต็มไปด้วยน้ำตาลฟรักโตสโมเลกุลยาว จึงเป็นพืชพรีไบโอติกที่มีเส้นใยสูงมาก หากรับประทานเข้าไป สารดังกล่าวจะไปช่วยดักจับยึดไขมันในเส้นเลือด ไม่ว่าจะเป็นคอเลสเตอรอล ไตรกลีเซอไรด์ หรือ LDL ที่เรารับประทานเข้าสู่ร่างกายมากเกินไปทิ้งออกทางอุจจาระ จึงช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือดได้เป็นอย่างดี

- เทศกาลเจ ขอแนะนำเตมเป (tempeh) เป็นโปรตีนจากพืช ผลิตจากถั่วเหลืองที่ผ่านกระบวนการหมักด้วยกล้าเชื้อ (Rhizopus oligosporus) “เตมเป “ เป็นอาหารพื้นเมืองจากอินโดนีเซีย “เตมเป” มีโปรตีนสูงเทียบเท่าเนื้อสัตว์ สามารถนำไปประกอบอาหารเหมือนเนื้อสัตว์ แต่เป็นโปรตีนที่มีโมเลกุลที่เล็กกว่าโปรตีนจากถั่วเหลืองทั่วไป เนื่องจากการหมักเกิดกระบวนการย่อยและคายโปรตีนขนาดที่เล็กลงออกมา รวมทั้งกรดอะมิโนที่ร่างกายจำเป็นต้องใช้อีกกว่า 10 ชนิด จึงทำให้เวลาทานเตมเปท้องไม่อืดเหมือนทานเต้าหู้ “เตมเป” มี “วิตามินบี12” ที่จำเป็นต่อการสร้างเม็ดเลือดแดง ป้องกันโรคโลหิตจาง โดยวิตามินบี 12 นี้จะพบเฉพาะในเนื้อสัตว์ ไข่แดง และถั่วหมัก “เตมเป” มี “สารไอโซฟราโวนส์ (Isoflavaones)” ช่วยในการทำงานของระบบต่อมไร้ท่อ รักษาความชุ่มชื้นของผิวพรรณ และช่วยลดอาการวัยทองในผู้หญิง “เตมเป”

มี “เลซิทิน (Lecithin)” ช่วยในการสลายไขมัน ลดโคเลสเตอรอล และลดการเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจ ใยอาหารสูงแต่มีขนาดเล็กจึงช่วยให้ขับถ่ายได้ง่าย จึงลดการเกิดมะเร็งลำไส้ได้

1.3.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิง

1) กิจกรรมเสริมความบันเทิงและความสนุกสนาน อาทิ

- ร้องรำ ทำเพลง: ในสวนมีกีตาร์ สามารถมาร้องรำทำเพลงชิล ๆ ได้เลย

- ถีบ กิน ลม ชม วิว: ในสวนมีจักรยานให้ถีบเล่น กินลมชมวิว ได้อย่างเพลิดเพลิน

- บันทึกความสุข: ในสวนมีหมวกปีกกว้าง แถมมีตากล้องประจำสวน สามารถโพสต์ท่าให้ตากล้องของสวนได้เลย รอรับรูปเก๋ ๆ ผ่านเพจ: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน ในตอนเย็นของวันนั้นได้เลย

- ลากต้อหมาก: กิจกรรมไทยๆสร้างสัมพันธ์ในครอบครัว

2) การบริการอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่ม อาทิ

- น้ำชาสังข์หยดมะนาว รสชาติเปรี้ยวๆ หวานๆ ดื่มแล้วจะมีความสดชื่น มีผลดีต่อสุขภาพ และสามารถเติมได้ตลอด ราคา 20 บาท/คนเท่านั้น

- น้ำคลอโรฟิลล์จากสมุนไพรฤทธิ์เย็น ไม่มีน้ำตาล ช่วยปรับสมดุลร่างกาย มีผลดีต่อสุขภาพ และสามารถเติมได้ตลอด ราคา 20 บาท/คนเท่านั้น

- กาแฟดริป ร้อน/เย็น ราคา 50 บาท/แก้ว

- กาแฟ Cold Brew ราคา 60 บาท/ขวด

- มัลเบอร์รี่โยเกิร์ต ราคา 20 บาท/ถ้วย

- สาคูต้นกวนกะทิสด 20 บาท/ถ้วย

- ขนมปังแป้งข้าวพื้นบ้านและแยมมัลเบอร์รี่ ราคา 35 บาท/ชุด

- เค้กชิฟฟ่อนมะพร้าวลาวา ราคา 25 บาท/ชิ้น

- แยมมัลเบอร์รี่ ราคา 99 บาท/ขวด

- ชาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ ราคา 35 บาท/ห่อ

- แก่นตะวัน (มีตามฤดูกาล) ราคา 150 บาท/กิโลกรัม

3) การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง อาทิ กาแฟในสวน บ้านขามสายน้ำมีชีวิต ไร่หินปู โรงคั่วบ้านป่า บ้านไรในมอญ เกาะนารอบ ควนนกเต้น น้ำตกโตนแพรทอง น้ำตกเขาคราม ถ้ำลำสินธุ์

ถ้ำสุมโน วังหัวเขา น้ำตกนกรำ น้ำตกปากราง น้ำตกไพรวัลย์ ถ้ำพุทธโคดม น้ำพุร้อนสวนหมาก

1.3.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์

กิจกรรมการทำพิซซ่าหน้าสวนศรี ซึ่งเป็นเรียนรู้การทำพิซซ่าเตาอบดินด้วยตัวเอง มีการทำแป้งพิซซ่า การนวดแป้งการตกแต่งและอบด้วยตัวเอง พร้อมทั้งนำมารับประทานเอง หน้าของแป้งพิซซ่ามีความพิเศษ เช่น พิซซ่าจากผักกูดสดๆจากสวนเกษตรและไร้สารเคมี ใช้เห็ดแครงเป็นโปรตีนแทนเนื้อสัตว์ พิซซ่าแป้งสด พิซซ่ามังสวิรัติ พิซซ่าเตาอบดิน พิซซ่าที่เด็กๆไม่ชอบกินผักสามารถกินได้และถูกใจ พิซซ่าแห่งความเมตตา งดเนื้อสัตว์หนึ่งมื้อและหลายหมื่นชีวิตรอดตาย พิซซ่าที่มุสลิมทานได้ พิซซ่าที่มังสวิรัติทานได้ พิซซ่าที่วีแกนทานได้

ช่วงเวลาในการทำพิซซ่า คือ เวลา 10.00 น. 11.00 น. 12.00 น. 13.00 น. 14.00 น. 15.00 น. 16.00 น. และ 17.00 น. โดยในแต่ละช่วงเวลาต่อ 1 ชั่วโมงนั้นจะรับจองไม่เกิน 10 ถาดเท่านั้น และกรณีใส่กล่องกลับบ้าน จะมีฐานกิจกรรม “DIY Pizza Box” ซึ่งทางร้านในสวนศรีจะเตรียมตัวปั๊มการ์ตูนน่ารักๆ ให้เด็กๆ ตกแต่งกล่องพิซซ่าตามจินตนาการได้ และค่าบริการ 10 บาท/กล่อง เวลาแนะนำในการทำกิจกรรมคือช่วงบ่ายและช่วงเย็น ค่าบริการการทำกิจกรรมพิซซ่าหน้าสวนศรี คือ 159 บาท/ถาด/คน

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์: ในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ และการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาของข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องมือการตลาดออนไลน์ (SoLoMo) พบว่า

2.1 สื่อสังคมออนไลน์ (Social) ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใดแค่เพียงมีอินเตอร์เน็ตก็สามารถพูดคุย แสดงความคิดเห็น โต้ตอบกันได้ตลอดเวลา และมีการแลกเปลี่ยนความรู้กันในวงกว้าง ซึ่งร้านในสวนศรีนั้นมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์กระแสหลัก คือ Facebook ซึ่งมีการสร้างเพจเฟสบุคของร้านในสวนศรีพัทลุงบ้านฉัน โดยมีผู้ติดตามในเพจเฟสบุ๊คประมาณ 25,000 คน ผู้กดถูกใจในเพจเฟสบุ๊คประมาณ 23,000 คน มีการโพสต์ในเพจเฟสบุค จำนวน 181 รายการ มีการรีวิวร้านในสวนศรีฯ ผ่านเพจเฟสบุค จำนวน 5 รายการ (ในสวนศรีพัทลุงบ้านฉัน, 2565) นอกจากนี้ร้านในสวนศรีฯ ยังสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวเองในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ร้านได้โดยการเสนอให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในส่วนต่างๆ ของทางร้าน และทางร้านจะแชร์เฟสบุคของนักท่องเที่ยวมาในเพจของร้านเพื่อเป็นสื่อสารทางตรงเกี่ยวกับความประทับใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวเองจะมีการบอกต่อแบบปากต่อปากอีกทางหนึ่ง ในขณะเดียวกันนั้น การบอกต่อแบบปากต่อปากนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง ทั้งนี้ทางร้านยังมีการสร้างเพจผ่าน Instagram เพื่อนำเสนอรูปภาพที่สวยงาม และมีการใช้ #ในสวนศรี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแอพลิเคชัน TikTok เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านวีดีโอคลิปของนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรม

2.2 สถานที่ (Location) ปัจจุบันนักมท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ สามารถค้นหาสถานที่ต่างๆ ด้วยการใช้ Google Map ที่เป็นเสมือนแผนที่ที่ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งร้าน หรือสถานที่ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง ในส่วนของร้านในสวนศรีฯ นั้นจากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่าสามารถเดินทางไปยังร้านได้สะดวกตามแผนที่ที่ปรากฏใน Google Map แต่ทั้งนี้ถ้านักท่องเที่ยวไปเป็นครั้งแรกอาจจะหลงทางได้ เพราะทางร้านไม่มีป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน

2.3 อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile) อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในที่นี้รวมไปถึงสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เทคโนโลยีอื่นๆ ในชีวิตประจำวันที่รองรับระบบอินเทอร์เน็ต สามารถสืบค้นข้อมูล ติดต่อสื่อสารกันได้ ซึ่งร้านในสวนศรีฯ ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันนี้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ และอินทอร์เน็ตเปรียบเสมือนอวัยวะที่ 33 ของมนุษย์ ซึ่งร้านในสวนศรีสามารถนำสิ่งเหล่านี้มาปรับใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน เช่น การประชาสัมพันธ์ร้านเพจเฟสบุค การนำเสนอรูปภาพที่สวยงามผ่านเพจอินสตราแกรม โดยมีการโพสต์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 2 รูปแบบ คือ Facebook Instagram หรือ TikTok นั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้แอพลิเคชันเหล่านี้อย่างแพร่หลายและได้รับความนิยมกับคนทุกเพศทุกวัย

สรุปผลและอภิปรายผล

1. บริบทพื้นที่ตามสโลแกน “ในสวนศรี ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ อนุรักษ์ผักพื้นถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน” และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญมี 3 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลาดการท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว ดังนั้นศูนย์การเรียนรู้เกษตรสร้างสรรค์หรือร้านในสวนศรีจึงมีการนำเสนอกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ การตลาดมีการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และการบริการการท่องเที่ยวมี 2 รูปแบบ ตามวันเวลาที่แจ้งไว้ในเพจเฟสบุค สอดคล้องกับเบญจมาภรณ์ คงชนะ และ เรณุกา ขุนชำนาญ (2561) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา สวนสละอาทิตย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า สวนสละอาทิตย์มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ของสวนสละอาทิตย์ ผ่านทางหลายช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ของสวนสละอาทิตย์ เพจเฟสบุ๊ค โปรแกรมไลน์ โทรศัพท์ และอีเมล์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่ใช้งานมากที่สุด สำหรับช่องทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศส่วนใหญ่จะใช้งานผ่านสื่อเฟสบุ๊คมากที่สุด

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลักษณะการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ ที่ให้ความรู้จากการลงมือปฏิบัติร่วมกัน และการให้ข้อมูลผ่านการเล่าเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิงเป็นการสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินและบริการอาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมการเรียนรู้และการสร้างประสบการณ์ สอดคล้องกับฐาปนี หุ่นโตภาพ ภากร เอื้อโภศิณธ์ และสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2560) ที่ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่าง

สร้างสรรค์ กรณีศึกษา: ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่า การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมี 3 วัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อศึกษาทุนทางสังคมของชุมชนดอยแม่สลอง และเพื่อศึกษาสถานการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำชุมชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนขององค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว จำนวน 23 คน ผลการศึกษาพบว่า สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มี กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนดอยแม่สลองได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะสั้น และพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

3. การตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ผ่านเครื่องมือการวิเคราะห์ SoLoMo คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social) สถานที่ (Location) อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile) ที่เป็นส่วนสำคัญของมนุษย์หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาและใช้งานเครื่องมือสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับสุประภา สมนักพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่องแนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย พบว่า ด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการแหล่งทุนหรือหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน เกิดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) ซึ่งมาจากคำว่า Social Local หรือ Location และ Mobile ที่ใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวด้วย โดยรูปแบบใหม่ที่เน้นการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ซึ่งถือว่าเป็นการตลาดสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ที่เป็นการเปิดกว้างทางความคิด การมีส่วนร่วม และยังเป็นการยอมรับความแตกต่างของแต่ละบุคคลด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์สะท้อนจากองค์ประกอบได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และบริการการท่องเที่ยว จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ดำเนินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ควรพัฒนาและปรับปรุงการตลาดออนไลน์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ อาทิ นำเสนอกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยการอัพเดท Facebook การโฆษณาหรือจัดโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงเปิดเป็นช่องทางหนึ่งให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นต่อไป

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุน/ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพชุมชนหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ให้สามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาหรือสำรวจความต้องการตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งตามลักษณะทางประชากร อาทิ ช่วงวัยหรือสัญชาติของนักท่องเที่ยว/

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ให้สนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). ***รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.*** กรุงเทพ: กลุ่มนโยบายและแผน กองยุทธศาสตร์.

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2560). ***คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.*** สืบค้น 18 ตุลาคม 2565. จาก http://www.trdnrru.net/img/poster1/project01.pdf

ฐาปนี หุ่นโตภาพ, ภากร เอื้อโภศิณธ์ และสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2560). ทุนทางสังคมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย. ***รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2560***, กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาบริหารศาตร์, 52 – 77.

เทพกร ณ สงขลา. (2556). ***รูปแบบการจัดการทรัพยากรการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนในอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช.*** มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. จังหวัดสงขลา.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). ***ชุดโครงการ "วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552***". กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว.

ในสวนศรีพัทลุงบ้านฉัน. (2565). ***ข้อมูลในสวนศรี พัทลุงบ้านฉัน.*** สืบค้น 18 ตุลาคม 2565. จาก https://www.facebook.com/NaiSuanSri2560

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ. (2557). ***การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.*** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เบญจมาภรณ์ คงชนะ และเรณุกา ขุนชำนาญ. (2561). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา สวนสละอาทิตย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ***วารสารวิทยาการจัดการ,*** 5(1), 145-166.

พิฑูรย์ ทองฉิม และนิตติยา ทองเสนอ. (2561). การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเหมืองตะกั่ว ตำบลหนองธง อำเภอป่าบอน จังหวัดพัทลุง. **การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9** วันที่ 20 กรกฎาคม 2561. อาคารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, หน้า 731-739.

สุประภา สมนักพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. ***Veridian E-Journal, Silpakorn University, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ,*** 10(3) กันยายน – ธันวาคม, 2055 – 2068.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). ***Marketing 4.0.*** United States: John Wiley & Sons Inc.

Kriechbaumer, F. (2019). SOLOMO – Are Hospitality SMEs Able to Move Beyond Traditional Websites in Their Digital Marketing Roadmap for Expo 2020. ***Worldwide Hospitality and Tourism Themes,*** 11(3), 298 – 313.

Kuhnhardt, F.V. (2012). ***Aus SoLoMo-Fans Werden Kunden.*** Vortrag Auf dem Mobile Gipfel 2012 Management. [n.p.].

Liu, J. (2015). ***The Study of Marketing Tactics for SoLoMo-Mode-Based Handset Banks: Engineering Technology, Engineering Education and Engineering Management.*** Netherlands: CRC Press.

MRBADBOY, (2021). ***ในสวนศรี ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ อนุรักษ์ผักพื้นถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน.*** สืบค้น 18 ตุลาคม 2565. จาก http://www.mrbadboygo.com/blog/2021/04/24

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กรณีศึกษา ธุรกิจนวดและสปา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The Promotion Of Wellness Tourism for Malaysian Tourists A Case Studies Of Massage and Spa Business

ธันยพร หอพัฒนาวุฒิวงศ์[1] นัชวรรณ สุดใจ[2] ปฐมพร ไมอิสสระ*[3] และห้าวหาญ ทวีเส้ง[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะการให้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการเลือกใช้บริการธุรกิจนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลรองจำนวน 10 คน จนได้ข้อมูลที่อิ่มตัวจากข้อมูลที่ค้นพบ ไม่เกิน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาอธิบายความ

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการให้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ เป็นร้านที่ให้บริการนวดเพื่อสุขภาพเป็นหลัก และร้านนวดที่มีธุรกิจสปาควบคู่ไปด้วย มีผู้ประกอบการจำนวน 5 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางเข้ามาใช้บริการธุรกิจนวดและสปา นิยมเดินทางมาในรูปแบบทัวร์และแบบครอบครัว อยู่ในกลุ่มอายุวัยกลางคน ช่วงอายุตั้งแต่ 30-50 ปี ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เพื่อต้องการนวดผ่อนคลายจากการเดินทางท่องเที่ยวหรือเหนื่อยล้าจากการนั่งรถมาท่องเที่ยว นิยมใช้บริการนวดเท้าเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากช่วยกระตุ้นระบบของร่างกายให้ผ่อนคลายและช่วยให้การนอนหลับได้ง่ายขึ้น โดยมีแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ให้ความรู้เรื่องของการนวดและประโยชน์ที่รับ จัดโปรโมชั่นนวดพร้อมแพ็คเกจทัวร์ ปรับปรุงภูมิทัศน์ของร้านให้มีความน่าดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น

คำสำคัญ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจร้านนวดและสปา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

[1-3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

[4] อาจารย์ ดร, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

* Corresponding author E-mail : 6311110084@psu.ac.th

Abstract

The purpose of this study aims to study 1) The aspect of massage and spa business services in the areas of Hatyai Songkla. 2) The behavior of Malaysian tourists on choosing the massage and spa business services in Hatyai Songkla. 3) Ways to promote health tourism to support Malaysian tourists on choosing massage and spa business services in Hatyai Songkla that this study is a qualitative education by collecting information from subjects including massage and spa business operators and Malaysian tourists until our information is sufficient. From the information no more than 30 people, the research instrument is the interviewing questionnaires and descriptive analysis.

The result of this study found out that the aspect of massage and spa services in Hatyai are mainly massage parlors for health and massage parlors with spa business that there are few about 5 parlors to provide services for Malaysian tourists. Most of the tourists travel by group tours and families and people age from 30 to 50 years. There are both female and male to use the services for relaxing from traveling or being tired from sitting in the car for a long time. Most of them always use the foot massage service that it helps stimulates the body system to relax and sleep better. With the guidelines to promote the health tourism are giving the knowledge about massage, usefulness for massage, providing promotion with tour package, and improving the landscape of the parlor to be more interesting and attractive.

Keywords : The Promotion Of Wellness Tourism, Massage And Spa Business, Malaysian tourists, behavior

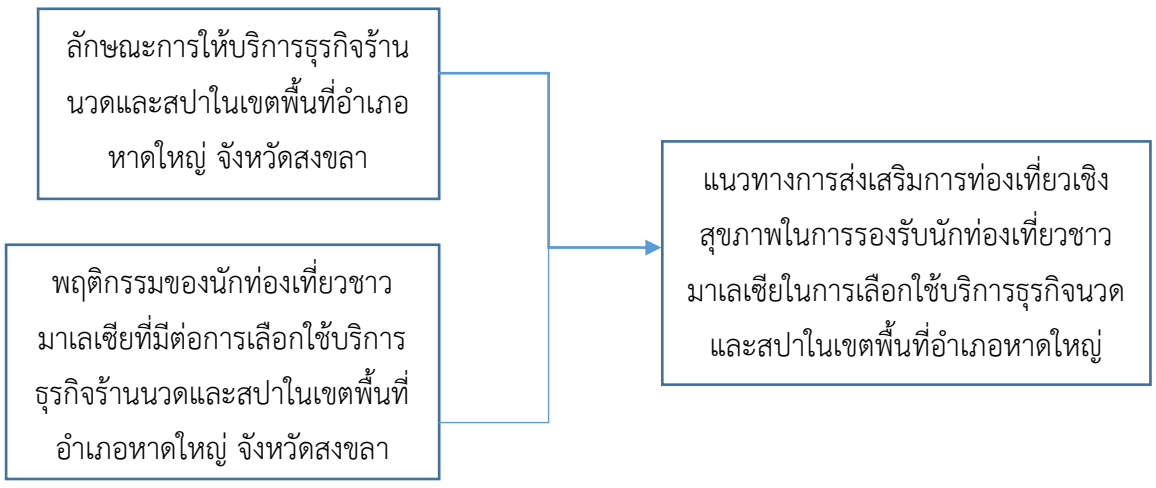
บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก เพราะ เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด และมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจขององค์กรการท่องเที่ยวสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO, 2018) ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวในแถบทวีปอเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ หรือทวีปยุโรป เป็นต้น กล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่คอยช่วยสร้างเม็ดเงินมหาศาลให้กับประเทศอีกทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและช่วยกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้สู่สังคมอีกด้วย แต่ในปี พ.ศ.2563 เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมมาโดยตลอด ประสบปัญหาสภาวะเศรษฐกิจซบเซา ตลอดจนสภาวะเศรษฐกิจโลกก็ยังเกิดการชะลอตัว ทำให้การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลงรวมไปถึงอุตสาหกรรมอื่นๆ ก็ได้รับผลกระทบล้มตามกันเป็นโดมิโน่ (Domino Effect: Vladimir Lenin, 1950) ซึ่งนั่นถือเป็นโอกาสสำคัญที่ช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นที่น่าจับตามองมากยิ่งขึ้น

สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ผู้คนในสังคมหันมาใส่ใจเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพมากขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากผู้คนเริ่มปรับตัวให้เท่าทันกับสถานการณ์ในปัจจุบันและหันไปท่องเที่ยวแบบวิถี New Normal ที่มีความเรียบง่าย ผ่อนคลายและปลอดภัยมากขึ้น (รายงานสภาวะเศรษฐกิจและผลกระทบการท่องเที่ยวไทย, 2563) รวมไปถึงการหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแออัด แต่จะเน้นไปให้ความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นมากขึ้น สำหรับเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ถือเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ในทางตอนใต้ของประเทศไทย ที่รองลงมาจากจังหวัดแถบชายฝั่งอันดามัน อย่างจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลากหลายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศพื้นบ้าน อาทิ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด การลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นเมือง การช็อปปิ้งเลือกซื้อของที่ระลึกต่าง ๆ รวมไปถึงการเข้าใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพเพื่อผ่อนคลาย หรือช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่จะนิยมเดินเท้าเพื่อท่องเที่ยวในย่านดาวน์ทาวน์ หาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ก็ถือเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา คือ ธุรกิจร้านนวดและสปา จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปา สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการวิเคราะห์และออกแบบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย จึงส่งผลให้มีการเดินทางเข้ามาใช้บริการมากขึ้นและเกิดการปรับเปลี่ยนมุมมองของธุรกิจร้านนวดและสปา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องของการนวด ผู้ประกอบการทั้งหลายสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในพื้นที่นั้น ๆ เช่นกัน รวมไปถึงช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 และตอบสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการซ้ำ

กรอบแนวคิด



วัตถุประสงค์ในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กรณีศึกษาธุรกิจนวดและสปา มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการให้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการเลือกใช้บริการธุรกิจนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กรณีศึกษาธุรกิจนวดและสปา” ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปา ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปา รวมทั้งหมด 10 คน และผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย รวมทั้งหมด 10 คน โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มเป้าหมายจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลจนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว และขนาดกลุ่มเป้าหมายไม่เกิน 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากงานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นคำถามปลายเปิดที่มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อประเด็นคำถาม ก่อนนำไปสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมายจนได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยการเริ่มต้นศึกษา เอกสาร ตำราและสำรวจข้อมูลพื้นฐานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาธุรกิจนวดและสปา และดำเนินการการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) คือ ผู้วิจัยจะวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน ถึงประเด็นที่จะต้องซักถาม โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคณะผู้จัดทำวิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง มาวิเคราะห์หาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลที่ได้มาอธิบายความเชิงพรรณนาความ

ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนวดและสปาเกี่ยวกับข้อมูลและลักษณะการให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจนวดและสปา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนวดและสปาส่วนใหญ่เปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี บางส่วนสืบทอดกิจการของครอบครัว บางส่วนมีความสนใจในเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและการดูแลรักษาสุขภาพและสนใจในงานด้านบริการ บางส่วนก็ประกอบอาชีพอื่นมาก่อน แต่ประสบปัญหาจนต้องปิดตัวลง จึงทำให้ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจร้านนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจนี้กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีพรมแดนที่ติดกับประเทศไทย จึงสามารถเดินทางผ่านด่านเข้ามาท่องเที่ยวได้โดยสะดวก

1. ลักษณะการให้บริการร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะคล้ายคลึงกันทุกร้าน ซึ่งมีทั้งการให้บริการนวดเท้า (Foots Massage) นวดน้ำมัน (Oil Massage) นวดแผนไทย (Thai Massage) และทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความผ่อนคลายทั้งสิ้น นอกจากนี้บางร้านยังมีธุรกิจอื่นๆ เปิดให้บริการควบคู่ไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจให้บริการด้านความงามที่ให้บริการเกี่ยวกับ การบำรุงรักษาความงามทั้งผิวหน้าและผิวกาย โดยการใช้เครื่องสำอาง ครีมบำรุง หรือสมุนไพรต่าง ๆ ในการนวด พอก ขัดผิวพรรณ การให้บริการเสริมสวย แต่งหน้าและทำผมร่วมด้วยเช่นกัน สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการประกอบธุรกิจนวดและสปา จะเป็นค่าใช้จ่ายคงที่และเป็นเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าเช่าพื้นที่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าของใช้เบ็ดเตล็ดต่างๆ เช่น เตียง ผ้าขนหนู น้ำมันนวด เป็นต้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการธุรกิจนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ และนักท่องเที่ยวชาวไทยบ้างเล็กน้อย ซึ่งภาษาที่ใช้สำหรับการสื่อสารถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการสนทนาระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและหมอนวด ซึ่งจะสื่อสารกันโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก รองลงมา คือ ภาษาจีน และภาษามลายู กิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือ การช็อปปิ้ง การลิ้มลองอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งนั่นก็คือ การใช้บริการนวดและสปา จากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางกันมาเป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน นิยมเดินทางเข้ามาโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและเน้นการเดินเท้าเป็นหลักในการท่องเที่ยวภายในเขตอำเภอหาดใหญ่ อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวอีกบางส่วน ก็เดินทางกันมาเป็นหมู่คณะ โดยใช้บริการทัวร์จากบริษัททัวร์ นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการธุรกิจร้านนวดและสปามีทั้งเพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุวัยกลางคน (ตั้งแต่อายุ 30-50 ปี) เด็กและผู้สูงอายุเป็นส่วนน้อย เดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อเดือน มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การนวดเพื่อความผ่อนคลาย ส่วนใหญ่ร้านนวดและสปาจะเปิดให้บริการตลอดทั้งวัน ตั้งแต่ 08.00 นาฬิกา จนถึง 24.00 นาฬิกา โดยช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเยอะมากที่สุดของวันคือ ช่วง 22.00 นาฬิกา นักท่องเที่ยว 1 คน จะใช้เวลานวดประมาณ 1 ชั่วโมง

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลรอง นักท่องเที่ยวจะนิยมใช้บริการการนวดเท้า (Foots Massage) เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากต้องการบรรเทาอาการปวดเมื่อยบริเวณเท้าและฝ่าเท้าจากการเดินเป็นเวลานาน รองลงมาจะเป็นการนวดน้ำมัน (Oil Massage) และนวดแผนไทย (Thai Massage) เพื่อสร้างความผ่อนคลายตามจุดต่าง ๆ ของร่างกาย เนื่องจากการนวดรูปแบบนี้จะให้บริการโดยการใช้น้ำมันหอมระเหยต่างๆ

ทาทั่วบริเวณลำตัว ทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ถึงกลิ่นหอมตลบอบอวลของน้ำมันที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในเหตุผลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในแต่ละร้าน นอกจากนี้ยังมีอีกหลายปัจจัยที่สำคัญ อาทิ การให้บริการนวดในประเทศไทยมีราคาที่ถูกกว่าในประเทศมาเลเซียหลายเท่าตัว ก็เป็นหนึ่งสาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกมาใช้บริการที่ประเทศไทย กลิ่นและประเภทของน้ำมันหอมระเหยที่มีให้เลือกหลากหลาย ภูมิทัศน์ภายในร้าน บรรยากาศต่างๆ กิริยาท่าทางของผู้ให้บริการ รวมถึงราคาและความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจในการใช้บริการนวดเป็นอย่างสูง พึงพอใจในเรื่องของราคาที่ สมเหตุสมผล รวมทั้งฝีมือของหมอนวด เป็นผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกภายใน 1 เดือน

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และหาแนวทางร่วมกันได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 คือ แนวทางการให้มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพแก่ร้านธุรกิจนวดและสปา ธุรกิจนวดและสปา ถือว่าเป็นศาสตร์เฉพาะที่ได้รับความนิยมและการยอมรับจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงมีผู้ให้ความสนใจลงทุนกับกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพทั้งร้านสปาหรือนวดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อการันตีความปลอดภัยก่อนรับบริการ จึงต้องมีการสังเกตหลักฐานมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพทุกครั้งซึ่งจะสามารถทราบได้ว่าเป็นร้านถูกต้องตามมาตรฐานหรือร้านที่ไม่มีมาตรฐาน โดยสังเกตจากหลักฐานสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) มีการแสดงใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ออกโดยกรม สบส.หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 2) มีการแสดงตราสัญลักษณ์มาตรฐาน สบส.หรือที่เรียกว่า กรม สนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นรูปมือสีทองและดอกกล้วยไม้สีม่วง และ 3) หากเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ประเภทสปา จะต้องมีการแสดงใบอนุญาตของผู้ดำเนินการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพอีกด้วย หากตรวจแล้วไม่มีการแสดงหลักฐาน หรือแสดงไม่ครบ ก็ไม่ควรเข้ารับบริการเพราะอาจจะเกิดอันตรายจากบริการที่ขาดมาตรฐานได้

แนวทางที่ 2 คือ แนวทางการพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจนวดและสปา ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุวัยกลางคน (ตั้งแต่อายุ 30-50 ปี) มีประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี มีภูมิลำเนาจากภาคใต้ จังหวัด กระบี่ สงขลา และนครศรีธรรมราช โดยแนวทางการพัฒนาบุคลากร พนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนวดสปา ต้องได้รับการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับการนวดและสปา เพื่อจะได้ให้ความรู้ ข้อมูล สามารถตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และที่สำคัญพนักงานนวด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุวัยกลางคน (ตั้งแต่อายุ 30-50 ปี) มีประสบการณ์ทำงาน 2-5 ปี มีภูมิลำเนามาจากภาคใต้และอีสาน ซึ่งหมอนวดจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ คัดเลือกจากผู้ที่มีการนวดได้ตามมาตรฐานตามหลักการนวดได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะมีใบรับรองสำเร็จการฝึกอบรมหลักสูตรการนวด อีกทั้งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

แนวทางที่ 3 คือ แนวทางการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์และโฆษณา เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รู้จักและเข้ามาใช้บริการมากขึ้นอีก เช่น จัดทำป้ายร้านให้โดดเด่นและน่าดึงดูด บอกรายละเอียดรูปแบบการนวด ประโยชน์ของการนวดว่าช่วยผ่อนคลายร่างกายอย่างไร 2) จัดทำเพจผ่านสื่อ

ออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter Tiktok และอื่นๆ 3) กิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อให้เกิดความดึงดูดแก่นักท่องเที่ยว คือ จัดโปรชั่นต่างๆ เช่น การจัดโปรโมชั่นการนวดและสปาร่วมกับแพ็คเกจทัวร์ โดยถ้าหากจองผ่านบริษัททัวร์จะได้รับคูปองการนวดเพื่อสุขภาพจำนวน 1 ชั่วโมง เพื่อลูกค้าจะได้เกิดแรงรูงใจในการอยากเข้ามาใช้บริการและเกิดความประทับใจเมื่อได้รับบริการ ส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีก จัดทำบัตรสมาชิกให้กับลูกค้า เช่น หากใช้บริการการนวดสปาครบจำนวน 10 ครั้ง จะได้รับสิทธิ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย 1 ครั้ง สำหรับการนวดสปาทุกรูปแบบ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้ากับทางร้าน จัดทำแพ็คเกจนวดเพื่อสุขภาพ สปาหน้าและนวดเท้า ในราคาพิเศษ โดยจะให้ส่วดลด 10 % จากราคาปกติ ซึ่งเหมาะกับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการหลายอย่าง ซึ่งการจัดทำแพ็จเกจลักษณะนี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าการให้บริการคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายและอยากที่จะเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลจากข้อมูลที่ศึกษา พบว่า ลักษณะการให้บริการธุรกิจร้านนวดและสปาในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการนวดเพื่อสุขภาพ มีการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การนวดเท้า การนวดน้ำมันและการนวดแผนไทย รวมไปถึงการทำธุรกิจเสริมความงามครบวงจรร่วมด้วย ธุรกิจนวดและสปามีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีชื่อเสียงในจังหวัดสงขลาและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะเลือกใช้บริการนวดเท้าเป็นส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีทั้งเพศหญิงและเพศชาย เดินทางมาใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน เหตุผลหลักที่เลือกใช้บริการธุรกิจนวดและสปา เพราะ ความเหนื่อยล้าจากการเดินทางท่องเที่ยวมาตลอดทั้งวัน ต้องการแสวงหาความผ่อนคลายจากชีวิตประจำวัน โดยมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ แนวทางการให้มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพแก่ร้านธุรกิจนวดสปา แนวทางการพัฒนาบุคลากร แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการเลือกใช้บริการธุรกิจนวดและสปา รวมถึงแนวทางการส่งเสริมการตลาดที่นำไปปรับใช้กับการส่งเสริมการขายหรือจัดจำหน่ายน้ำมันนวดแผนไทยต่างๆ ควบคู่ไปด้วย

อภิปรายผลการสัมภาษณ์

จากข้อมูลที่ค้นพบ คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายประเด็นต่างๆ โดยแบ่งได้ 3 ประเด็นหลัก ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปาส่วนใหญ่เริ่มต้นกิจการ จากการมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพ และมีความสนใจในเรื่องของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจนวดและสปา ธุรกิจเสริมความงามที่เกี่ยวกับการนวด ขัด พอก บำรุงผิวพรรณโดยการใช้สมุนไพร บางส่วนก็สืบทอดกิจการของครอบครัว ที่เปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี บางส่วนก็ประกอบอาชีพอื่นมาก่อน แต่ประสบปัญหาจนต้องปิดตัวลง จึงทำให้ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจร้านนวดและสปาในอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจนวดและสปากำลังขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์, (2555) ที่ศึกษาเรื่อง สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี และขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ ผลการศึกษาพบว่า คุณสมบัติผู้ประกอบการ

ธุรกิจร้านนวดและสปา จะต้องมีความสนใจในเรื่องสุขภาพหรือการดูแลรักษาสุขภาพ และผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการควรความพร้อมและมีใจรักในการบริการ มีความเป็นกันเองและมีอัธยาศัยดี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจากธุรกิจนวดและสปาเป็นกิจการประเภทการให้บริการ การสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดและสปา และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการด้วย โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับประเภทและกลิ่นของน้ำมันนวด น้ำมันอโรมาและสมุนไพรต่างๆ เพื่อการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการเข้าใช้บริการธุรกิจนวดและสปา เพื่อผ่อนคลายอาการปวดเมื่อยบริเวณฝ่าเท้า จากการเดินทางท่องเที่ยวมาเป็นเวลาตลอดทั้งวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ทศพล คนคิด, (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดแผนไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้คนส่วนใหญ่มานวดเพื่อผ่อนคลายอาการปวดเมื่อย ส่วนด้านเวลาที่เข้าใช้บริการ ผลการวิจัยของผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวมักจะเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 22:00 นาฬิกา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพล คนคิด, (2556) ที่กล่าวว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการจะอยู่ที่เวลา 13:00-17:00 นาฬิกา ส่วนช่วงอายุของผู้เข้าใช้บริการจะอยู่ในช่วงวัยกลางคนเป็นหลัก (อายุตั้งแต่ 30-50 ปี) วัยเด็กและวัยผู้สูงอายุเป็นส่วนน้อย มีทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน หรือใช้บริการทุกวันที่ยังพำนักอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของศุภรางศ์ จันทนวัลยและรัชฎา ฟองธนกิจ, (2562) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 31-40 ปี และความถี่ในการเข้าใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้บริการธุรกิจนวดและสปา 1-2 ครั้งต่อเดือน และส่วนของค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการใช้บริการคือ 200-700 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ภักดี กลั่นภักดี, (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ใช้บริการสถานประกอบกิจสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล 1-3 ครั้งต่อเดือน เลือกใช้บริการนวดผ่อนคลายมากที่สุดและค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ คือ 501-1,500 บาท

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และหาแนวทางร่วมกันได้ดังนี้ 1) แนวทางการให้มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพแก่ร้านธุรกิจนวดและสปา 2) แนวทางการพัฒนาบุคลากร 3) แนวทางกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกอร แซ่ลิ้ม และวิชชุตา มาชู, (2558) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบทางสังคมจากมุมมองของผู้ใช้บริการ กล่าวว่า ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงมาตรฐานสปาด้านมาตรฐานการบริการ ด้านคุณภาพในการบริการ ด้านตราสินค้า และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้มาตรฐาน

สถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลด้านบุคลากรมากที่สุด เพราะ บุคลากรเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สื่อสารโต้ตอบด้วยเป็นอันดับแรก หลังจากได้รับการต้อนรับจากพนักงานแล้วก็จะรับรู้ถึงสถานที่หรือสิ่งต่างๆ ภายในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลเมื่อได้เข้ามาในร้าน จากนั้นเมื่อเลือกใช้บริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพก็จะรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับ และต่อเนื่องมาถึงการรับรู้ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ในขณะที่รับบริการอยู่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย กรณีศึกษา ธุรกิจนวดและสปาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปาควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจร้านนวดและสปา อีกทั้งการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจ วางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการอบรมเกี่ยวกับธุรกิจนวดและสปาให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อให้รูปแบบการให้บริการมีมาตรฐานและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปา ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในด้านของอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สอบถามความพึงพอใจในอนาคต เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่หลากหลาย

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดและสปา มาตรฐานการให้บริการของร้านนวดและสปาแต่ละร้าน ประโยชน์จากการนวดเพื่อสุขภาพ แรงจูงใจของหมอนวด การอบรมพัฒนาบุคลากรภายในร้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ปรับปรุง แก้ไขให้ดีขึ้นและสามารถนำไปพัฒนาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กนกอร แซ่ลิ้ม และวิชชุตา มาชู. (2558). *การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบทางสังคมจากมุมมองของผู้ใช้บริการ.* สืบค้น 1 ตุลาคม 2565, จาก http://libdoc.dpu.ac.th/

ทศพล คนคิด. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดแผนไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น.* สืบค้น 15 ตุลาคม 2565, จาก http://mslib.kku.ac.th/elib/

บทความทฤษฎีผลกระทบแบบโดมิโนของสำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (Domino Effect or Chain Reaction: Vladimir Lenin, 1950) สืบค้น 13 ตุลาคม 2565, จาก http://legacy.orst.go.th/

ผกาพันธ์ อรพินท์เงิน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.* สืบค้น 12 ตุลาคม 2565, จาก http://www.repository.rmutt.ac.th/

ภักดี กลั่นภักดี. (2560). *ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล.* สืบค้น 12 ตุลาคม 2565, จาก http://research.msu.ac.th/

ภัทรพล จึงสมเจตไพศาล. (2561). *3 ข้อสังเกต "สปา-ร้านนวด" มาตรฐาน ต้องมีโลโก้นี้.* สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2565, จาก https://mgronline.com/qol/detail/

รัตวัน เชาวน์ดี. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตำบลป่าตาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.* สืบค้น 15 ตุลาคม 2565, จาก http://www.mpa-mba.ru.ac.th/

รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก. (United Nations World Tourism Organization: UNWTO, 2018) สืบค้น 13 ตุลาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/Tourism

รายงานสภาวะเศรษฐกิจและผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. สืบค้น 13 ตุลาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/

รายงานสภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: SMEs. สืบค้น 15 ตุลาคม 2565, จาก https://www.sme.go.th/

ศุภรางศุ์ จันทนวัลย และรัชฎา ฟองธนกิจ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร.* สืบค้น 12 ตุลาคม 2565, จาก วารสารสมาคมนักวิจัย

สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์. (2555). *สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี กับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ.* สืบค้น 15 ตุลาคม 2565, จาก http://www.ssruir.ssru.ac.th/

อรรถพล ทองอุ่น. (2563). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ SMEs สาขาสปาและบริการสุขภาพ.* สืบค้น 15 ตุลาคม 2565, จาก https://www.sme.go.th/

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Guideline for Mutelu Attractions development in Hat Yai District, Songkhla Province

ธีรัชฌา จันทร์ช่วยนา[1] ปริยาภัทร มูลติไชย[*2]
ลลิตชา แซ่หลี[3] และห้าวหาญ ทวีเส้ง[4]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 2)ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A's ของแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวมูเตลู และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ค้นพบ

ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ ท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง ท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ วัดฉื่อฉาง และพระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณเจดีย์ ตามลำดับ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A's ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนมีผลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวมูเตลู โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด สำหรับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู คือ แนวทางการประชาสัมพันธ์ทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์ การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ที่จอดรถ ห้องน้ำ ถังขยะที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู

คำสำคัญ : แหล่งท่องเที่ยวมูเตลู การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหาดใหญ่

[1-3] นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
[4] อาจารย์ ดร., คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
* Corresponding author E-mail : 6311110086@psu.ac.th

Abstract

The objectives of this research aims to study 1)The attractions of Mutelu. in Hat Yai District, Songkhla Province 2) 4A's tourism components of Mutelu attractions. in Hat Yai District, Songkhla Province 3)Propose guidelines for the development of Mutelu tourist attractions. in Hat Yai District, Songkhla Province, which is a qualitative research by collecting data from key informants, namely officers in charge of Mutelu tourist attractions. Thai tourists traveling to Mutelu and relevant government officials until the information is saturated research tools Semi-structured interview (Semi-structure interview) study from academic documents and related research by analyzing from the information discovered.

The results of the study found Mutelu tourist attraction in Hat Yai Songkhla Province that is Tong Xiang Tung Thao Maha Phrom, Chao Pho Suea Shrine, Chi Chang Temple, and Phra Borommathat Thaksin Chedi Si Sophon Chedi, respectively, which are famous tourist attractions. and is popular among tourists The 4A's travel component includes the attraction aspect. The ability to access tourist attractions Activities of tourist attractions and facilities These elements all influence the incentives for Mutelu tourism. The tourists focus on the attraction the most. The guidelines for the development of Mutelu tourist attractions are guidelines for public relations both online and offline. Providing facilities such as parking, restrooms, and hygienic and adequate waste bins Build cooperation with government agencies in the development of Mutelu tourist attractions.

Keywords: Mutelu tourist attraction, Tourism development, Hat Yai District

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญหลักที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ประชากรในชุมชนท้องถิ่น ทั้งในเรื่องของการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน รวมทั้งช่วยในการสนับสนุนให้เกิดการฟื้นฟู และเป็นการช่วยอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสร้างแรงดึงดูดและความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยมีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ หนึ่งในรูปแบบที่ได้รับความนิยมคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับด้านความเชื่อ ความศรัทธา ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อกราบไหว้บูชา ขอโชคลาภหรือความเป็นสิริมงคล การบนบานศาลกล่าวในการระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงนำไปสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบของ “การท่องเที่ยวมูเตลู”

ความเชื่อเรื่องมูเตลูเข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและมีความเชื่อใหม่เข้ามาหลากหลาย ความเชื่อเรื่องมูเตลูจึงเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนได้อย่างกลมกลืนและไม่รู้สึกถูกยัดเยียดแต่อย่างใด อีกทั้งคนในยุคปัจจุบันมีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ยิ่งเทคโนโลยีพัฒนามากขึ้นก็ยิ่งมีสิ่งที่น่าสนใจและสื่อที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนได้ติดตามข่าวสารเรื่องการมูเตลูมากขึ้น เมื่อมีคนไปขอพรหรือศรัทธาไปกราบไหว้ ณ สถานที่ท่อเที่ยวเชื่อว่าศักดิ์สิทธิ์ หรือขอพรแล้วสมหวังดังปรารถนาผู้คน

ก็ต่างแห่กันไป ณ สถานที่ดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ความเชื่อเรื่องมูเตลูจึงเป็นเรื่องที่สามารถเข้าถึงคนได้ทุกเพศทุกวัย (อธิป จันทร์สุริย์, 2564)

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อและความศรัทธาที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตไม่ว่าจะเป็นความเชื่อในเรื่องของการสักการะบูชา การกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเดินทางไปขอพร ณ สถานที่ต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลให้แก่ชีวิต และเชื่อว่าจะนำพาความโชคดีให้แก่ตนเอง โดยปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้มนุษย์หาสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อตอบสนองความเชื่อของตน จึงเกิดเป็นความเชื่อเรื่องมูเตลู ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันได้อย่างกลมกลืน อีกทั้งคนในยุคปัจจุบันมีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ยิ่งเทคโนโลยีพัฒนามากขึ้นและสื่อที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนได้ติดตามข่าวสารเรื่องมูเตลู ทำให้เมื่อมีคนไปขอพรหรือเดินทางไปกราบไหว้ ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อว่าศักดิ์สิทธิ์ หรือขอพรแล้วสมหวังดังปรารถนา ผู้คนก็ต่างให้ความสนใจและเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวมูเตลู

หาดใหญ่เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสงขลา เป็นเมืองพหุวัฒนธรรมซึ่งเห็นได้จากความหลากหลายทางศาสนา วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม และมีเอกลักษณ์ทางด้านอาหารที่มีต้นกำเนิดและวัฒนธรรมมาจากเชื้อสายจีนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้อำเภอหาดใหญ่มีความเจริญรุ่งเรืองและเติบโตอย่างรวดเร็ว มีความโดดเด่นในด้านสถาปัตยกรรมโดยเฉพาะวัดเก่าแก่ ที่เชื่อมโยงกับความเป็นอยู่และความเชื่อของคนในอำเภอหาดใหญ่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน (สุตาภัทร ชากรี, 2565) ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อมาสักการะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นจำนวนมากจึงควรสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูได้อย่างเหมาะสม

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว4A’s ของแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและเป็นการดึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมูเตลูในแต่ละแหล่งออกสู่สายตานักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อขอพรเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลให้แก่ชีวิตของตนผ่านกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาให้เกิดความยั่งยืนสืบไป

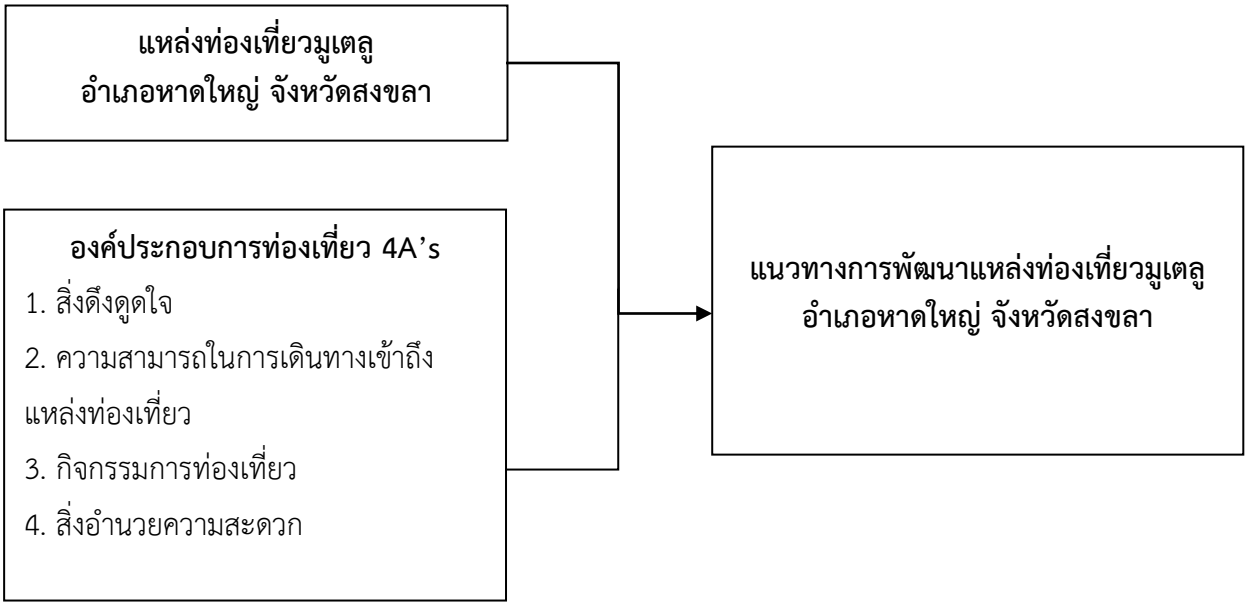
วัตถุประสงค์ในการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะมูเตลูในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A’s ของแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดวิจัย

การวิจัย แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู จำนวน 5 คน เพราะเป็นผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงความต้องการและปัญหาของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวมูเตลู จำนวน 10 คนเพราะเป็นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยตรงทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) และศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ประกอบด้วย

1) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาจากข้อมูลที่ได้ด้วยตนเองโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างด้วยความสมัครใจซึ่งก่อนการสัมภาษณ์มีการให้ข้อมูลและแจ้งรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำวิจัยก่อนทำการสัมภาษณ์จนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว ซึ่งจำนวนประชากรทั้งหมด 15 คน

2) การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์ อินเตอร์เน็ตหนังสือทางวิชาการ บทความวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการการวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบความเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยความสมัครใจ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ได้รับความนิยม พบว่า

1.1 ท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง (มูลนิธิมิตรภาพสามัคคี) ตั้งอยู่ถนนศุภสารรังสรรค์ ตำบลหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นเมืองที่เจริญทางการค้า และเศรษฐกิจ ได้มีการรวมตัวของชาวจีนแต้จิ๋วกลุ่มหนึ่ง ตั้งชมรมดนตรีจีนขึ้นมาชื่อว่า“เตี่ยเซียอิมเหง่าเสีย”นำโดย นายบุญฮ่วน แซ่โซว ซึ่งได้เริ่มหาเงินจากการรับจ้างเล่นดนตรี เพื่อเป็นทุนก่อสร้าง และซื้อที่ดิน ประจวบกับในช่วงเวลานั้น นายไคเกีย แซ่เอี้ยว ได้บริจาคที่ดินให้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการก่อตั้งมูลนิธิท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง ต่อมาปี พ.ศ. 2501 มูลนิธิท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง หาดใหญ่ได้จดทะเบียนเป็นมูลนิธิอย่างเป็นทางการโดยชื่อจดทะเบียนว่า “มูลนิธิมิตรภาพสามัคคี หาดใหญ่” โดยลักษณะแหล่งท่องเที่ยวของมูลนิธิท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง เป็นสถานที่ที่มีทั้งคนหาดใหญ่และนักท่องเที่ยวมาไหว้พระขอพรจากศาลเจ้า ซึ่งเชื่อว่าเป็นสิ่งศักสิทธิ์ นอกจากนี้ยังมีการเซียมซี เสี่ยงทายดวงชะตา ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและชาวจีน (ศรัณยา บุนนาค, ม.ป.ป.) ซึ่งกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ดูแลสถานท่องเที่ยวมูเตลู พบว่า มีการ ทำบุญบริจาคค่าโลงศพ-ค่ายา กราบไหว้ขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคลในด้านการงานและโชคลาภ ไหว้สักการะขอพรพระพิฆเนศเรื่องการเรียนและสติปัญญา ซึ่งภายในศาลเจ้ามีดอกไม้ ธูป เทียน

1.2 ท้าวมหาพรหม ตั้งอยู่ บนเขาคอหงส์ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ “ท้าวมหาพรหม” หรือพระผู้สร้างสรรพสิ่งต่างๆ บนโลกนี้ ตามความเชื่อของศาสนาฮินดู

เป็นสถานที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ชอบมากราบไหว้ขอพร ให้ประกอบกิจการงาน ประสบความสำเร็จดังใจหวัง โดยภายในบริเวณเดียวกัน ยังมีเทพสูงสุดของศาสนาฮินดูและช้างเอราวัณขนาดใหญ่ ซึ่งนอกจากภูมิสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นสวยงามแล้ว ยังเป็นอีกจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเดินทางบันทึกภาพความประทับใจของทิวทัศน์ เนื่องจากสามารถมองเห็นทั้งตัวเมืองหาดใหญ่ที่แน่นขนัดด้วยอาคารบ้านเรือน โดยลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว ท้าวมหาพรหมเป็นสถานที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมากราบไหว้บูชาเพื่อความเป็นสิริมงคล และยังเป็นจุดชมวิวทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นเมืองหาดใหญ่ที่สวยที่สุด ซึ่งกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ศรัณยา บุนนาค, ม.ป.ป.) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสถานท่องเที่ยวมูเตลู พบว่า มีกิจกรรมกราบไหว้ท้าวมหาพรหมเพื่อขอพรความเป็นสิริมงคลบนบานขอให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมีกระเช้าให้บริการนักเที่ยวขึ้นไปสักการะของพรแก่เจ้าแม่กวนอิมและศาลท้าวมหาพรม

1.3 ศาลเจ้าพ่อเสือที่ตั้ง ตั้งอยู่ถนนศุภสารรังสรรค์ ตำบล หาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เทพเจ้าตั่วเหล่าเอี๊ย มีผู้คนนิยมไปกราบไหว้ขอพรกันอย่างเนืองแน่น เพื่อให้มีโชคมีชัยตลอดทั้งปี ก็คือ "ตั่ว เหล่าเอี๊ย" ณ ศาลเจ้าพ่อเสือ ซึ่งชาวจีนถือเป็นเทพศักดิ์สิทธิ์ที่คอยปกป้องอภิบาล และปราบศัตรู ในสมัย

อดีตด้วยความเลื่อมใสศรัทธาของชาวบ้านจึงจัด สร้างศาลเจ้าและรูปปั้นท่านขึ้นบูชา โดยใช้สัญลักษณ์เท้าเหยียบเต่า เหยียบงู และธงสีดำ แสดงความหมายถึงการบรรลุธรรมสำเร็จเต๋า ที่ผู้คนกราบไหว้นับถือมาจนถึงทุกวันนี้ โดยลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่มีความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรมกรรมซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื้อสายจีนและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปกราบไหว้ เพื่อขอให้ตนสมหวังในเรื่องความรัก สุขภาพ ซึ่งกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ศรัณยา บุนนาค, ม.ป.ป.) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสถานท่องเที่ยวมูเตลูพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมากราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากศาลเจ้าพ่อเสือเพื่อความสิริมงคล และเดินทางไปในช่วงเทศกาลตรุษจีนเพื่อมาทำพิธีแก้ปีชงเริ่มต้นปีใหม่จีน

1.4 วัดฉื่อฉาง ตั้งอยู่ เลขที่ 55 ถนน ศุภสารรังสรรค์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา วัดฉือฉางเดิมเป็นศาลเจ้าลื่อโจ๊ว โดยนายกิมย้ง แซ่ชื้อ คหบดีชาวหาดใหญ่ ผู้มีศรัทธาบำเพ็ญกุศลสาธารณประโยชน์ได้อุทิศที่ดินสร้างเป็นศาลเจ้าเพื่อให้ประชาชนได้สักการะบูชา ต่อมาพระอาจารย์ว่วยจงชาวมณฑลหูหนานจาริกมาอำเภอหาดใหญ่ ได้พำนักจำพรรษาอยู่ที่ศาลเจ้านี้ และสั่งสอนเผยแผ่พระพุทธศาสนาฝ่ายมหายาน พร้อมกับได้ปฏิสังขรณ์ ก่อสร้างเสนาสนะและถาวรวัตถุให้เจริญเรื่อยมา และสถาปนาเป็นวัดในคณะสงฆ์จีนนิกายเมื่อพ.ศ. 2479 ชื่อ “วัดฉื่อฉาง” โดยลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวของวัดฉื่อฉางหรือศาลเจ้า หลื่อโจ้วเป็นศาลเจ้าที่มีเอกลักษณ์ศิลปะการออกแบบที่ได้รับอิทธิพลมาจากชาวมณฑลหูหนาน ผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีนและธิเบต มีแหล่งศรัทธาบำเพ็ญกุศลสาธารณประโยชน์ที่เปิดเพื่อให้ประชาชนได้เดินทางมากราบไหว้สักการะบูชาและขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคลในชีวิต ซึ่งกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสถานท่องเที่ยวมูเตลู มีการสักการะกราบไหว้ขอพรพระพุทธรูปปางห้ามญาติ องค์เทพกวนอูองค์เจ้าแม่กวนอิม และมีการเผยแผ่พระสัทธรรมคำสอนให้แก่นักท่องเที่ยวไปถึงประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย (พระอาจารย์จีนธรรมานุกร, 2560)

1.5 พระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณเจดีย์ ตั้งอยู่ ซอย 4 ถนนกาญจนวนิช เทศบาลเมืองคอหงส์ หน้าสวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่ ในอดีตพระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณเจดีย์หรือวัดคลองเปลเป็นที่พักสงฆ์ เรียกว่า ทุ่งน้ำผุด โดยมีเจ้าคุณพระโสภณพิทยาคุณได้ปักกรดถือธุดงค์ ปีพ.ศ.2520 อดีตผู้ใหญ่บ้านผล อุไรรัตน์ ดำเนินการจัดทำหลักฐานกับเจ้าหน้าที่เพื่อขอจัดตั้งเป็นวัดจนสมบูรณ์ และได้ทำโครงการบุญนิธิพัฒนาศาสนกิจสงเคราะห์สังคม ซึ่งอยู่ในความอุปถัมภ์ของเจ้าคณะอำเภอหาดใหญ่และสงขลา เมื่อปีพ.ศ.2525 โดยลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวพระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณเจดีย์หรือวัดคลองเปลเป็นศูนย์รวมความเคารพเลื่อมใสศรัทธาของชาวพุทธ เป็นศาสนสถานที่สำคัญอันเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเมืองพุทธด้วยเป็นที่ประดิษฐานของพระบรมสารีริกธาตุ บนพระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณพระเจดีย์ ๙ ยอด มีบรรยากาศภายในวัดเงียบสงบ ร่มรื่นด้วยต้นไม้ เหมาะแก่การพักผ่อนและนั่งวิปัสสนากรรมฐาน ซึ่งกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว (ศรัณยา บุนนาค, ม.ป.ป.) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสถานท่องเที่ยวมูเตลูพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาเพื่อมาทำกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เช่น ทำบุญ ตักบาตร ฟังพระธรรมเทศนา รักษาอุโบสถศีล ถวายผ้าอาบน้ำฝนจตุปัจจัยแก่พระภิกษุสามเณร มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาศึกษาสถาปัตยกรรมผสมผสานสมัยกรุงศรีอยุธยาถึงกรุงรัตนโกสินทร์และชมความงามของ

สถาปัตยกรรมไทยในถิ่นใต้ และมีการเปิดให้มีการสอนหลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่สำคัญ และสามารถเข้ามานั่งวิปัสสนากรรมฐานที่วัด

2. องค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A's ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวมูเตลู อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ พบว่า

2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีบรรยากาศรอบสถานที่ท่องเที่ยวสงบเหมาะแก่การเดินทางมากราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีสิ่งก่อสร้างทั้ง โบสถ์ วิหาร อาคารที่มีเอกลักษณ์และสวยงาม อีกทั้งมีความร่มรื่นของธรรมชาติเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เงียบสงบ เป็นที่พึ่งพาทางจิตใจของนักท่องเที่ยวและมีสถาปัตยกรรมที่สวยงามเป็นศูนย์รวมแห่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในภาคใต้ที่มีชื่อเสียง เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาขอพรแล้วสมหวังตามคำขอจึงทำให้มีการบอกเล่าต่อกันมา แต่ยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงในด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง เพราะ ช่องทางในการสื่อสารยังน้อยและในสถานที่บางจุดยังมีสภาพค่อนข้างเสื่อมโทรม

2.2 ด้านความสามารถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางยังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูมีความสะดวก เพราะนอกจากเส้นทางการเดินทางจะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวเมืองหาดใหญ่แล้ว ยังมีบริการรถโดยสารผ่านแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง อีกทั้งมีความสะดวกเนื่องจากมีป้ายทางหลวงบอกทางอย่างชัดเจน แต่ ในบางป้ายบอกทาง ขนาดสี และตัวอักษรจางจนสังเกตุไม่ชัดเจน ทำให้อาจเกิดการเข้าใจผิด บางสถานที่เส้นทางการคมนาคมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวยังคงยากแก่การเข้าถึง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวอยู่บนเขาที่มีลักษณะค่อนข้างชันและในช่วงเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวการให้บริการรถรางเพื่อนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวนรถโดยสารไม่เพียงพอและพบว่าเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานภาพรัฐ เอกชน ไม่ค่อยมีส่วนในการจัดการความปลอดภัยบนท้องถนนที่เพียงพอและสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา นอกจากนี้เส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวก็มีความสะดวก สภาพถนนมีมาตรฐานสามารถรองรับยานพาหนะของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ

2.3 ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมากราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอพรแล้วสมหวังจึงทำให้มีการบอกต่อกัน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาจำนวนมาก นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวบางแหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลว่าแหล่งมีกิจกรรมที่โดดเด่นอย่างเช่นการทำบุญสะเดาะเคราะห์ แก้ปีชง การเซียมซีเสี่ยงทายโชคชะตา และกิจกรรมประจำปีที่มีชื่อเสียง สถานที่มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับมูเตลูให้แก่นักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมอย่างสมัครใจ รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ยังมีได้รับความปลอดภัยขณะทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว แต่ในสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดแคลนการบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมมูเตลูได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น ไม่มีบริการธูป เทียน ดอกไม้ หรืออุปกรณ์อื่นที่ใช้ในการสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ท่องเที่ยวและบางแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายธูป เทียนและดอกไม้มีแม่ค้าบางกลุ่มที่คิดราคานักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างแพง ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เข้าร่วมกิจกรรมมูเตลู

ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น

2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวมูเตลูมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีบริการร้านค้าทั่วถึง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก มีบริการห้องน้ำให้นักท่องเที่ยวและลานจอดรถที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดการบริการร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกสุขอนามัยและมีราคาที่เหมาะสม มีการให้บริการห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวใช้บริการ แต่ห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวบางแหล่งค่อนข้างสกปรก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และอุปกรณ์ในห้องน้ำอย่างเช่น ขันน้ำ ทิชชูหรือชักโครก อยู่ในสภาพที่ไม่พร้อมใช้งานได้ และสถานที่ท่องเที่ยวบางแหล่งยังไม่มีการให้บริการห้องน้ำสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ และมีที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวแต่ในบางช่วงเวลาก็ไม่มีที่จอดรถ นักท่องเที่ยวต้องจอดรถไกลจากแหล่งท่องเที่ยวและใช้วิธีการเดินเท้ามายังแหล่งท่องเที่ยว

3. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.1 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งดึงดูดใจ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ จัดการบูรณะซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง เช่น นำหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการบูรณาการสิ่งก่อสร้างโดยการทาสี ทำความสะอาดสิ่งก่อสร้าง เพิ่มเอกลักษณ์จุดเด่นของสิ่งก่อสร้างให้สวยงาม ปีละ 1ครั้ง อีกทั้งมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยการเพิ่มป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโปรโมทผ่านทางเว็บไซต์ และสื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว

3.2 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความสามารถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความสามารถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ ควรมีการจัดระบบคมนาคมและติดตั้งเพิ่มป้ายบอกทางให้มากขึ้น ภาครัฐควรจัดระเบียบการจราจรโดยเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลจราจร กำหนดพื้นที่จอดรถของนักท่องเที่ยว และควรจัดให้มีรถนำเที่ยวพร้อมกำหนดตารางเวลาเดินรถนำเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ นอกจากนี้ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดการป้ายบอกทาง ให้มีจำนวนที่เพียงพอ ขนาดของป้าย สี และขนาดของอักษรควรมีทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ที่มองเห็นง่าย ชัดเจน พร้อมติดป้ายบอกระยะทางเป็นระยะๆ โดยเฉพาะทางเลี้ยว ทางแยก นอกจากนี้ภาครัฐ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องกำหนดระยะเวลาและงบประมาณในการซ้อมบำรุงป้ายบอกทางและป้ายแสดงข้อมูลต่างๆภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

3.3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว คือ ควรเพิ่มการจัดการขยะมูลฝอยให้มากขึ้น โดยการเพิ่มจำนวนถังขยะ ที่สามารถแยกประเภทขยะ อย่างเพียงพอและกำหนดมาตรการและอธิบายข้อปฏิบัติในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ

เพื่อลดปัญหาขยะมูลฝอย ควรจัดบริการดูแลนักท่องเที่ยว หรือบุคลากรที่คอยให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่ควรสื่อสารได้อย่างน้อยสองภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เพราะบางสถานที่มักมีชาวต่างชาติเข้าไปท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาวไทย ชาวมาเลเซียและชาวจีนเป็นต้น ในส่วนของบริการห้องน้ำ ควรจัดให้มีห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอภายในสถานที่ท่องเที่ยวและควรปรับปรุงซ่อมแซมในส่วนของอุปกรณ์ในห้องน้ำให้สามารถใช้งานได้ และประการสุดท้าย ควรจัดให้มีที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวให้เพียงพอแก่จำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสบายใจ

3.4 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว คือ ควรเพิ่มการจัดการขยะมูลฝอยให้มากขึ้น โดยการเพิ่มจำนวนถังขยะ ที่สามารถแยกประเภทขยะ อย่างเพียงพอและกำหนดมาตรการและอธิบายข้อปฏิบัติในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ เพื่อลดปัญหาขยะมูลฝอย ควรจัดบริการดูแลนักท่องเที่ยว หรือบุคลากรที่คอยให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่ควรสื่อสารได้อย่างน้อยสองภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เพราะบางสถานที่มักมีชาวต่างชาติเข้าไปท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาวไทย ชาวมาเลเซียและชาวจีนเป็นต้น ในส่วนของบริการห้องน้ำ ควรจัดให้มีห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอ เพิ่มการบริการห้องน้ำสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการภายในสถานที่ท่องเที่ยว และควรปรับปรุงซ่อมแซมในส่วนของอุปกรณ์ในห้องน้ำให้สามารถใช้งานได้ และประการสุดท้าย ควรจัดให้มีที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวให้เพียงพอแก่จำนวนนักท่องเที่ยว ควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสบายใจ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A's ของแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ ท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง ท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ วัดฉื่อฉาง และพระบรมธาตุทักษิณเจดีย์ศรีโสภณเจดีย์ ตามลำดับ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูทั้ง 5 แหล่งที่กล่าวมาข้างต้นมีความโดดเด่นด้านการขอพรแล้วสมหวังดังสมปรารถนาจึงมีการบอกต่อภายในกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความสวยงามและเอกลักษณ์ของสิ่งก่อสร้างภายในแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาได้รับความประทับใจ มีความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู เนื่องจากมีบริการรถโดยสารและมีลานจอดรถเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่นำรถ

ส่วนตัวมา อีกทั้งยังมีกิจกรรมมูเตลูที่มีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมจึงทำให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว 4A's ของแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดเพราะทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูไม่ว่าจะเป็นในด้านของชื่อเสียง ความสวยงามและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีการบอกเล่าต่อๆกัน ว่าขอพรแล้วสมปรารถนา ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ณัฐกมล ถุงสุวรรณ (2562) ที่กล่าวว่า การออกเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละคนเริ่มต้นได้จากหลายสาเหตุ เช่น เพื่อนชวน อยากไปพักผ่อนที่สงบร่มรื่น ล้วนเป็นแรงบันดาลใจหรือเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีการจัดรูปแบบกิจกรรมมีความหลากหลายเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เช่น การไหว้พระขอพร การทำบุญสะเดาะเคราะห์ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้รับความปลอดภัยขณะทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยวจากเจ้าหน้าที่ผู้แลสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายทางหลวงบอกทางอย่างชัดเจน สถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในตัวเมือง และเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวก็สะดวก สามารถใช้รถส่วนตัวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการบริการร้านค้าร้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกสุขอนามัยและมีราคาที่เหมาะสม มีการให้บริการห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวให้ใช้บริการห้องน้ำ ที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีที่จอดรถบริการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสบายใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศาสตรา ศรีวะรมย์ (2558) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพจะมีผลต่อความรู้สึกว่าปลอดภัยในการใช้งาน ที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกถึงความปลอดภัยมากที่สุด

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ควรมีการพัฒนาการโปรโมทและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก,ทวิตเตอร์, อินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทิกา หิรัญเทศ (2562) ที่กล่าวว่าสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ควรมีการจัดระเบียบการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวโดยเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลการจราจรและกำหนดพื้นที่จอดรถของนักท่องเที่ยวเพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัดและสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ควรเพิ่มการให้บริการธูปไร้ควันแก่นักท่องเที่ยวเพื่อลดปัญหาควันธูปที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เนื่องจากธูปไร้ควันปราศจากสารก่อมะเร็ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ดา บุญเถื่อน (2565) ที่กล่าวว่า ควันธูปไม่ว่าจะแบบมีควันหรือไร้ควันก็ไม่ปลอดภัย เพราะการเผาไหม้ล้วนทำให้เกิดสารก่อมะเร็งและเป็นอันตรายต่อผู้สูดดมทั้งสิ้น ควรมีการเพิ่มบริการห้องน้ำสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้พิการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไปรยา สุพรรณพยัคฆ์ (2561) ที่กล่าวว่าการปรับปรุงสถานที่ให้เอื้ออำนวยกับผู้สูงอายุและผู้พิการต้องสามารถเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก ควรเพิ่ม

เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่ปริมาณนักท่องเที่ยวมีความหนาแน่น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความน่าดึงดูดใจ ไม่ว่าจะเป็นความสวยงามและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีป้ายบอกทางทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการการเพิ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการมูเตลูมากขึ้น และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งประกอบไปด้วย มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม ห้องน้ำที่ถูกสุขอนามัย มีแผ่นป้ายสัญลักษณ์ต่างๆชัดเจนเหมาะสม อีกทั้งจัดให้มีที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวให้เพียงพอแก่จำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสบายใจ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวมูเตลูที่มีชื่อเสียงเกิดจากการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมามายังแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ดังนั้นต้องให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งควรจัดให้มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย ได้แก่ ป้ายโฆษณา ผ่านทางเว็บไซต์ โทรศัพท์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวมูเตลูเพื่อให้ได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมูเตลูที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กานต์ดา บุญเถื่อน. (2556). *ดอกธูปไร้พิษ*. สืบค้น 18 กันยายน 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/tech/543075

ณัฐกมล ถุงสุวรรณ. (2561). *การใช้สื่อดิจิทัลคอนเทนต์กับการส่งเสริมการประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว*. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. สืบค้น 14 สิงหาคม 2565

ไปรยา สุพรรณพยัคฆ์. (2561). *ความต้องการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุในที่ว่าการอำเภอ และศาลากลางจังหวัดสระบุรี*. สืบค้น 12 สิงหาคม 2565, จาก http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/8thconference/article/view/1307

พระอาจารย์จีนธรรมานุกร. (2560). *ประวัติของวัดฉื่อฉาง*. สืบค้น 22 กันยายน 2565, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/วัดฉื่อฉาง

วันทิกา หิรัญเทศ. (2562). *พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี*. สืบค้น 30 สิงหาคม 2565, จาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/download/231878/158201/782460

ศรัณยา บุนนาค, (ม.ป.ป.). *ประเภทประวัติศาสตร์และศาสนาตำบลหาดใหญ่อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา.* สืบค้น 25 กันยายน 2565 จาก https://www.me-fi.com/tourismdb/halaltourism-imt-gt/data_list.php?cateLv=2&cateID=39&subid=29

ศาสตรา ศรีวะรมย์. (2558). *สภาพแวดล้อมทางกายภาพจะมีผลต่อความรู้สึกว่าปลอดภัยในการใช้งานที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกถึงความปลอดภัยมากที่สุด*. สืบค้น 26 กันยายน 2565, จาก http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1105

สุตาภัทร ชากรี. (2565). *ปริทัศน์หาดใหญ่เมืองในสายตาของเรา*. สืบค้น 28 กันยายน 2565, จาก https://www.goethe.de/prj/tus/th/ity/hat-yai.html

อธิป จันทร์สุริย์. (2564). *ความเชื่อกับการท่องเที่ยวมูเตลู*. สืบค้น 19 กันยายน 2565, จาก https://culture.bsru.ac.th/wp-content/uploads/2021/06/13-ทีทัศน์-20-ฉ1-ปี-64-มูเตลู.pdf

ภาคผนวก

ภาพกิจกรรม




3 ธันวาคม 2565


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7


นิทรรศการ
แลศิลป์ ถิ่นใต้ ผ่านภาพถ่าย
3 ธันวาคม 2565










การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference
on Humanities and Social Sciences
zoom


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference
on Humanities and Social Sciences


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference
on Humanities and Social Sciences
3 ธันวาคม 2565
ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
และออนไลน์ผ่านระบบ zoom


การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรี
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 7
The 7th National Undergraduate Conference
on Humanities and Social Sciences


โนรา
โนรา คือ ศิลปะการแสดงของพื้นบ้านของพื้นบ้านที่ใช้ประกอบพิธีกรรมและความบันเทิง
ประกอบด้วย การร่ำการร้อง การแสดงเรื่อง ของศิลปินโนราแต่ละสายตระกูล และชุมชน
การสร้างสรรค์ในราชพิงคนฤวิทย
เอกลักษณ์ชุดลูกปัดพัฒนางานสร้างสรรค์
สาหกรรมสร้างสรรค์ชุดการแสดง
-สะดวกในการสั่งทำแต่ละแผนกบ้าน
-สร้างเอกลักษณ์กลุ่มชัดเจนโทนสี ลวดลาย
-ความสวยงามเป็นระเบียบ
-เป็นการสร้างสรรค์และไม่สร้างสรรค์ปรากฏอยู่ในงานเดียวกัน



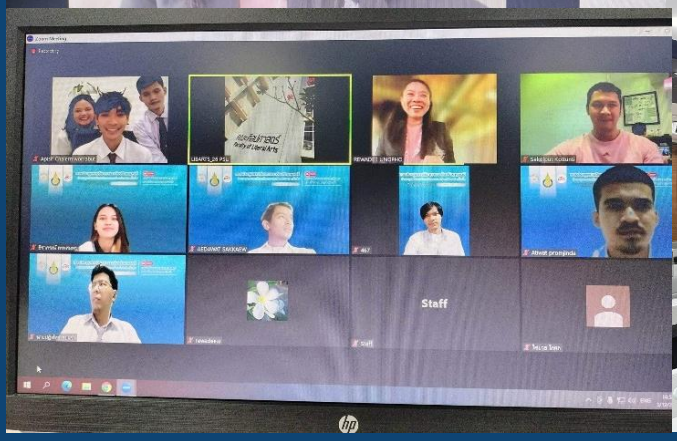








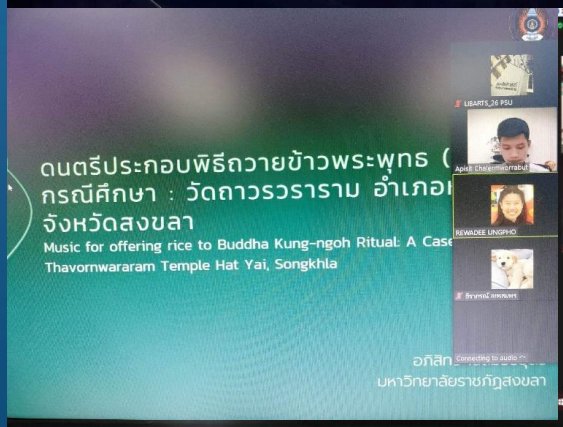


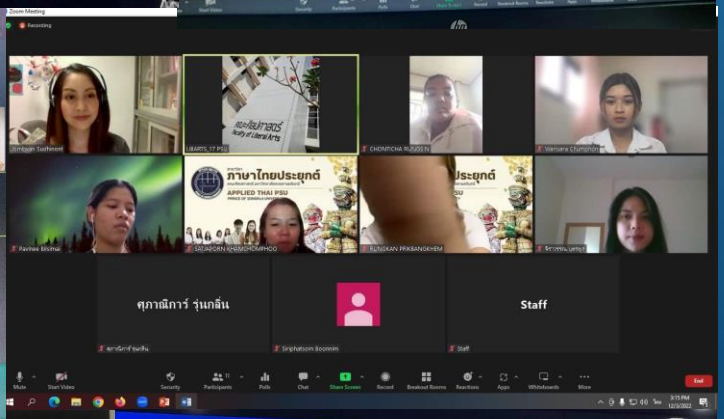





แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมูเตลู
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
Guideline for Mutelu Attractions development
in Hatyai District, Songkhla Province

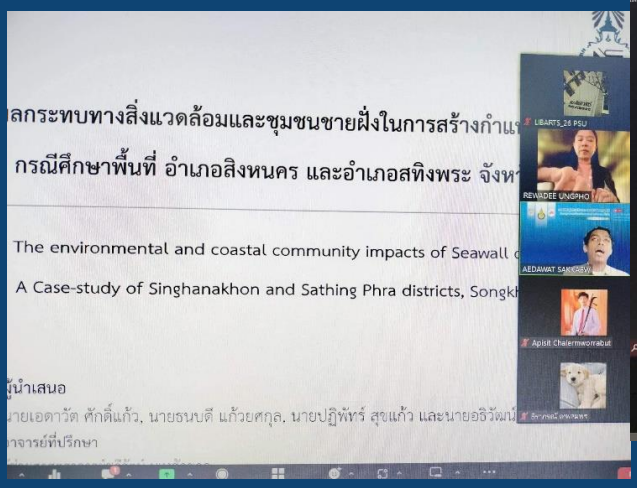

มหกรรมการแกง แรงทั่วทุกวงการ
ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20


ดนตรีประกอบพิธีถวายข้าวพระพุทธ (
กรณีศึกษา : วัดถาวรวราราม อำเภอ
จังหวัดสงขลา
Music for offering rice to Buddha Kung-ngoh Ritual: A Case
Thavornwararam Temple Hat Yai, Songkhla
อภิสิก
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

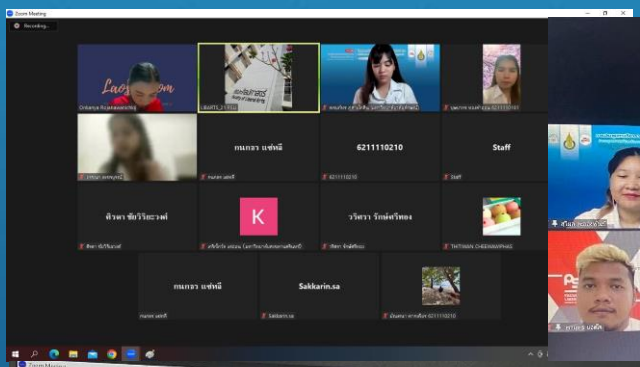

ศุภาณีการ์ รุ่นกลิ่น
Staff

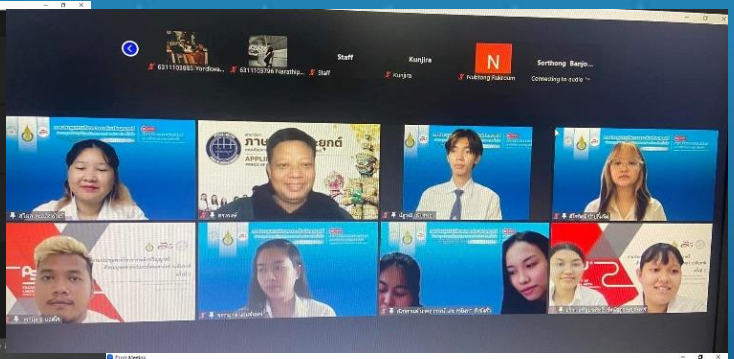


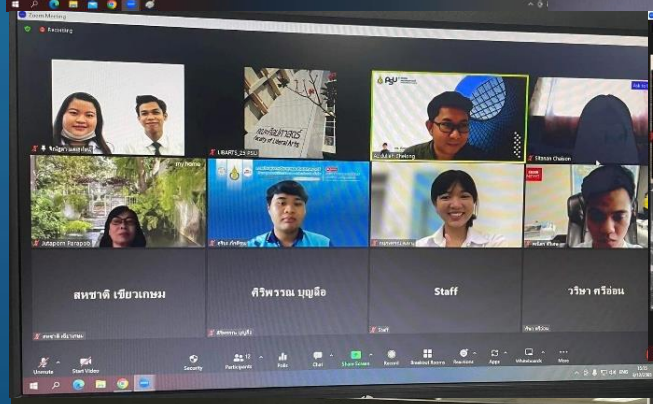

Aviation Industry And Hospitality Management
Prince Of Songkla, University
'การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย
กรณีศึกษา ธุรกิจนวดและสปา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา'
The Promotion Of Wellness Tourism for Malaysian Tourists
A Case Studies Of Massage and Spa Business
ธันยพร หอพัฒนาวุฒิวงศ์
นัชวรรณ สุดใจ
ปฐมพร ไมอิสสระ
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ห้าวหาญ ทวีเส้ง

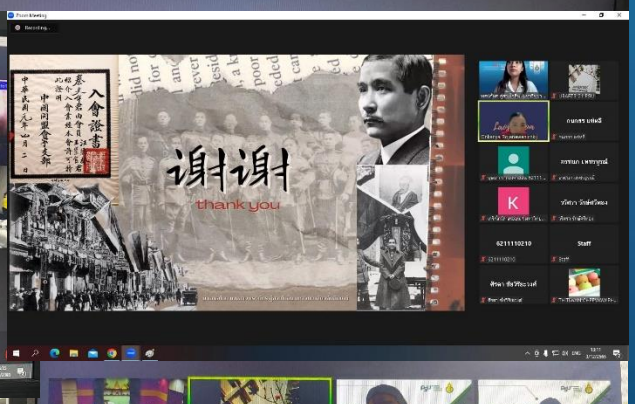

ลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและชุมชนชายฝั่งในการสร้างกำแ
กรณีศึกษาพื้นที่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอสทิงพระ จังห
The environmental and coastal community impacts of Seawall
A Case-study of Singhanakhon and Sathing Phra districts, Songk
ผู้นำเสนอ
นายเอดาวัต ศักดิ์แก้ว, นายธนบดี แก้วยศกุล, นายปฏิพัทร์ สุขแก้ว และนายอิวิวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา

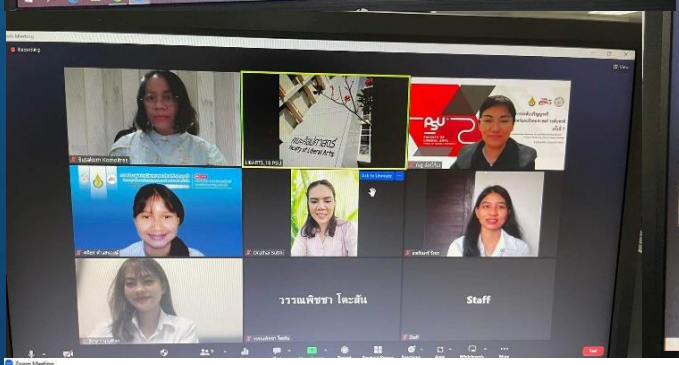

Staff

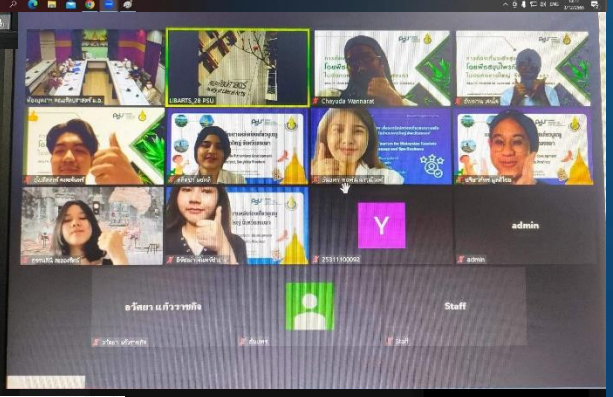


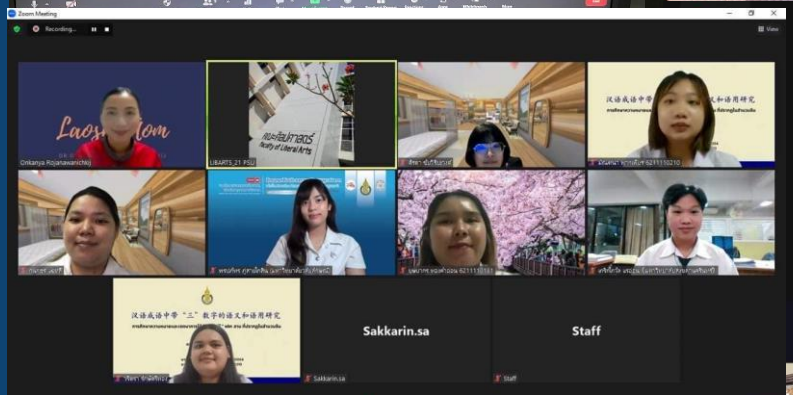




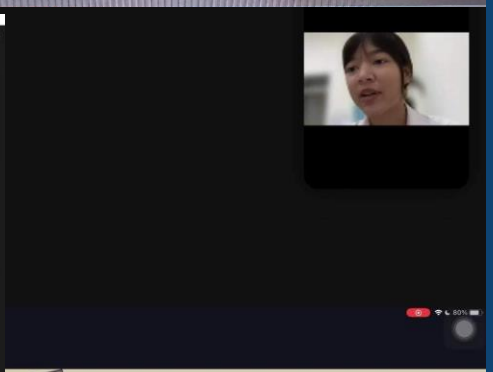

謝謝
thank you






Sakkarin.sa
Staff






ส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปิ้งย่าง-ชาบูของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
นางสาววริษา ศรีอ่อน
นางสาวจณาพรรณ คุงทน
นางสาวรัชดาภรณ์ ผู้ตาม
ดร.ชัววชาญ ชวีเล้ว
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
THE AFFECTING MARKETING MIX DECISION TO CHOOSE A GRILL-SHABU RESTAURANT CUSTOMER IN HATYAI DISTRICT SONGKHLA PROVINCE