อุดมการณ์ความเป็นไทยที่ปรากฏในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท.

Thainess Ideology in the Osotho Magazine

พัชราภรณ์ คชินทร์[1] **และเชิดชัย อุดมพันธ์**[2]

Patcharaporn Kachin[3] and Cherdchai Udomphan[4]

(Received: 3 November 2020; Revised: 16 January 2021; Accepted: 17 March 2021)

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 - ธันวาคม 2561 รวม 48 ฉบับ โดยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ผลการวิจัยพบว่า อุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ประกอบด้วยชุดความคิด “ความเป็นไทย” 3 ชุดความคิด คือ “ความเป็นไทย คือ ความล้ำค่า” “ความเป็นไทย คือ ความบริสุทธิ์” และ “ความเป็นไทย คือ องค์ความรู้” โดยมีการใช้กลวิธีทางภาษา คือ กลวิธีทางอรรถศาสตร์ (การเลือกใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความเป็นไทย) กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (การอ้างถึง สหบท มูลบท การใช้ทัศนภาวะ) และกลวิธีทางอรรถศาสตร์ร่วมกับกลวิธีวัจนปฏิบัติศาสตร์ (อุปลักษณ์) เพื่อถ่ายทอดความหมายความเป็นไทยผ่านบทความแนะนำการท่องเที่ยว ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยววิถีไทยเป็นรูปแบบกิจกรรมที่ต้องทำ เพื่อให้ตนเองได้สัมผัสความล้ำค่า ความบริสุทธิ์ และได้รับความรู้นั่นเอง

คำสำคัญ: อุดมการณ์ความเป็นไทย วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ กลวิธีทางภาษา อนุสาร อ.ส.ท.

Abstract

This article aimed to examine the relationship between discourse analysis in Thai language and Thainess as appeared in the Osotho Magazine issued from January 2015 to December 2018, total 48 copies. To do so, the critical discourse analysis approach was applied. The results showed that the meaning of Thainess illustrated in the magazine consists of three frameworks which are the preciousness, purity, and knowledge. The semantic strategies (lexical selection to represent Thainess), pragmatic approach (referring to presuppositions, modality) and metaphoric approach were used to convey the Thainess to various numbers of tourism products. As the tourists could manipulate themselves into those activities in Thai way of life and immerse themselves in those preciousness, purity, and knowledge.

Keywords: Thainess ideology, Critical discourse analysis, Linguistic strategy, Osotho magazine

---

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

[3] Lecturer, Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

[4] Assistant Professor Dr., Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus

บทนำ

"ปีท่องเที่ยววิถีไทย" เป็นนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่ เน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาเที่ยวเมืองไทยผ่านวิถีไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจยอมรับความเป็นไทย ตลอดจนให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ โดยมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระดับชุมชน หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เฟ้นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ความเป็นไทยที่ปรากฏในบริบทของการท่องเที่ยวลักษณะนี้ อาจเป็นทั้งสิ่งที่มีอยู่แล้ว หรือเป็นสิ่งที่สร้างใหม่เพื่อให้มีความเป็นไทยมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ดังนั้นคำว่า "วิถีไทย (Thainess)" จึงไม่ได้เป็นเพียงสโลแกน แต่ยังเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างจุดเด่นทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วย โดยจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการชื่นชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ (กาญจนา สุคัณธสิริกุล, 2556, หน้า 10-11)

ทั้งนี้ ความเป็นไทยยังถูกผลิตซ้ำมาโดยตลอดผ่านนิตยสารการท่องเที่ยว เช่น ในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมาอย่างยาวนานกว่า 60 ปี เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้การทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีการนำเสนอความเป็นไทยอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะ "การท่องเที่ยววิถีไทย" ตัวอย่างเช่น

> *"คลองแดน คือ ชุมชน**วิถีพุทธ**แสน**สงบงาม**ที่มีลำคลองพาดผ่าน เป็นดั่งเส้นแบ่งเขตแดนตามธรรมชาติระหว่างอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา และอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ตาม**ย่านเก่า**ยังคงมีภาพงามของเรือนไม้**เก่าแก่** ขณะที่**วิถีง่ายงามของ**ผู้คนก็ล้วนน่าเข้าไปทำความรู้จัก"*
>
> (พริมา อ่วมเจริญ, 2560 กันยายน, หน้า 81)

จากตัวอย่าง ปรากฏคำศัพท์ที่ใช้กล่าวถึงคลองแดน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในวิถีไทย โดยใช้คำที่มีความหมายแสดงให้เห็นองค์ประกอบความเป็นไทย ได้แก่ คำว่า "วิถีพุทธ" "เก่าแก่" ร่วมกับคำว่า "สงบงาม" "วิถีง่ายงาม" เพื่อกล่าวถึงตำบลคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ว่าเป็นชุมชนพุทธ เงียบสงบ มีบ้านเรือนเก่าแก่ สื่อถึงการก่อตั้งของชุมชนที่มีมายาวนาน และยังคงมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ทั้งหมดเป็นกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ที่เชื่อมโยงความหมายของพื้นที่และวิถีชีวิตให้เกิดความเข้าใจต่อความเป็นไทยในด้านของความบริสุทธิ์และล้ำค่า จนน่าไปเยือนนั่นเอง

ความเป็นไทยที่ถูกสอดแทรกหรือแฝงอยู่ในการสื่อสารเหล่านี้ เดิมทีเกิดขึ้นจากชนชั้นนำของรัฐเพื่อจรรโลงโครงสร้างการเมืองการปกครอง โครงสร้างสังคม รัฐพยายามปลูกฝังความเป็นไทยประเภทนี้อย่างเข้มข้น เนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อการหล่อหลอมวัฒนธรรมไทย มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อวิธีคิด พฤติกรรมทางสังคม และระบบความสัมพันธ์ของคนไทย (สายชล สัตยานุรักษ์, 2550) ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการสร้าง “อุดมการณ์ความเป็นไทย” นั่นเอง

เครสส์ (Kress, G. 1985, pp. 29-30) กล่าวถึงด้านความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์กับภาษาว่าด้วยทุกทฤษฎีทางภาษามักจะมีส่วนเกี่ยวกับหน้าที่ทางสังคม แม้อุดมการณ์และทฤษฎีทางภาษาจะดูเหมือนไม่เกี่ยวข้องกัน แต่ก็ยังมีส่วนที่เชื่อมโยงกันอยู่ วิธีตรวจสอบโครงสร้างอุดมการณ์จึงสามารถตรวจสอบผ่านภาษาและรูปแบบของภาษา ก็จะทำให้เห็นอุดมการณ์ที่อยู่ในสังคมได้เช่นเดียวกัน

ในขณะที่แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1989 อ้างถึงใน เพ็ญนภา คล้ายสิงห์โต, 2553, หน้า 46-47) ได้กล่าวว่า วิธีการถ่ายทอดอุดมการณ์อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้ผลิตตัวบทต้องใช้รูปภาษาอย่างแนบเนียน โดยที่ผู้อ่านไม่รู้สึกว่ากำลังถูกครอบงำทางความคิดอยู่ เช่น โฆษณาที่พักด้านการท่องเที่ยว เป็นตัวอย่างของความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจ การครอบงำ และผลประโยชน์อย่างชัดเจนที่กำหนดให้เราเป็นคนที่อยู่ตรงไหนของสังคม (ชนชั้น) (Althusser, L. 1971 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549, หน้า 102-103) จากการเลือกใช้บริการ เพราะโฆษณานำเสนอประเภทห้องพักที่เหมาะกับบุคคลระดับต่าง ๆ และเราก็ยอมรับการจัดประเภทเหล่านั้นโดยไม่ทันรู้สึกตัว

ด้วยเหตุนี้ อุดมการณ์จึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความเชื่อของคนในสังคมเดียวกัน การใช้วิธีวิเคราะห์ภาษาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้มองเห็นอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ได้ แนวคิดหนึ่งที่นิยมใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ คือ แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) อันเป็นการศึกษาที่วิเคราะห์อุดมการณ์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม โดยแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) ผู้ริเริ่มเสนอแนวคิดนี้ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์ 3 มิติ ได้แก่ Text (ตัวบท) Discourse practice (วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม) และ Socio-cultural practice (วิถีปฏิบัติทางสังคม)

การศึกษาวาทกรรมทั้ง 3 มิติจะทำให้เห็นความสัมพันธ์และบทบาทที่วาทกรรมมีต่อสังคมได้อย่างเป็นระบบ โดยแฟร์คลัฟเสนอแนวทางนี้สำหรับใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อด้วย (กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ และจันทิมา เอียมานนท์, 2549, หน้า 226-227) เนื่องจากสื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้และความเป็นไปในสังคม สื่อมีอำนาจในการนำเสนอสิ่งต่าง ๆ ด้วยมุมมองและวิธีการที่แตกต่าง จนบางครั้งก็มีลักษณะครอบงำความคิดผู้คนในสังคม

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าอุดมการณ์ความเป็นไทย เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับระบบความคิด ความเชื่อ ความรู้ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย และคนในสังคมมีร่วมกัน ทำให้คนใน

สังคมปฏิบัติตน โดยไม่ได้ตั้งคำถามกับสิ่งที่ถูกทำให้เชื่อว่าส่งผลอย่างไรแก่ตน การที่นิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารการท่องเที่ยวที่ผลิตขึ้นจากหน่วยงานในสังกัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการผลิตสร้างอุดมการณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) เพื่อค้นหาว่าความเป็นไทยถูกนำเสนออย่างไรในบริบทของนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ตลอดจนนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. สื่อความหมาย และนำเสนอ “ความเป็นไทย” เช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท.

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เก็บข้อมูลเฉพาะบทความท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558-ธันวาคม 2561 รวม 48 ฉบับ เล่มละ 2 เรื่อง รวม 96 เรื่อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความเป็นไทย หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ของการรวมเป็นชนชาติไทย ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยความเป็นไทย 4 รูปแบบ คือ “ไทยประเพณี” (traditional Thai) “ไทยพื้นบ้าน” (folk Thai) “ไทย ๆ” (vernacular Thai) และ “ไทยร่วมสมัย” (contemporary Thai) (ประชา สุวีรานนท์, 2558)

อุดมการณ์ความเป็นไทย คือ ระบบความคิด ความเชื่อ ความรู้ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย และคนในสังคมมีร่วมกัน ทำให้คนในสังคมปฏิบัติตน โดยไม่ได้ตั้งคำถามกับสิ่งที่ถูกทำให้เชื่อว่าส่งผลอย่างไรแก่ตน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สำรวจเอกสาร หนังสือ และปริญญานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2. เก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. โดยเก็บข้อมูลเฉพาะบทความท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 - ธันวาคม 2561 รวม 48 ฉบับ เล่มละ 2 เรื่อง รวม 96 เรื่อง

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ โดยนำกรอบทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์ 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ Text (ตัวบท) Discourse practice (วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม) และ Socio-cultural practice (วิถีปฏิบัติทางสังคม)

4. เรียบเรียงข้อมูลตามข้อ 3 ทั้งนี้ได้เสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ประกอบด้วย บทนำ การทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

การทบทวนวรรณกรรม

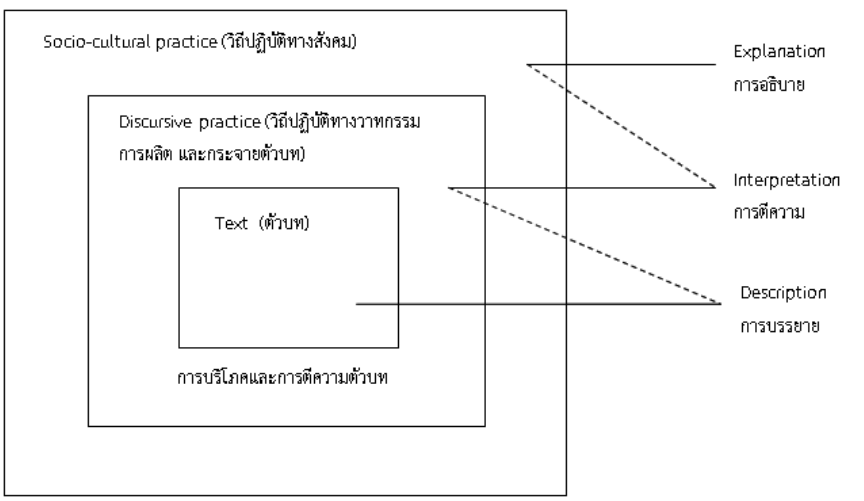
อุดมการณ์ (Ideology) เป็นคำที่มีนิยามหลากหลายที่สุดคำหนึ่ง ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556, หน้า 12) ได้รวบรวมผู้ที่ศึกษาความเป็นมาของคำว่าอุดมการณ์ เริ่มต้นโดย เดอ เทรซี (de Tracy)ได้เสนอคำนี้ในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 ว่า Ideology หมายถึง ศาสตร์ว่าด้วยความคิด (the science of ideas) โดยทำให้คนตระหนักถึงอคติที่มีในสังคม และความตระหนักรู้ดังกล่าวจะนำพาสังคมไปสู่ความยุติธรรมและความก้าวหน้า ซึ่งต่อมามีผู้นำคำว่าอุดมการณ์ไปใช้ในความหมายที่แตกต่างกันออกไป คือ ด้านหนึ่งให้นิยามว่า อุดมการณ์ หมายถึง ความเชื่อหรือความสำนึกผิด บิดเบือน หรือความเชื่อที่ชี้นำคนไปในทางที่ผิด ความเชื่อที่ผิดนี้เป็นการลวงคนในชั้นปกครอง โดยคนที่มีอำนาจมากกว่าจะใช้อุดมการณ์ควบคุมคนที่อยู่ในการปกครอง ผู้ที่อยู่ในการปกครองเองก็ไม่รู้ตัวว่าตนเองกำลังถูกกดขี่ ส่วนอีกด้านหนึ่งให้นิยามความหมายว่า อุดมการณ์ หมายถึง การเป็นเจ้าทางความคิด (hegemony) ซึ่งเป็นแนวคิดของกรัมชี (Gramsci) โดยกล่าวว่า คนชั้นกลางมิได้ควบคุมกลุ่มอื่นในด้านเศรษฐกิจและการเมืองเท่านั้น แต่ยังควบคุมวัฒนธรรมและความคิดด้วย คนกลุ่มอื่นในสังคมจะค่อย ๆ ถูกควบคุมจัดการกับความคิดโดยการชักจูงให้เห็นชอบกับอุดมการณ์นั้น ๆ ซึ่งเป็นการให้ความหมายในเชิงชุดของความคิดที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, หน้า 13)

ด้าน ฟาน ไดก์ (Van Dijk, 1998, p. 1 อ้างถึงใน ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, หน้า 15) กล่าวว่า อุดมการณ์ คือระบบพื้นฐานของการที่สมาชิกของกลุ่มสังคมมีความคิดความเชื่อร่วมกัน นอกจากหน้าที่ทางสังคมในการประสานประโยชน์ของสมาชิกเข้าด้วยกันแล้ว อุดมการณ์ยังมีหน้าที่ทางปริชาน (Cognitive) ในการจัดระบบสิ่งที่กลุ่มนำเสนอ (ทัศนคติและความรู้)

ส่วน แฟร์คลัฟ (Fairclough, 2003, อ้างถึงใน วรพงศ์ ไชยฤกษ์, 2558, หน้า 18) กล่าวว่า อุดมการณ์ คือ การให้ภาพส่วนหนึ่งของโลกที่ช่วยในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของอำนาจ การครอบงำ และการใช้ประโยชน์ อุดมการณ์อาจจะแสดงด้วยวิธีการปฏิสัมพันธ์ (ในงานประเภทต่าง ๆ) และแสดงออกผ่านวิถีหรือลักษณะความเป็นตัวตน (อัตลักษณ์) การวิเคราะห์ตัวบทจัดเป็นสิ่งสำคัญของการวิเคราะห์และวิพากษ์อุดมการณ์

ทั้งนี้ แม้อุดมการณ์เป็นคำที่มีนิยามหลากหลาย แต่ในความแตกต่างกลับพบสิ่งที่กล่าวเหมือนกัน คือ ไม่ว่าอุดมการณ์จะเป็นเรื่องของความคิด ความเชื่อ จิตสำนึก ความสำนึกผิด หรือกระบวนการที่มีพลวัต แต่ก็จะมีผู้ได้รับประโยชน์จากอุดมการณ์ไม่กลุ่มใดก็กลุ่มหนึ่ง และกล่าวได้ว่า อุดมการณ์เป็นสิ่งที่สั่งสมมา

จากประสบการณ์ กลายเป็นองค์ความรู้ที่คอยควบคุมและขัดเกลาคนในสังคมให้อยู่ในทิศทางเดียวกัน อุดมการณ์กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ รวมทั้งการใช้ภาษาของคนในสังคม ดังนั้นการศึกษาการใช้ภาษาของคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง จึงทำให้เรามองเห็นอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ และเข้าใจปรากฏการณ์และวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้นได้ ซึ่งแนวคิดหนึ่งที่นิยมใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอำนาจและอุดมการณ์ คือ แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) โดยแฟร์คลัฟ (Fairclough) ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์สามมิติ คือ Text (ตัวบท) Discursive practice (วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม) และ Socio-cultural practice (วิถีปฏิบัติทางสังคม) ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวคิดของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995, p. 59)

จากแผนภาพข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ตามแนวคิดของแฟร์คลัฟ ตัวบท (Text) เป็นส่วนประกอบสำคัญของการนำเสนอความหมายของอุดมการณ์ โดยมีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมประกอบอยู่ด้วย ได้แก่ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive practice) ซึ่งเป็นการนำความคิดทางสังคมมาอธิบายในเรื่องการผลิตตัวบท การบริโภคตัวบท และการกระจายตัวบท ที่สัมพันธ์กับเหตุการณ์ทางสังคม และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) ที่จะอธิบายว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ในยุคนั้น ๆ มีผลต่อกระบวนการผลิตและกระบวนการตีความตัวบทอย่างไรและส่งผลไปยังตัวบทอย่างไรบ้าง

สำหรับงานวิจัยที่นำแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์หรือแนวคิดกลวิธีทางภาษามาใช้เป็นกรอบในการศึกษานิตยสารอนุสาร อ.ส.ท.นั้นมีหลายงาน ซึ่งงานที่น่าสนใจ ได้แก่ งานวิจัย “ความเป็นธรรมชาติในวาทกรรมท่องเที่ยวไทย” (ภูพงัน ดาวกระจาย, 2560) เป็นการศึกษาความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติและความเป็นธรรมชาติในสื่อสิ่งพิมพ์สาธารณะ ได้แก่ นิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. และนิตยสารหนีกรุงไปปรุงฝัน และเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ถูกนำเสนอในตัวบทสื่อสิ่งพิมพ์สาธารณะ

งานวิจัย “การใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.” (ชญานี รัตนรอด, 2550) เป็นการศึกษาการใช้ภาษาด้านต่าง ๆ ได้แก่ การใช้คำ การใช้สำนวน การใช้ประโยค การใช้โวหาร และการใช้ภาพพจน์ ตลอดจนศึกษากลวิธีการเขียนในสารคดีท่องเที่ยวในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. และงานวิจัย “ปริจเฉทสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.” (มัญชุสา อังคะนาวิน, 2547) เป็นการศึกษาองค์ประกอบและกลวิธีการเล่าเรื่องในสารคดีท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงความในปริจเฉทสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.

ทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า ภาษาที่ปรากฏในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ไม่ใช่เป็นเพียงผลที่เกิดจากกระบวนการทางสังคมเท่านั้น แต่อาจกล่าวได้ว่า ภาษาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางสังคม ดังจะเห็นว่าการนำเสนอตัวบทภาษานั้นจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจของบุคคลหลายฝ่ายในกองบรรณาธิการ โดยผ่านกระบวนการคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ เพื่อสื่อความหมายที่มุ่งหวังผลบางประการให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร เป็นการส่งต่อความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และทัศนคติต่าง ๆ ที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยในที่นี้เป็นการมุ่งหวังผลต่อการรับรู้เข้าใจความหมายของความเป็นไทยนั่นเอง

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทยในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ปรากฏดังต่อไปนี้

1. กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอุดมการณ์ความเป็นไทย

1.1 กลวิธีทางอรรถศาสตร์

กลวิธีทางอรรถศาสตร์ หมายถึง การใช้คำศัพท์เพื่อแสดงความหมายแบบตรงตัว โดยส่วนใหญ่ไม่ต้องอาศัยบริบทในการตีความมากนัก กล่าวคือ เป็นกลวิธีทางภาษาที่แสดงความคิดและความหมายเชิงบรรยายสภาพและการกระทำของสิ่งที่ต้องการกล่าวถึงตามความคิดและมุมมองของผู้ส่งสารผ่านการเลือกใช้คำศัพท์ รวมทั้งยังเป็นการสร้าง ตอกย้ำ และแสดงทัศนคติของผู้ส่งสารที่มีต่อสิ่งที่ต้องการกล่าวนั้นอีกด้วย (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2557 อ้างถึงใน ภัททิรา วิภาวภิญโญ, 2558, หน้า 152)

ในที่นี้ คือ **การเลือกใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความเป็นไทย** หมายถึง คำที่กล่าวถึงคุณสมบัติ ลักษณะหรือองค์ประกอบของความเป็นไทย ทั้งในรูปแบบของ “ไทยประเพณี” (traditional Thai) ได้แก่ ความเป็นไทยที่ถูกยกให้เป็นมรดกของชาติ มีฐานะสูงส่งและศักดิ์สิทธิ์ “ไทยพื้นบ้าน” (folk Thai) ได้แก่ ความเป็นไทยที่มาจากชุมชนในชนบท มีความสัมพันธ์แนบแน่นกับธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คน “ไทย ๆ” (vernacular Thai)” ได้แก่ ความเป็นไทยที่เกิดขึ้นตามกระแสบริโภคนิยมของสังคมสมัยใหม่ สามารถพบเห็นได้ตามท้องถนน พื้นที่กึ่งสาธารณะ และพื้นที่ส่วนตัวของคนไทยตั้งแต่ในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน และ “ไทยร่วมสมัย” (contemporary Thai) ได้แก่ ความเป็นไทยในเชิงศิลปะ ซึ่งเป็นการนำเสนอในบริบทใหม่ ทำให้หลุดออกจากชีวิตประจำวัน แต่ดูสวยงามหรือมีคุณค่าในเชิงศิลปะมากขึ้น (ประชา สุวีรานนท์, 2558) ซึ่งใน

การศึกษาพบคำว่า ชาติ พระมหากษัตริย์ ประเพณี มรดก สืบทอด ล้ำค่า คุณค่า อนุรักษ์ สืบสาน รักษา รวมไปถึงข้าวของเครื่องใช้ วิถีชีวิต เรื่องเล่า หรือภาษาถิ่นในแต่ละภูมิภาค

ดังเช่นการใช้คำว่า “มรดกล้ำค่า” “การสืบทอด” ร่วมกับคำว่า “มวยไทย” ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงความหมายของ “มวยไทย” กับ “ความเป็นไทย” ให้มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากมีองค์ประกอบของการเป็นศิลปะที่มีการถ่ายทอด สืบทอด ผ่านกาลเวลา จนกลายเป็นมรดกล้ำค่าที่น่าภาคภูมิใจของคนไทย ดังตัวอย่าง

> *“**มวยไทย**เป็นศาสตร์และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของคนไทย หนึ่งใน**มรดกล้ำค่า**จากบรรพบุรุษซึ่งได้รับการ**สืบทอด** คิดค้น ฝึกฝน เคี่ยวกรำ จนเกิดเป็นแม่ไม้...”*
>
> (อภินันท์ บัวหภักดี, 2558 มีนาคม, หน้า 20)

นอกจากนี้ยังมีการใช้คำที่มีความหมายถึงองค์ประกอบความเป็นไทยที่เกี่ยวเนื่องกับความเป็นชนบท และความเป็นพื้นถิ่นของภูมิภาคต่าง ๆ เช่น มีการใช้คำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้สัมพันธ์กับ “ความเป็นไทย” ที่มีความหมายกว้างครอบคลุมถึงวิถีชีวิต ตลอดจนอาหารการกินของคนไทยในแต่ละภูมิภาค อันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นไม่ซ้ำพื้นที่ใด ดังตัวอย่าง

> *“**ลูกเหรียง ใบเหมียง ตอเบา เห็ดแครง ข้าวสังข์หยด บี้หุ้น ลูกชก ขนมจีน น้ำชุบพรก ไข่ปลาทอด ขนมคนที** ฯลฯ ... แอบฟังดูเวลาคนซื้อถามว่านี่อะไร ย่ายายจะตอบว่า “**ของบ้าน ๆ นิ้นุ้ย**”*
>
> (จริยา ชูช่วย, 2560 เมษายน, หน้า 62)

1.2 กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์

กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ หมายถึง การใช้รูปภาษาเพื่อสื่อความหมายโดยนัยหรือซับซ้อน ต้องอาศัยบริบททั้งทางภาษาและความรู้ทางสังคมวัฒนธรรมที่มีอยู่ร่วมกันจึงจะตีความและเข้าใจสิ่งที่ถ้อยคำนำเสนอได้ ส่วนของภาษาที่วิเคราะห์มีตั้งแต่ระดับคำ วลี ประโยค หรืออนุพากย์ ดังนั้นเมื่อเป็นการวิเคราะห์ที่อยู่ในส่วนของระดับอนุพากย์ขึ้นไปจึงจัดว่าเป็นกลวิธีทางปริทเฉจไปด้วย รวมถึงความเชื่อมโยงต่อเนื่องของข้อความ ซึ่งพบกลวิธีต่าง ๆ ดังนี้

1.2.1 **กลวิธีการอ้างถึง** หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่เป็นข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิง โดยปรากฏกลวิธีการอ้างถึง ดังนี้

1.2.1.1 **การอ้างถึงเชิงสถิติ** เป็นการนำข้อมูลสถิติ หรือตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากล่าว เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น การอ้างถึงเชิงสถิติที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้ผู้อ่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ เพราะนอกจากได้สัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนอย่างลึกซึ้งตามแนวคิดของการท่องเที่ยววิถีไทยแล้ว การปั่นจักรยานหรือเดินเท้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ยังเป็นการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และช่วยเพิ่มปริมาณต้นไม้ให้จังหวัดน่านด้วย ดังตัวอย่าง

*"เพียง 1 **เปอร์เซ็นต์**ของนักท่องเที่ยวที่เลือกเที่ยวน่านแบบโลว์คาร์บอน ก็สามารถทำให้เมืองน่านมีต้นซมพูภูคาเพิ่มขึ้นโดยประมาณ **18 ไร่ต่อปี**"*

(บุญนาค คดดี, 2558 พฤษภาคม, หน้า 18)

1.2.1.2 **การอ้างถึงรางวัล** เป็นการอ้างถึงความดี ความมีชื่อเสียง และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ โดยมีรางวัลเป็นเครื่องการันตี ซึ่งภาพลักษณ์ด้านการมีชื่อเสียงนี้สัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมการบอกต่อของลูกค้าและผู้ใช้บริการมากที่สุด (วัลย์ลิกา จาตุประยูร, 2559, หน้า 58) เช่น การอ้างถึงรางวัลจากการประกวดผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกลวิธีทางภาษาที่สร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อนำเสนอให้ผู้รับสารเห็นว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีมาตรฐานจนได้รับรางวัล และเมื่อนำมาเชื่อมโยงกับเรื่องราวการก่อตั้งกลุ่มก็ยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเปลี่ยนสถานะจากสินค้าท้องถิ่นธรรมดากลายเป็นสินค้าที่มีคุณค่า และกลายเป็นของฝากสำหรับผู้มาเยือน ดังตัวอย่าง

*"ได้**รางวัลกลับมาตั้ง 80 กว่ารางวัลแล้วนะ**" ป้าแกลบเล่าด้วยรอยยิ้มแสนภูมิใจ โล่รางวัลที่เรียงรายอยู่ในตู้กระจกใสคล้ายเครื่องการันตีคุณภาพของสินค้าที่ป้าทุ่มเทกายใจสร้างมากับมือ"*

(พริมา อ่วมเจริญ, 2560 พฤษภาคม, หน้า 27)

1.2.1.3 **การอ้างถึงผู้คนโดยรวม** เป็นการนำผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมมากล่าวอ้างในเรื่องของความคิดเห็น การกระทำ และเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นการเหมารวมว่าผู้คนส่วนใหญ่จะคิดเช่นเดียวกับผู้เขียน เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความคล้อยตาม เช่น การอ้างผู้คนโดยรวมด้วยการใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงจำนวนทั้งหมด อันหมายถึง ผู้คนทั่วไปทั้งต่างชาติและคนไทยที่ชื่นชอบและต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลในประเทศไทย เป็นการอ้างเพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกว่าทะเลไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากทุกคน เป็นต้น ดังตัวอย่าง

*"นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้หลงใหลความงดงามของท้องทะเล **ต่างหลั่งไหล**มาเที่ยวทะเลไทยกันตลอดทั้งปี"*

(วินิจ รังผึ้ง, 2558 มีนาคม, หน้า 43)

1.2.2 **สหบท** เป็นแนวคิดหนึ่งที่ทำให้เห็นว่าวาทกรรมหนึ่ง ๆ ที่ผลิตผ่านตัวบทนั้น ๆ ปรากฏวาทกรรมอื่นด้วย โดยแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1992 อ้างถึงใน จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2554, หน้า 2) กล่าวว่า การวิเคราะห์วาทกรรมท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของโลกปัจจุบันทำให้ตัวบทมีลักษณะเป็นพหุนิยมหรือสหบท (interdisciplinary) มากขึ้น ซึ่งพบว่าบทความท่องเที่ยววิถีไทยมีการแทรกตัวบทที่เกี่ยวกับเรื่องราวความเชื่อ วัฒนธรรม สังคม ฯลฯ เป็นการเพิ่มมิติของสถานที่ท่องเที่ยว

และสิ่งของต่าง ๆ ทำให้เห็นว่า “ความเป็นไทย” มีความสัมพันธ์กับพื้นที่และคนในชุมชน โดยสหบทที่พบในบทความท่องเที่ยววิถีไทย ได้แก่ สหบททางประวัติศาสตร์ ตำนาน ความเชื่อ ประเพณี และศิลปวัฒนธรรม ที่มักกล่าวถึงความเป็นไทยในแง่ทรงคุณค่า คือ มีความเป็นมายาวนาน มีความงดงาม และมีคุณค่าต่อจิตใจ เช่น การอ้างถึงเรื่องราวที่สันนิษฐานว่าเป็นที่มาของชื่อจังหวัดกำแพงเพชร ดังตัวอย่าง

> *“ว่ากันว่าในอดีตที่นี่เคยเป็นเมืองหน้าด่านของอาณาจักรสุโขทัยในช่วงปลาย และตอนนั้นเมืองชากังราว หรือชาปันโด ในภาษามอญที่แปลว่าเมืองหน้าด่าน หรือตลาดหน้าด่าน มีบทบาทสูงมากในการสกัดทัพกรุงศรีอยุธยาที่ขยายอำนาจขึ้นมา โดยพระบรมราชาธิราช 1 (ขุนหลวงพะงั่ว) ต้องทรงยกทัพหลวงขึ้นไปตีเมืองชากังราวถึง 4 ครั้ง จึงสามารถยกทัพเข้าเมืองได้ ดังนั้นความแข็งแกร่งของป้อมกำแพงเมืองจึงสันนิษฐานว่าเป็นที่มาของชื่อ “กำแพงเพชร” นั้นเอง”*
>
> (พรศิริ ขุนเดชสัมฤทธิ์, 2558 พฤศจิกายน, หน้า 90)

นอกจากนี้ยังพบสหบททางวิทยาศาสตร์แขนงต่าง ๆ เช่น ความรู้ทางธรณีวิทยา โดยผู้เขียนอ้างถึงข้อมูลชื่อดินและมีการใช้คำศัพท์ทางวิชาการ ได้แก่ คำว่า “ดินพิต (Peat)” “ตะกอนดิน” “สะสมทับถม” “ชั้นดิน” เพื่ออธิบายความเป็นมาของป่าพรุ ซึ่งเป็นป่าดิบชื้นประเภทหนึ่งที่อยู่ในพื้นที่ราบลุ่มของประเทศไทย อันเป็นสถานที่ที่ผู้เขียนได้ไปท่องเที่ยว การปรากฏของสหบทประเภทนี้สะท้อนให้เห็นเจตนาของผู้เขียนที่ต้องการจะถ่ายทอดว่าการเดินทางท่องเที่ยวไม่เพียงทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนเท่านั้น แต่ยังสามารถได้รับความรู้ทางวิชาการแขนงต่าง ๆ ที่มีอยู่ ณ ที่แห่งนั้นด้วย ดังตัวอย่าง

> *“ผืนป่าที่เรียกว่า “พรุ” นี้เกิดจาก**ตะกอนดิน**ค่อย ๆ **สะสมทับถม**กันเนิ่นนานชั่วนาตาปี จากที่ลุ่มน้ำทะเลท่วมถึง น้ำฝนที่ตกลงมาจะค่อย ๆ ละลายน้ำเค็มจนกลายเป็นที่ลุ่มชุ่มน้ำอุดมสมบูรณ์ดี แล้วพรรณไม้เบิกนำอย่างมอส เฟิร์น มะฮัง และเสม็ดขาวจะค่อย ๆ เติบโตและช่วยสร้าง**ชั้นดิน**อินทรีย์กิ่งไม้ใบไม้ค่อย ๆ ย่อยสลายกลายเป็น**ดินพิต (Peat)** ลักษณะนุ่มหนาเหมือนฟองน้ำ กระบวนการนี้ใช้เวลา**สะสมทับถม**ยาวนานกว่า 7,000 ปี”*
>
> (ธเนศ งามสม, 2560 กันยายน, หน้า 55)

1.2.3. **มูลบท** คือ การใช้รูปภาษาเพื่อสื่อความเชื่อ หรือความรู้เบื้องต้นที่มีอยู่ก่อนโดยไม่ต้องเอ่ยถึงความเชื่อนั้นโดยตรง อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้คำศัพท์หรือวลีบางคำที่ทำให้นึกถึงความหมายอื่นนอกเหนือจากความหมายที่ปรากฏอยู่ในถ้อยคำ เช่น การกล่าวถึงบรรยากาศบริเวณลำน้ำท่าจีนที่ผู้เขียนได้พบเห็น โดยใช้รูปภาษาที่สื่อความถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของผู้คนริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน บริเวณวัดดอนหวาย ตำบลบางกระทึก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยผู้เขียนไม่ได้อธิบายถึงวิถีชีวิตอย่างละเอียด แต่ผู้อ่านก็สามารถเชื่อมโยงถึงความบริสุทธิ์และความเรียบง่ายของวิถีชีวิตในอดีตได้ ซึ่งการที่ผู้เขียนกล่าวถึงถ้อยคำที่มี

รูปภาษาอ้างถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ย่อมสื่อว่า “สิ่งนั้นมีอยู่” (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, หน้า 85) กล่าวคือ ผู้เขียนมีการใช้ถ้อยคำเพื่ออ้างถึงสิ่งที่เคยมีอยู่ นั้นคือ “วิถีชีวิตที่มีการใช้เรือเป็นพาหนะ” ดังตัวอย่าง

*“**ภาพ**คุณยายพายเรือขายผลไม้**ยังมี**ให้เห็นในแม่น้ำท่าจีน หลังวัดดอนหวาย”*

(นาตยา สำราญทรัพย์, 2559 สิงหาคม, หน้า 34)

จากตัวอย่างจะเห็นว่า มีการใช้คำว่า “ยังมี” เพื่ออ้างถึงวิถีชีวิตผู้คนละแวกริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน บริเวณวัดดอนหวาย ที่นิยมใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทางและบรรทุกสินค้าจากสวนผลไม้ของตนเองออกมาจำหน่ายในตลาด ซึ่งปัจจุบันภาพดังกล่าวไม่ค่อยมีปรากฏให้เห็นมากนัก เนื่องจากผู้คนใช้เรือพายในการสัญจรน้อยลง อีกทั้งภาพหญิงสูงวัยที่กำลังพายเรือด้วยกำลังแขนของตนเองเป็นภาพที่สามารถสื่อถึงวิถีชีวิตในอดีต ความเรียบง่าย สงบ สบาย และไม่เร่งรีบ ทำให้ผู้อ่านและผู้ที่ได้เห็นภาพรู้สึกถึงการย้อนยุค และความเป็นไทยพื้นบ้านที่เรียบง่าย สงบ ไม่วุ่นวาย ประกอบกับเมื่อภาพเหล่านี้มีปรากฏซ้ำในสื่อหลากหลายประเภท โดยเฉพาะสื่อละครหรือสื่อภาพยนตร์แนวย้อนยุคที่มีการจำลองฉากวิถีชีวิตของผู้คนริมฝั่งคลองหรือริมฝั่งแม่น้ำในอดีต เมื่อละครได้รับความนิยมเป็นวงกว้าง กระแสความนิยมในการท่องเที่ยวแนวย้อนยุคก็เกิดขึ้น จนส่งผลให้ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้พยายามจำลองฉาก เหตุการณ์ หรือวิถีชีวิตเช่นนั้นนำเสนอขายให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม ดังนั้นมูลบทนี้จึงเป็นมูลบทหนึ่งที่นำเสนอให้เห็นอุดมการณ์ความเป็นไทย โดยสื่อถึงภาพวิถีชีวิตของคนไทยพื้นบ้านที่คนในสังคมมีความคิดร่วมกันว่าพบเห็นได้น้อยในปัจจุบัน ดังนั้นหากต้องการจะเห็นภาพดังกล่าวด้วยตนเองก็ต้องมาเยือนสถานที่แห่งนี้

1.2.4 **การใช้ทัศนภาวะ** (Modality) ทัศนภาวะ หมายถึง คำที่มีหลายลักษณะที่ทำให้ผู้พูดสามารถแสดงระดับของการให้คำมั่นหรือความเชื่อของผู้พูด โดยเฉพาะการใช้คำวิเศษณ์ เช่น คำว่า “แน่นอน (certain)” “น่าจะเป็น (probable)” “ท่าทาง (likely)” “อาจจะเป็น (possible)” หรือคำแสดงทัศนคติที่ต้องการการพิสูจน์ (Propositional Attitude) เช่น “รู้ว่า...” “เชื่อว่า…” “คิดว่า...” “สงสัยว่า...” (ชนกพร อังศุวิริยะ, 2558, หน้า 5-6) ดังนี้

1.2.4.1 **ทัศนภาวะความมั่นใจ** เป็นทัศนภาวะที่เกี่ยวข้องกับมโนทัศน์ของผู้เขียนที่ใช้ในการบ่งบอกความมั่นใจในสิ่งที่ตนเองคิด ตนเองกล่าว หรือในข้อมูลที่ตนเองนำเสนอ โดยปรากฏอยู่ทั่วไปในบทความการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากในการแนะนำหรือนำเสนอการท่องเที่ยวนั้น ผู้เขียนต้องเขียนให้ผู้อ่านรู้สึกต้องการท่องเที่ยวตามที่บอกกล่าว ดังนั้นผู้เขียนจึงต้องสร้างความมั่นใจให้ผู้อ่านเชื่อว่าจะได้รับความสุขสนุกสนาน หรือประสบการณ์เช่นเดียวกับที่ผู้เขียนได้สัมผัสมา เช่น การใช้คำว่า “รับรองไม่ผิดหวัง” เป็นคำที่แสดงความมั่นใจในทัศนะของผู้เขียนว่า การแสดงมโนราห์ของคณะโรงเรียนสะอาดเผดิมวิทยา จังหวัดชุมพรนั้นสนุกสนาน น่าตื่นตาตื่นใจ และสามารถรับชมได้แม้จะไม่ใช่คนภาคใต้หรือพูดภาษาใต้ไม่ได้ก็ตาม ดังตัวอย่าง

"ตามติดมาด้วยการแสดงมโนราห์ของคณะโรงเรียนสะอาดเผดิมวิทยาที่ตอนแรกผมแอบคิดว่าน่าจะเซ็งนิดหน่อยด้วยความที่ตัวเองฟัง "แหลงใต้" ไม่ค่อยจะรู้เรื่องเอาเข้าจริงปรากฏว่าสนุกมาก ด้วยความสามารถในการร่ายรำของอาจารย์หนึ่ง ชื่อในวงการว่าโนรากฤษฎา ชาตรีศิลป์ (ชื่อจริงว่ากฤษฎา วิสัยรัตน์) กับลูกศิษย์ตัวน้อย ๆ ด้วยลีลาการดัดตัวอ่อนราวกับยางยืดไม่แพ้ยิมนาสติกสมัยใหม่ ผสมผสานกับลูกเล่นลูกฮาที่นำมาหยอกล้อกับคนดู เรียกว่าฮาแทบทุกนาทีเลยเชียวครับ ขนาดผมฟังไม่รู้เรื่องยังฮาด้วยเลย คิดดูแล้วกัน

ด้วยความสนุกสนานถูกใจนักท่องเที่ยวที่มาชม ได้รับความนิยมอย่างมาก จากที่กำหนดจัดให้มีแค่ตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน ถึง 2 พฤษภาคม เท่านั้น ก็เลยมีการขยายเวลาการแสดงออกไปอย่างไม่มีกำหนด ใครผ่านมาชุมพร แนะนำว่าต้องแวะมาดูครับ ***รับรองไม่ผิดหวัง****"*

(ภาคภูมิ น้อยวัฒน์, 2559 มิถุนายน, หน้า 101)

รวมทั้งการใช้คำว่า "แน่นอนว่า" เป็นคำที่ผู้เขียนแสดงความมั่นใจในความเชื่อของตนเองว่า จิตรกรรมฝาผนังภายในโบสถ์วัดป่าเกด ตำบลทรงคนอง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการนั้นเป็นศิลปะที่ล้ำค่า และควรที่จะอนุรักษ์ไว้ให้ลูกหลานได้มีโอกาสชมความงดงามด้วยตาของตนเอง เช่นเดียวกับที่ผู้เขียนกำลังได้ชมอยู่ในขณะนี้ ดังตัวอย่าง

*"**แน่นอนว่า**เราโชคดีที่ทันได้เห็นมรดกของชาติที่ถูกสรรค์สร้างด้วยศรัทธาของบรรพบุรุษ แต่คนรุ่นหลังอาจไม่มีโอกาสได้เห็นภาพงามเหล่านี้ผ่านสองตาของตัวเอง"*

(พริมา อ่วมเจริญ, 2560 สิงหาคม, หน้า 55)

1.2.4.2 **ทัศนภาวะความพึงพอใจ** เป็นทัศนภาวะที่ผู้เขียนใช้ในการบ่งบอกความพึงพอใจที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง โดยหมายถึง ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อกิจกรรมหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในการท่องเที่ยว ซึ่งระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ เช่น การใช้คำว่า "เยี่ยมมาก" เป็นการแสดงทัศนภาวะบอกความพึงพอใจที่ได้รับชมความสวยงามของทะเลหมอก โดยผู้เขียนกล่าวถึงความสวยงามของทะเลหมอกที่ดอยปุยว่าแม้จะไม่ได้ขึ้นไปบนจุดชมวิว แต่ก็สามารถชื่นชมความงามได้จากจุดกางเต็นท์ด้านล่าง ซึ่งเป็นความงามที่สร้างความพึงพอใจได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างนี้สื่อถึงอุดมการณ์ความเป็นไทยที่เกี่ยวโยงกับความบริสุทธิ์ของพื้นที่ธรรมชาติที่ยังคงมีความงดงามทั่วทุกจุด แม้ว่าพื้นที่นั้นจะกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้วก็ตาม ดังตัวอย่าง

*"ความมหัศจรรย์ของทะเลหมอกที่ดอยปุยหลวง จะพบได้ยามเมื่อพระอาทิตย์ขับแสงสาดส่องลงมา ก็จะเห็นกลุ่มทะเลหมอกฟูฟ่องขยายตัวหนาตามากขึ้น จนแลดูแน่นอยู่ในหุบเขาข้างล่าง เพื่อนบางคนที่ไม่ได้ขึ้นมาบนจุดชมวิวบอกว่า 'ผมอยู่หน้าเต็นท์ก็พอแล้ว เห็นทะเลหมอกได้เต็ม ๆ เหมือนกัน เปิดประตูเต็นท์ก็ชมทะเลหมอกได้เลย ...**เยี่ยมมาก**เลยครับ'"*

(สมศักดิ์ ล่ำพงศ์พันธุ์, 2558 มกราคม, หน้า 55)

1.2.4.3 **ทัศนภาวะความต้องการ** เป็นทัศนภาวะที่เกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่และความผูกพันของผู้เขียนโดยมีการสื่อถึงความจำเป็น การอนุญาต ความสามารถ และความต้องการ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่า ผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใด ซึ่งสามารถสังเกตได้จากคำช่วยกริยา ได้แก่ ควร ไม่ควร ต้อง ต้องไม่ อย่า ขอ และอยาก ในที่นี้ผู้วิจัยได้รวมทัศนะการเตือน การสั่ง และการแนะนำด้วย เนื่องจากเป็นการบ่งบอกให้ผู้อ่านทราบว่าในขณะที่มีการท่องเที่ยววิถีไทย นักท่องเที่ยวควรทำหรือไม่ควรทำสิ่งใด เช่น การใช้คำว่า "ขอความร่วมมือ" เป็นทัศนภาวะบอกความต้องการ ด้วยการใช้คำที่สื่อถึงความปรารถนาของผู้เขียน โดยใช้คำช่วยกริยา "ขอ" ร่วมกับคำที่สื่อความหมายถึงการปฏิบัติ "ความร่วมมือ" เพื่อสื่อถึงความคิดและมุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่พึงกระทำในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีเนื้อความเกี่ยวข้องกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมการให้อาหารลิงที่เขาสามมุข ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งแม้การให้อาหารสัตว์จะเป็นวิถีปฏิบัติตามค่านิยมของการเป็นผู้มีจิตใจดี แต่หากให้อาหารสัตว์ไม่เป็นที่เป็นทาง สร้างความสกปรกเลอะเทอะให้กับสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนอาจก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์เหล่านั้น การให้อาหารสัตว์ที่ขาดความรับผิดชอบก็เป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ของการท่องเที่ยววิถีไทย เพราะได้สร้างความเดือดร้อน และไม่ได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งที่ดีงามตามความหมายความเป็นไทย เป็นต้น ดังตัวอย่าง

*"ชาวเขาสามมุข**ขอความร่วมมือ**จากผู้ใจบุญทั้งหลาย **ไม่ควร**ทำทานด้วยการขับรถสามล้อหรือรถกระบะบรรทุกอาหารลิงแล้วโกยอาหารให้ลิงลงบนถนนรอบเขาสามมุขไปเรื่อย ๆ เข้าใจว่ามีจิตใจดีประสงค์จะทำทาน แต่ใจหนึ่งก็กลัวลิงลูกโจมทำร้ายจึงทำแบบนี้*

การทำทานวิธีนี้คุณกำลังสร้างความเดือดร้อนให้ผู้ร่วมทาง และค่อย ๆ ฆ่าลิงโดยไม่รู้ตัว เมื่อลิงลงมานั่งกินอาหารกลางถนนย่อมเสี่ยงต่อการถูกรถชน เพื่อนที่ร่วมใช้ถนนก็ต้องคอยหลบหลีกลิงน้อยใหญ่ที่เฮละโลมานั่งกินอาหารเต็มถนน หลบไม่พ้นก็เหยียบชนตายเอาง่าย ๆ

ไหน ๆ ก็ใจบุญแล้ว เพิ่มรายละเอียดอีกนิดเดียวเองนะคะ"

(จริยา ชูช่วย, 2558 กันยายน, หน้า 41)

1.3. **กลวิธีทางอรรถศาสตร์ร่วมกับกลวิธีวัจนปฏิบัติศาสตร์** ได้แก่

การใช้อุปลักษณ์ เป็นการเปรียบเทียบในลักษณะการเชื่อมโยงความคิดจากการใช้คำที่มีความหมายถ่ายโยงจากวงความหมายหนึ่งไปอีกวงความหมายหนึ่ง (Domain) ซึ่งเป็นไปอย่างอิสระโดยที่เราไม่รู้ตัวและเป็นการเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ (ชัชวดี ศรลัมพ์, 2548, หน้า 8) เช่น การใช้อุปลักษณ์โดยนำ “สวรรค์” ซึ่งเป็นภพภูมิตามความเชื่อว่าเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยความสุข มาเปรียบเทียบให้เป็น “สถานที่ท่องเที่ยว” ทำให้ผู้อ่านเข้าใจว่าภาวะปิติยินดี สุขกายสบายใจจากประสบการณ์ท่องเที่ยวนั้นเป็นความสุขในรูปแบบเดียวกับการได้ไปเยือนสวรรค์ เป็นต้น ดังตัวอย่าง

“เช่าเก้าอี้ผ้าใบแล้วนอนดูเรือใบแล่นกันขวักไขว่ ถ้าอยากเล่นมีเรือใบให้เช่า 20 กว่าลำ ส่วนคุณหนู ๆ ***ที่นี่คือสวรรค์****มีกิจกรรมให้ทำหลายอย่าง”*

(จริยา ชูช่วย, 2558 กันยายน, หน้า 41)

2. **ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ความเป็นไทย** ผลการศึกษาพบอุดมการณ์ หรือชุดความคิด “ความเป็นไทย” 3 ชุดความคิด ดังนี้

ชุดความคิดที่ 1 ความเป็นไทย คือ ความล้ำค่า

ความล้ำค่า เป็นการให้ความหมายที่เกิดจากการเลือกใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความเป็นไทย โดยเฉพาะคำที่มีความหมายเกี่ยวกับความล้ำค่า เช่น “คุณค่า” “หวงแหน” “รักษา” “อนุรักษ์” “เก็บ” “ภูมิใจ” และเมื่อผสมผสานเข้ากับกลวิธีการแสดงทัศนภาวะความมั่นใจ ทำให้เชื่อว่าความเป็นไทย (บางอย่าง) เป็นสิ่งที่ควรหวงแหน นอกจากนี้ยังใช้กลวิธีทางภาษาแบบสหบทที่นำความรู้ ซึ่งเป็นการให้ความหมายความเป็นไทยผ่านแง่มุมทางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วิถีชีวิต หรือวิทยาศาสตร์เข้ามาสอดแทรก ทำให้ความเป็นไทยที่กล่าวถึงกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น จนบางครั้งไม่สามารถประเมินคุณค่าได้ เป็นความล้ำค่าที่ควรหวงแหน รักษา น่าภาคภูมิใจ และควรไปสัมผัสด้วยตนเอง เช่น การนำความเชื่อมาสร้างเป็นจุดเด่นให้สถานที่ท่องเที่ยวดูน่าสนใจมากขึ้น ในขณะเดียวกันความหมาย “ความเป็นไทย คือ ความล้ำค่า” ก็ทำให้สิ่งของบางอย่างเปลี่ยนสถานภาพไป เช่น จากอดีตเป็นสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ปัจจุบันกลับเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อไปฝาก หรือซื้อไปเก็บไว้เป็นที่ระลึก เป็นต้น

การให้ความหมายเช่นนี้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ที่มีการวางกลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม เน้นให้คนไทยมีความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยด้วยการท่องเที่ยวภายในประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มองการท่องเที่ยวเป็นสินค้า โดยสินค้าชนิดนี้ต้องจ่ายเงินก่อนจึงจะได้เห็น ได้สัมผัส และทุกคนสามารถซื้อสินค้าชนิดนี้ได้โดยไม่จำกัดเพศ อายุ หรือสถานภาพ ดังนั้นผู้ผลิตจึงพยายามนำองค์ประกอบบางส่วนของสินค้ามาเป็นจุดขาย สร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) และเกิดความต้องการซื้อต่อไป

ชุดความคิดที่ 2 ความเป็นไทย คือ ความบริสุทธิ์

ความบริสุทธิ์ เป็นการให้ความหมายที่ทำให้ความเป็นไทยดูมีเสน่ห์ ลึกลับ น่าค้นหา เป็นการให้ความหมายที่เกิดจากการเลือกใช้คำศัพท์ การอ้างถึงทัศนภาวะความพึงพอใจ และมูลบทที่แสดงถึงความบริสุทธิ์ หรืออื่น ๆ ที่มีความหมายในทางเดียวกัน เช่น ความดั้งเดิม ความเป็นของแท้ ความเป็นอมตะ ซึ่งคนทั่วไปเข้าใจว่า “ความบริสุทธิ์” หมายถึง การไม่ถูกดัดแปลง แต่งเติม และเป็นอยู่แบบเดิม ความหมายนี้มีอยู่ในความเป็นไทยดั้งเดิมและความเป็นไทยพื้นบ้าน ดังนั้นการสื่อความหมายความเป็นไทย คือ ความบริสุทธิ์ย่อมทำให้ผู้อ่านเกิดความคาดหวังว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอมีความเป็นไทยที่ไม่ถูกดัดแปลง ทว่าในความเป็นจริงพื้นที่ใดที่การท่องเที่ยวเดินทางไปถึงล้วนมีการดัดแปลงพื้นที่ เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ทำให้พื้นที่หรือรูปแบบประเพณี วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ถูกดัดแปลงไปไม่มากก็น้อย แม้ว่าทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะยืนยันว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นกิจกรรมที่มีมาแต่เดิมแล้วก็ตาม

การให้ความหมายเช่นนี้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองภายใต้ชื่อ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” รวมทั้งการส่งเสริมและสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) เป็นแนวคิดที่มองว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนา ต่อยอด และสร้างมูลค่าได้ โดยผู้ผลิตมีการปรุงแต่งให้การท่องเที่ยวเมืองรองมีความน่าสนใจ ด้วยการนำเสนอความบริสุทธิ์ของพื้นที่ที่ยังไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งแท้ที่จริงแล้วก่อนมีการคัดเลือกจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจศักยภาพของแต่ละจังหวัด และปรับปรุงจนมีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยวมาก่อนแล้ว ผนวกกับการนำตำนานเล่าขานและเอกลักษณ์บางอย่างมารวมกัน จนสามารถประกอบสร้างความหมายให้เมืองรองกลายเป็น “เมืองต้องห้าม...พลาด” สำหรับนักท่องเที่ยวในที่สุด นอกจากนี้ความหมาย “ความเป็นไทย คือ ความบริสุทธิ์” ยังปรากฏในตัวบทที่นำเสนอเกี่ยวกับสินค้าและบริการชุมชน OTOP ด้วย เช่น มีการกล่าวถึงลักษณะเฉพาะของพืชพันธุ์พื้นถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบของสินค้าทำให้สินค้าธรรมดากลายเป็นสินค้าพิเศษ เพราะมีความดั้งเดิม มีเอกลักษณ์ ไม่เหมือนสินค้าชนิดเดียวกันในพื้นที่อื่น จนนำไปสู่การซื้อหาหรือมาเยือนเพื่อให้ได้สัมผัสความดั้งเดิมนั้นด้วยตนเอง

ชุดความคิดที่ 3 ความเป็นไทย คือ องค์ความรู้

องค์ความรู้ เป็นอีกความหมายหนึ่งของความเป็นไทยที่มีการสื่อสารในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. โดยบทความแนะนำการท่องเที่ยวมักสอดแทรกความรู้หลากหลายแขนง เช่น ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ศาสนา เป็นต้น ถือเป็นการใช้สหบทที่ทำให้การท่องเที่ยววิถีไทยไม่ใช่เพียงการเดินทางไปพักผ่อน หรือทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่ยังสื่อความหมายว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้แขนงต่าง ๆ ร่วมด้วย กล่าวคือ พื้นที่ท่องเที่ยวเป็นเสมือนแหล่งให้ความรู้ ส่วนความเป็นไทยก็มีความหมายเท่ากับความรู้ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ การท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

หรือมีเรื่องราวความเป็นมายาวนานย่อมหมายถึงความรู้ที่รอให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเก็บเกี่ยว ที่สำคัญเมื่อมาผนวกกับค่านิยม “ความรู้ไม่ได้มีอยู่แค่ในห้องเรียน” หมายความว่า แม้การศึกษาเป็นช่องทางหลักในการได้รับความรู้ แต่ขณะเดียวกันกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ อย่างการท่องเที่ยวก็เป็นวิธีที่คนสามารถรับความรู้ได้เช่นกัน ซึ่งความรู้เหล่านั้นมักมีการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ น่าค้นหา และสนุกสนาน จึงยิ่งทำให้ผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) นิยมรับความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวนั่นเอง

การให้ความหมายเช่นนี้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนให้คนในชุมชนเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว เป็นปราชญ์ผู้ให้ความรู้ในด้านวิถีชีวิต และการทำเกษตรกรรมในชุมชน เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) เป็นการนำแนวคิดที่มองว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีผู้คนในท้องถิ่นเป็นผู้นำเสนอความรู้ และ “ความเป็นไทยก็คือความรู้แขนงหนึ่ง” ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสเมื่อมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

ในขณะเดียวกัน ชุดความคิดทั้ง 3 ข้างต้น ยังมีความสัมพันธ์กับวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากตัวบทภาษาเป็นภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมที่ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคม หรือแบบแผนทางสังคมด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้อุดมการณ์ความเป็นไทยที่นำเสนอในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. จึงมีการให้ความหมายที่หลากหลาย ความเป็นไทยเหล่านี้ปรากฏผ่านมุมมองและการรับรู้ในด้านบทบาทของผู้เขียนที่นำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยการที่ผู้เขียนเป็นคณะทำงานหนึ่งในสังกัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวโดยตรง ผู้เขียนย่อมได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ที่มีข้อมูลความรู้ และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ผู้อ่าน คือ ผู้รับสารที่ชื่นชอบการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวของผู้เขียนหรือเป็นผู้ที่กำลังแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว ลักษณะดังกล่าวทำให้มีแนวโน้มสูงว่าผู้ผลิตมีความน่าเชื่อถือและมีอำนาจเหนือกลุ่มผู้รับสาร ผู้ผลิตต้องการให้ข้อมูล ข่าวสาร แนะนำ และโน้มน้าว เพื่อผู้รับสารจะได้นำไปปฏิบัติ ซึ่งข้อมูลและข่าวสารเหล่านั้นเป็นการให้ความหมายที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยที่มีความพยายามสื่อว่า สังคมไทยเป็นสังคมที่อบอุ่น เข้มแข็ง คนไทยมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีความสุข ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตร มีน้ำใจ และมีความจริงใจ แม้ในชุมชนเล็ก ๆ ก็มีความเข้มแข็งด้วยวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมและภูมิปัญญาของปราชญ์ชาวบ้าน ในขณะเดียวกันก็ยังคงภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงาม ควรค่าแก่การรักษา พร้อมทั้งเป็นเมืองที่มีความทันสมัย มีมาตรฐาน และมีความเป็นสากลควบคู่ไปด้วยกัน

ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า สาเหตุที่ผู้คนในสังคมจำนวนมากให้การยอมรับการท่องเที่ยววิถีไทยนั้น เนื่องจากเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่ทำให้คนได้กลับไปหารากเหง้าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของการมีชีวิตในแบบสมัยใหม่ที่ผู้คนมักตั้งคำถามถึงที่มาของทุกสรรพสิ่งรอบตัว

บทสรุป

ในอดีตการให้ความหมายอุดมการณ์ความเป็นไทยอาจมีวัตถุประสงค์ในแง่การปกครอง เพื่อสร้างสำนึก ทำให้รู้สึกคล้อยตาม ซึ่งเป็นการควบคุมความคิดตามอุดมการณ์ชาตินิยม และมักถูกหยิบยกขึ้นมาใช้อย่างเด่นชัดในค่านิยมอื่น ๆ มากกว่าการท่องเที่ยว ขณะที่ปัจจุบัน “ความเป็นไทย” ในด้านการท่องเที่ยวกลับมีปรากฏขึ้นอย่างชัดเจน โดยรัฐเป็นผู้ให้ความหมายความเป็นไทยผ่านการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ผลิตนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการทำงานสังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอันเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐ ก็ได้จัดทำบทความแนะนำการท่องเที่ยวออกมาเผยแพร่ต่อสาธารณชน ดังนั้นนโยบายดังกล่าวย่อมมีผลต่อการให้ความหมาย “อุดมการณ์ความเป็นไทย” โดยปรากฏชุดความคิด “ความเป็นไทย” 3 ชุดความคิด คือ “ความเป็นไทย คือ ความล้ำค่า” “ความเป็นไทย คือ ความบริสุทธิ์” และ “ความเป็นไทย คือ ความรู้”

ประกอบกับเมื่อเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงเวลาต่าง ๆ ผู้คนในต่างจังหวัดที่เคยอพยพเข้ามาทำงานในเมืองหลวงได้เริ่มเดินทางกลับบ้าน เพื่อหาเลี้ยงชีพเช่นเดียวพ่อแม่ปู่ย่าตายายของตนในอดีต เช่น ทำไร่ ทำนา ทำสวน มีชีวิตอยู่กับประเพณี วัฒนธรรม และธรรมชาติในพื้นถิ่นของตนเอง เมื่อภาพความเป็นอยู่เหล่านั้นได้ถูกนำเสนอผ่านใบหน้าที่มีรอยยิ้มและเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง ผู้คนส่วนหนึ่งในสังคมจึงมองว่า วิถีชีวิตดังกล่าวเป็นวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยความสุขและเป็นความเรียบง่ายที่น่าสัมผัส จนเริ่มหวนกลับไปกล่าวถึงข้าวของเครื่องใช้ สถานที่ และวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต การกล่าวถึงมีทั้งในระดับปัจเจกชนและกลุ่มสื่อสาธารณะต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์ความเป็นไทย โดยที่น่าสนใจคือมีการนำเสนอออกมาในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสหรือหวนนึกถึงความเป็นไทยในแบบที่ต้องการ แต่การสัมผัสเหล่านั้นก็เป็นเพียงการจำลองผ่านฉาก ผ่านรูปแบบกิจกรรม และเป็นการสัมผัสเพียงชั่วคราว เพราะเมื่อการท่องเที่ยวจบลงนักท่องเที่ยววิถีไทยก็จะกลับไปใช้ชีวิตในแบบวิถีเดิมของตนเอง

ดังนั้น “อุดมการณ์ความเป็นไทย” จึงเป็นความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ที่รัฐได้ให้ความหมายว่าเป็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็นตัวตนของคนไทย สังคมไทย และวิถีชีวิตไทย โดยความหมายเหล่านี้ถูกผลิตซ้ำและถ่ายทอดลงในสินค้าท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสถานที่ สิ่งของ อาหาร รูปแบบกิจกรรม หรือแม้แต่วิถีชีวิตของผู้คนผ่านกลวิธีทางภาษาในนิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยววิถีไทยเป็นรูปแบบกิจกรรมที่ต้องทำ เพื่อให้ตนเองได้สัมผัสความล้ำค่า ความบริสุทธิ์ และได้รับความรู้ นั่นเอง

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ***แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560.*** สืบค้น 20 ธันวาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์, และ จันทิมา เอียมานนท์. (2549). ***มองสังคมผ่านวาทกรรม.*** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2549). ***ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.

กาญจนา สุคัณธสิริกุล. (2556). ***การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*** (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จริยา ชูช่วย. (2558, กันยายน). บางแสนถึงอ่างศิลา 51 ปี ที่ปราโมทย์เล่าว่า... จริยาจะยังเห็นไหม. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 56(2), 41.

จริยา ชูช่วย. (2560, เมษายน). ถ้าไม่รีบร้อนแวะนอนบ้านเรานะ “พัทลุง”. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 57(9), 62.

จันทิมา อังคพณิชกิจ. (2554). สหบท: มุมมองใหม่ในการวิเคราะห์ภาษาและวาทกรรม. ***วารสารภาษาและภาษาศาสตร์***, 29(2), 1-26.

ชญานี รัตนรอด. (2550). ***การใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.*** (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชนกพร อังศุวิริยะ. (2558). ทัศนภาวะในวาทกรรมการเงิน: สินเชื่อ บัตรเครดิตและบัตรกดเงินสดจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์. ***วารสารภาษาและภาษาศาสตร์***, 34(1), 1-17.

ชัชวดี ศรลัมพ์. (2548). อุปลักษณ์ตามแนวคิดของทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน. ***วารสารวารสารศิลปศาสตร์***, 5(5), 8.

ณัชช์นนท์ ทองแพง. (2560). ***ภาพตัวแทนความเป็นไทยผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์*** (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). ***วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย***. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธเนศ งามสม. (2560, กันยายน). พรุโต๊ะแดง ลมหายใจแห่งวิถีชีวิตแดนใต้. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 58(2), 55.

นาตยา สำราญทรัพย์. (2559, สิงหาคม). เที่ยวชม...ยลตลาดริมน้ำท่าจีน. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 57(1), 34.

บุญนาค คดดี. (2558, พฤษภาคม). ชวนคนไม่เอาถ่าน แอ่วน่านม่วนใจ๋ ไปแบบเนิบ ๆ. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 55(10), 18.

ประชา สุวีรานนท์.(2558). ***อัตลักษณ์ไทย: จากไทยสู่ไทย ๆ***. นนทบุรี: ฟ้าเดียวกัน.

พรศิริ ขุนเดชสัมฤทธิ์. (2558, พฤศจิกายน). สายธารแห่งกาลเวลา “ชากังราว”. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 56(4), 90.

พริมา อ่วมเจริญ. (2560, กันยายน). คลองแดน เมื่อแผ่นน้ำไม่ได้แบ่งแยกเราสอง. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 57(10), 81.

พริมา อ่วมเจริญ. (2560, พฤษภาคม). เสน่ห์จันท์...คืนวันสุกหวานในบ้านสวน. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 57(10), 27.

พริมา อ่วมเจริญ. (2560, สิงหาคม). รัก (ษ์) ไม่จางที่บางกะเจ้า. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 58(1), 55.

เพ็ญนภา คล้ายสิงห์โต. (2553). ***อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมไทย: การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์*** (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทธิรา วิภวภิญโญ. (2558). กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในบทเพลงของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ. ***วารสารศิลปศาสตร์***, 15(2), 145-161.

ภาคภูมิ น้อยวัฒน์. (2559, มิถุนายน). หลากหลายหรรษา ชุมพร-ระนอง สองเมือง สองฟากทะเล. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 56(11), 101.

ภูพงัน ดาวกระจาย. (2560). ***ความเป็นธรรมชาติในวาทกรรมท่องเที่ยวไทย.*** (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มัญชุสา อังคะนาวิน. (2547). ***ปริจเฉทสารคดีท่องเที่ยวในอนุสาร อ.ส.ท.*** (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพงศ์ ไชยฤกษ์. (2558). ***ภาษาและอุดมการณ์ความเป็นชายที่ปรากฏในนิตยสาร จี เอ็ม: การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์*** (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วัลย์ลิกา จาตุประยูร. (2559). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนมือถือในเขตกรุงเทพมหานคร*** (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

วินิจ รังผึ้ง. (2558, มีนาคม). สุดขอบฟ้าอันดามัน. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 55(8), 43.

วีวีระ อำพันสุข. (2551). ***ความเป็นไทย.*** กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

สมศักดิ์ ล่ำพงศ์พันธุ์. (2558, มกราคม). มหัศจรรย์ทะเลหมอกที่ดอยปุยหลวง. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 55(6), 55.

สายชล สัตยานุรักษ์. (2550). ***ประวัติศาสตร์วิธีคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทยของปัญญาชน พ.ศ.2435-2535*** (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อภินันท์ บัวหภักดี. (2558, มีนาคม). มหกรรมเทศกาลประเพณีแห่งความสุข 12 เดือน มวยไทย ศิลปะไทย มรดกไทย มรดกโลก และไหว้ครูมวยไทยโลก. ***อนุสาร อ.ส.ท.***, 55(8), 20.

อุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2559). ความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารเรื่องค่านิยมหลักของไทย 12 ประการกับวัฒนธรรมไทย และอัตลักษณ์ไทยในทัศนะของวัยรุ่นไทยภายใต้กรอบแนวคิดบนพื้นฐานแนวคิดการใส่รหัสและถอดรหัสของ สจวร์ต ฮอลล์. ***วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย***, 6(3), 88-100.

Althusser, L. (1971). ***Lenin and philosophy and other essays***. London: New Left Books.

Fairclough, N. (1989). ***Language and power***. London: Longman.

Fairclough, N. (1992). ***Discourse and social change***. Cambridge: Polity Press.

Fairclough, N. (1995). ***Media discourse***. London: Edward Arnold.

Fairclough, N. (2003). ***Analysing discourse: Textual analysis for social research***. London: Routledge.

Kress, G. (1985). Ideological structures in discourse. In T. A. van Dijk (Ed.), ***Handbook of discourse analysis: Discourse in society*** (Vols. 4). Cambridge, MA: Academic Press.

Van Dijk, T.A. (1998). ***Ideology: A multidisciplinary approach***. New York: Sage.