

อัตลักษณ์ความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียน (ASEAN)

จากทัศนะของสื่อมวลชนไทย*

Belief Identities of 9 ASEAN Member States from Viewpoints of Thai Media



¹อุบลวรรณ สวนมาลี และ สิริวรรณ นันทจันทูล

¹Ubolwan Suanmalee and Siriwan Nantachantoon

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Humanities, Kasetsart University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: nuiubol@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย และ 2) เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องความเชื่อและกลวิธีทางภาษาในข้อความในการวิเคราะห์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ ทั้งนี้ใช้ตัวบทจากสื่อมวลชนไทย 4 ประเภท ได้แก่ รายการโทรทัศน์ หนังสือเล่ม นิตยสารข่าวรายสัปดาห์ และหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แบบง่าย และแบบมีระบบ ผู้วิจัยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า 1) อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอในสื่อมวลชนไทย แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา สังคมและประเพณี โหราศาสตร์ และไสยศาสตร์ และ 2) กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย พบ 3 กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์ กลวิธีการขยายความ และกลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาต่างๆ ในสื่อมวลชนไทยจึงมีความหลากหลาย ทำให้ผู้รับสารตระหนักถึงความแตกต่างหลากหลายซึ่งจะช่วยลดอคติต่อประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทำให้เกิดการยอมรับและสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์; ความเชื่อ; กลวิธีทางภาษา; ประเทศสมาชิกอาเซียน; สื่อมวลชนไทย

Abstract

The objectives of this research article were: 1) to study the belief identities of 9 ASEAN member countries through Thai mass media, and 2) to examine the linguistic strategies used for presenting belief identities of 9 ASEAN member countries through Thai mass media, using the conceptual framework of beliefs and linguistic strategies in discourse for analysis. The research adopted a qualitative research methodology using content analysis, focusing on the

*Received January 25, 2022; Revised March 18, 2022; Accepted April 19, 2022



concept of belief and language strategies employed in the analyzed texts. The research collected data from four types of Thai mass media: Television programs; books; weekly news magazines, and daily newspapers. The sampling methods used included purposive sampling, simple random sampling, and systematic sampling. The researcher presents the findings of the data analysis through interpretative analysis.

The research findings revealed that: 1) The belief identities of the 9 ASEAN member countries, as presented in Thai mass media, can be categorized into four main groups: beliefs related to religion, society and customs, astrology, and superstition. 2) The linguistic strategies used to present the belief identities of the 9 ASEAN member countries through Thai mass media can be classified into three main approaches: lexicalization; modification and discourse-pragmatic strategies. The belief identities of the 9 ASEAN member countries, presented through various linguistic approaches in Thai mass media, exhibit diversity, which helps reduce bias towards neighboring ASEAN countries, which will be beneficial to intercultural communication causing acceptance and cooperation between each other for peaceful coexistence.

Keywords: Identities; Belief; Linguistic Strategies; ASEAN Member States; Thai Media

บทนำ

การเร่งรัดการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ.2558 ทำให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทยมากขึ้นทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ชาวไทยเตรียมพร้อมสำหรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนนั้น ประชาชนในแต่ละประเทศต้องร่วมมือกัน มีความเข้าใจอันดีต่อกัน มีทัศนคติที่ดีต่อประเทศสมาชิกอื่นๆ (Pitsuwan, 2012) แต่ในความเป็นจริงนั้นยังมีประชาชนอีกจำนวนมากที่มีทัศนคติในแง่ลบกับประเทศในกลุ่มซึ่งอาจเป็นผลมาจากการรับข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนซึ่งเป็นสื่อสาธารณะที่กระจายออกไปสู่ประชาชนในวงกว้าง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยใช้ภาษาที่แฝงทัศนคติในแง่ลบต่อประเทศสมาชิกอาเซียนอาจส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของชาติเหล่านั้น

สื่อมวลชนทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าสนใจ เนื่องจากสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารได้จำนวนมากและมีความคงทน เพราะเป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงมีการผลิตซ้ำต่อเนื่อง ดังนั้นย่อมมีอิทธิพลต่อความคิดของคนในสังคมจำนวนมาก (Chantrawatanakul, 2010) จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าในสื่อมวลชนไทยซึ่งในที่นี้หมายถึงช่องทางที่ผู้ส่งสารชาวไทยใช้ในการสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชาวต่างชาติไปในแง่ลบที่ผู้ส่งสารต้องการทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ซึ่งเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชาวต่างชาติให้ผู้รับสารได้รับรู้

อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยยะ คือความเหมือน และ ความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคมและมีความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา อัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่นๆ ด้วย อัตลักษณ์มีทั้งที่เป็นระดับบุคคล (individual) ซึ่งบุคคลหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง เช่น เพศสภาพ กลุ่มชาติ

พันธุ์ชาติ ช่วงชั้นทางสังคม อาชีพ และศาสนา เป็นต้น และอัตลักษณ์ระดับกลุ่ม (collective) ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ร่วมถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกในกลุ่ม แต่บนพื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่มนั้น ย่อมมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มตนด้วย (Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology (SAC), 2004) อัตลักษณ์ของชาวต่างชาติในที่นี้ หมายถึง อัตลักษณ์ของชาวต่างชาติผ่านมุมมองของคนไทยที่ปรากฏในสื่อมวลชนไทย โดยที่คนไทยสื่อความคิดผ่านภาษา กล่าวอีกนัยคือผู้ส่งสารชาวไทยใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชาวต่างชาติผ่านกลวิธีทางภาษาในรูปแบบต่างๆ

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติผ่านสื่อมวลชนไทยของผู้ส่งสารชาวไทยที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบนั้นอาจมีอิทธิพลต่อความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารจำนวนมากทั้งที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย หากข้อมูลในแง่ลบนั้นทำให้ผู้รับสารคล้อยตามและเกิดอคติต่อชาวต่างชาติ อาจทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ด้านความเชื่อ ซึ่งความเชื่อ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกที่แน่วแน่มั่นคงว่าบางสิ่งนั้นมีอยู่จริงหรือเป็นจริง ความมั่นใจว่าบางสิ่งนั้นดีหรือถูกต้อง (a strong feeling that something/somebody exists or is true; confidence that something/somebody is good or right) (Hornby and Wehmeier, 2000) เป็นลักษณะที่บุคคลไว้วางใจ ยึดมั่น ยอมรับนับถือ เห็นตามด้วยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งที่มีตัวตนหรือไม่มีว่าเป็นความจริงหรือมีอยู่จริง ความเชื่อไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลหรือมีรากฐานอยู่บนข้อเท็จจริง หรือต้องพิสูจน์ได้เสมอ ความเชื่อเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ (Nimmanhaemin et al. 2012) ดังนั้นความเชื่อของคนจึงส่งผลต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิต บทความวิจัยนี้นำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยและกลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อเหล่านั้น ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจทัศนะของชาวไทยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนสำหรับเป็นข้อมูลในการสร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศึกษาอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทย
2. เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิเคราะห์จากข้อมูลในสื่อมวลชนไทย 2 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือเล่ม นิตยสารข่าวรายสัปดาห์ หนังสือพิมพ์) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (รายการโทรทัศน์) ระหว่างวันที่ 8 สิงหาคม 2510 (วันก่อตั้งสมาคมอาเซียน) – 30 ธันวาคม 2558 (ก่อนการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในวันที่ 31 ธันวาคม 2558) ที่เกี่ยวข้องกับชาวต่างชาติใน 9 ประเทศสมาชิกอาเซียน ได้แก่ กัมพูชา บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและนอกประเทศไทย โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบบง่าย (Simple Random Sampling) และแบบมีระบบ (Systematic Sampling) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ความเชื่อ สื่อมวลชน กลวิธีทางภาษา และประเทศอาเซียน

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ความเชื่อ สื่อมวลชน กลวิธีทางภาษา และประเทศอาเซียน จากนั้นคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสื่อมวลชนไทย 4 กลุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่างคือ รายการโทรทัศน์ (15 ชื่อรายการ 329 คลิป) หนังสือเล่ม (148 รายชื่อ) นิตยสารข่าวรายสัปดาห์ (5 รายชื่อ ได้แก่ มติชนสุดสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ผู้จัดการสุดสัปดาห์ และโลกวันนี้วันสุข จำนวน 1,345 ฉบับ) และหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน (6 รายชื่อ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด สยามรัฐ บ้านเมือง และมติชน จำนวน 2,244 ฉบับ) และเก็บรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนจากสื่อมวลชนไทยทั้ง 4 กลุ่ม

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียน โดยประมวลจากกรอบแนวคิดเรื่องความเชื่อของเดียน คำดี (Kamdee, 2002) และประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ (Nimmanhaemin et al. 2012) และวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอเรื่องราวความเชื่อของชาวต่างชาติ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียน ตามกรอบแนวคิดเรื่องกลวิธีทางภาษาในข้อความของจันทิมา อังคพนิชกิจ (Angkapanichkit, 2014)

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาอัตลักษณ์ความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทย ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทย ผลการศึกษาพบอัตลักษณ์ด้านความเชื่อ 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ความเชื่อด้านศาสนา ความเชื่อด้านสังคมและประเพณี ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อด้านไสยศาสตร์ แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ด้านความเชื่อมีความหลากหลาย สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทย

กลุ่มความเชื่อ	ประเทศที่พบ	ลักษณะความเชื่อ
1. ศาสนา	พบทั้ง 9 ประเทศ	การนับถือศาสนาต่างๆ ได้แก่ พระพุทธศาสนา อิสลาม คริสต์ พราหมณ์-ฮินดู การนับถือผี และลัทธิต่างๆ
2. สังคมและประเพณี	พบ 8 ประเทศ (ยกเว้นบรูไน)	สิ่งที่เป็นมงคลและอัปมงคล เคล็ดและการแก้เคล็ด สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อเกี่ยวกับอาชีพต่างๆ
3. โหราศาสตร์	กัมพูชา, พม่า, ลาว, เวียดนาม, สิงคโปร์	การทำนายดวงชะตา การทำนายความฝัน การดูฤกษ์ยาม การเสี่ยงทาย
4. ไสยศาสตร์	กัมพูชา, ลาว	คุณไสยมนตร์ดำ เวทมนตร์คาถา เครื่องรางของขลัง ยาสั่ง

จากตารางที่ 1 ความเชื่อด้านศาสนาเป็นความเชื่อที่พบทั้ง 9 ประเทศ ความเชื่อด้านสังคมและประเพณีพบ 8 ประเทศ (ยกเว้นบรูไน) ความเชื่อด้านโหราศาสตร์พบ 5 ประเทศ และความเชื่อด้านไสยศาสตร์พบ 2 ประเทศ ผู้วิจัยยกตัวอย่างความเชื่อในแต่ละด้านดังนี้

1.1 ความเชื่อด้านศาสนา เป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการนับถือศาสนาต่างๆ ผลการวิจัยพบการนับถือศาสนาที่หลากหลาย ได้แก่ พระพุทธศาสนา ศาสนาอิสลาม ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ศาสนาคริสต์ การนับถือผีหรือวิญญาณบรรพบุรุษ และลัทธิต่างๆ ความหลากหลายเหล่านี้อาจเป็นการนับถือศาสนาที่

แตกต่างกันหรือนับถือศาสนาเดียวกันแต่ต่างกันในกายย่อยก็ได้ โดยทั้ง 9 ประเทศอาเซียน มีการนับถือศาสนา มากกว่า 1 ศาสนา ทั้งศาสนาหลักที่คนในชาติส่วนใหญ่นับถือและศาสนาที่มีคนนับถือในจำนวนรองลงไป หลายประเทศจึงมีศาสนาที่คนนับถือมากจนกลายเป็นศาสนาประจำชาติ ในขณะที่บางประเทศไม่มีศาสนาประจำชาติ สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความเชื่อด้านศาสนาของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทย

ศาสนาประจำชาติ	ประเทศ
พระพุทธศาสนา	กัมพูชา, พม่า, ลาว
อิสลาม	บรูไน, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย
คริสต์	ฟิลิปปินส์
ไม่มีศาสนาประจำชาติ	สิงคโปร์, เวียดนาม

จากตารางที่ 2 พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติของกัมพูชา พม่า และลาว ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติของบรูไน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ศาสนาคริสต์เป็นศาสนาประจำชาติของฟิลิปปินส์ ในขณะที่สิงคโปร์และเวียดนามไม่มีศาสนาประจำชาติ ตัวอย่างอัตลักษณ์ความเชื่อด้านศาสนาของชาวกัมพูชา (1) ชาวมลายู (2) ชาวฟิลิปปินส์ (3) และชาวสิงคโปร์ (4) ดังนี้

(1) ศาสนาประจำชาติของกัมพูชาคือศาสนาพุทธ ซึ่งมีผู้สันนิษฐานว่าเปลี่ยนจากศาสนาพราหมณ์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากชาวอินเดีย ชาวกัมพูชานับถือศาสนาพุทธร้อยละ 95 ศาสนาอิสลามร้อยละ 3 ศาสนาคริสต์ร้อยละ 1.7 ศาสนาพราหมณ์-ฮินดูร้อยละ 0.3 (Akira, 2012)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนนำเสนอว่าศาสนาประจำชาติของประเทศกัมพูชาคือพระพุทธศาสนา พร้อมระบุจำนวนชาวกัมพูชาที่นับถือพระพุทธศาสนาด้วยการใช้ค่าร้อยละที่แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนมากที่สุด แต่ยังคงมีชาวกัมพูชาบางส่วนที่นับถือศาสนาอื่นด้วย ได้แก่ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ และศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ทำให้ผู้รับสารเห็นความหลากหลายของการนับถือศาสนาของชาวกัมพูชา

(2) ศาสนาประจำชาติของประเทศมาเลเซียคือ ศาสนาอิสลาม ชาวมลายูประมาณร้อยละ 60 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 19 นับถือศาสนาพุทธ และร้อยละ 12 นับถือศาสนาคริสต์ (Pannapat, 2012)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนนำเสนอว่าศาสนาประจำชาติของประเทศมาเลเซียคือศาสนาอิสลาม พร้อมระบุจำนวนชาวมลายูที่นับถือศาสนาอิสลามด้วยการใช้ค่าร้อยละที่แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนมากกว่าศาสนาอื่นๆ แต่ยังมีชาวมลายูที่นับถือศาสนาอื่นด้วย ได้แก่ พระพุทธศาสนา ศาสนาคริสต์ ที่มีจำนวนร้อยละรองลงไป ทำให้ผู้รับสารเห็นความหลากหลายของการนับถือศาสนาของชาวมลายู

(3) ศาสนาคริสต์เป็นศาสนาประจำชาติของฟิลิปปินส์ ชาวฟิลิปปินส์กว่าร้อยละ 90 นับถือศาสนาคริสต์ โดยส่วนใหญ่เป็นนิกายโรมันคาทอลิกประมาณร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 10 นับถือนิกายโปรเตสแตนต์ (Kamto, 2012)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนนำเสนอว่าศาสนาประจำชาติของประเทศฟิลิปปินส์คือศาสนาคริสต์ พร้อมระบุจำนวนชาวฟิลิปปินส์ที่นับถือศาสนาคริสต์ด้วยการใช้ค่าร้อยละที่แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนมากถึงร้อยละ 90 แต่ในการนับถือศาสนาคริสต์นั้นมีความแตกต่างทางนิกายด้วย แสดงให้เห็นว่าแม้จะนับถือศาสนาเดียวกันแต่ก็ยังมี ความแตกต่างของนิกายที่นับถือ ทำให้ผู้รับสารเห็นความหลากหลายในการนับถือศาสนาคริสต์ของชาวฟิลิปปินส์

(4) สิงคโปร์เป็นประเทศที่ไม่มีศาสนาประจำชาติ แต่ละเชื้อชาติมีความเชื่อและนับถือศาสนาของตนเอง มีทั้งศาสนาพุทธ ลัทธิเต๋าและขงจื้อ ศาสนาอิสลาม ฮินดู คริสต์ เป็นต้น (Chanadisai, and Tochayangkun, 2013)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนใช้การปฏิเสธว่าประเทศสิงคโปร์ไม่มีศาสนาประจำชาติ แต่มีการนับถือศาสนาที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น คนเชื้อสายจีนนับถือพระพุทธศาสนา ลัทธิเต๋าและขงจื๊อ คนเชื้อสายมาเลย์หรือมลายูนับถือศาสนาอิสลาม คนเชื้อสายอินเดีย นับถือศาสนาฮินดู เป็นต้น ทำให้ผู้รับสารเห็นความหลากหลายของการนับถือศาสนาของชาวสิงคโปร์

1.2 ความเชื่อด้านสังคมและประเพณี เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย การดูแลรักษาตัวของคนและสัตว์ สิ่งที่เป็นมงคลและอัปมงคล เคล็ดและการแก้เคล็ด สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การแพทย์พื้นบ้าน ตลอดจนความเชื่อเกี่ยวกับอาชีพต่างๆ ผลการศึกษาพบว่าชาวต่างชาติ 8 ประเทศอาเซียน (ยกเว้นบรูไน) มีความเชื่อด้านสังคมและประเพณี สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ความเชื่อด้านสังคมและประเพณีและประเทศที่พบ

ความเชื่อด้านสังคมและประเพณี	ประเทศที่พบ
สิ่งที่เป็นมงคลหรือไม่เป็นมงคล	กัมพูชา, พม่า, มาเลเซีย, ลาว, เวียดนาม, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย
สิ่งศักดิ์สิทธิ์	กัมพูชา, ฟิลิปปินส์, เวียดนาม, อินโดนีเซีย
เคล็ดและการแก้เคล็ด	กัมพูชา, มาเลเซีย, เวียดนาม
ความเชื่อเกี่ยวกับอาชีพต่างๆ	พม่า

จากตารางที่ 3 ความเชื่อด้านสังคมและประเพณีเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นมงคลหรือไม่เป็นมงคลพบ 7 ประเทศ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์พบ 4 ประเทศ ความเชื่อเรื่องเคล็ดและการแก้เคล็ดพบ 3 ประเทศ และความเชื่อเกี่ยวกับอาชีพต่างๆ พบ 1 ประเทศ ตัวอย่างอัตลักษณ์ความเชื่อเรื่องสิ่งที่เป็นอัปมงคลและการแก้เคล็ดของชาวเวียดนามและชาวกัมพูชา (5) ดังนี้

(5) *ข่าวจากกรุงฮานอยแจ้งว่า ผู้คนเวียดนามเตรียมแก้เคล็ดอัปมงคลร้ายจากการที่ราหูมาเยือน เวียดนามปลายเดือนนี้ด้วยการยิงปืนขับไล่ ซึ่งนับว่าเป็นเคล็ดแก้ราหูเคล็ดเดียวกับกัมพูชาเพื่อนบ้านใช้ (“Yuan dispels lunar eclipse like Khmer”, 1995)*

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความเชื่อเกี่ยวกับปรากฏการณ์สุริยุปราคาที่เกิดขึ้นเมื่อดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ และโลกโคจรมาอยู่ในแนวเดียวกัน ดวงจันทร์จึงบังแสงอาทิตย์ที่ส่องมายังโลก เป็นเหตุให้เห็นดวงอาทิตย์มืดเป็นบางส่วนหรือทั้งหมด ซึ่งชาวเวียดนามและกัมพูชามีความเชื่อว่าเป็นสิ่งอัปมงคล จึงต้องแก้เคล็ดด้วยการยิงปืนขับไล่ราหู เนื่องจากชาวเวียดนามและชาวกัมพูชาเชื่อว่าเป็นลางไม่ดี เพราะสิ่งที่ทำให้ดวงอาทิตย์มืดนั้นคือราหูซึ่งเป็นภูตร้ายที่นำความอัปมงคลมาให้ ดังนั้นเมื่อเกิดปรากฏการณ์สุริยุปราคาหรือราหูอมพระอาทิตย์จึงต้องยิงปืนขับไล่ราหูออกไป โดยเชื่อว่าเสียงปืนจะทำให้ราหูตกใจกลัวและยอมคายพระอาทิตย์ให้กลับมาสว่างดังเดิม พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ให้ความหมาย “ราหู” ว่าเป็นชื่อสุรตนหนึ่งมีตัวขาดครึ่งท่อน เชื่อกันว่าเมื่อเวลามีสุริยุคราสหรือจันทรคราสเป็นเพราะดวงอาทิตย์หรือดวงจันทร์ถูกราหูอมเอาไว้ ในตำราโหราศาสตร์เป็นเทวดาพระเคราะห์ มีอาภรณ์และพาหนะสี่ล้อ ตัวอย่างนี้จึงแสดงให้เห็นถึงการแก้เคล็ดเมื่อเกิดปรากฏการณ์สุริยุปราคาตามความเชื่อของทั้ง 2 ประเทศที่มีอัตลักษณ์ความเชื่อร่วมกัน

1.3 ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการพยากรณ์หรือการทำนายเรื่องราวต่างๆ เช่น การทำนายดวงชะตา การทำนายความฝัน การดูแลรักษาสุขภาพ การเสี่ยงทาย เป็นต้น ความเชื่อด้านโหราศาสตร์เกิดจากการที่คนไม่รู้อนาคตและไม่รู้ว่าจะดำเนินการเรื่องบางอย่างที่จะส่งผลต่ออนาคตได้อย่างไร หรือเมื่อดำเนินการไปแล้วจะส่งผลอย่างไรในอนาคต การทำนายอนาคตจึงอาจช่วยตัดสินใจที่จะทำหรือไม่ทำบางอย่างได้ ผลการวิจัยพบว่าชาวต่างชาติ 5 ประเทศอาเซียนมีความเชื่อด้านโหราศาสตร์ สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ความเชื่อด้านโหราศาสตร์และประเทศที่พบ

ความเชื่อด้านโหราศาสตร์	ประเทศที่พบ
การทำนายดวงชะตา	กัมพูชา, พม่า
การทำนายความฝัน	กัมพูชา, พม่า
การดูฤกษ์ยาม	กัมพูชา, สิงคโปร์
การเสี่ยงทาย	กัมพูชา, พม่า, ลาว

จากตารางที่ 4 ความเชื่อด้านโหราศาสตร์เกี่ยวกับการทำนายดวงชะตาและการทำนายความฝันพบ 2 ประเทศ (กัมพูชาและพม่า) การดูฤกษ์ยามพบ 2 ประเทศ (กัมพูชาและสิงคโปร์) และการเสี่ยงทายพบ 3 ประเทศ (กัมพูชา พม่า และลาว) ตัวอย่างอัตลักษณ์ความเชื่อเรื่องการทำนายดวงชะตาของชาวกัมพูชา (6) ดังนี้

(6) รอบๆ วัดพนมมีที่ทำการไปรษณีย์ กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการคลัง หลังกระทรวงการคลังมีห้องสมุดแห่งชาติ แต่ที่เตะตาสุดๆ คือ มีหมอดูดวงด้วยไฟเต็มไปหมด พวกเขาอยู่ใต้ร่มไม้ ในสวนสาธารณะด้านหน้าของทางขึ้นพระอุโบสถ (La-or, 2003)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนแสดงให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องการทำนายดวงชะตาของชาวกัมพูชาด้วยการใช้ถ้อยคำว่า “มีหมอดูดวงด้วยไฟเต็มไปหมด” ซึ่งให้บริการดูดวงชะตาที่บริเวณด้านหน้าทางขึ้นพระอุโบสถวัดพนม จะเห็นได้ว่านอกจากชาวกัมพูชาจะนับถือพระพุทธศาสนาแล้วยังมีความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้หมอดูคือผู้ทำนายความเป็นไปของชีวิตด้วยการพยากรณ์ดวงชะตาของทุกๆ คน นั้นโดยอาจทำนายจากดวงดาว วันเวลาเกิด การเสี่ยงทาย เช่น ไฟหรือเชิมนี่ การพิจารณาจากร่างกาย เช่น ดูลายมือ ลายเท้า หรือการใช้พลังจิต เช่น ร่างทรง เป็นต้น การทำนายดวงชะตาอาจช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของอนาคตได้จึงมีหมอดูดวงด้วยไฟ “เต็มไปหมด” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชาวกัมพูชานิยมดูดวงชะตาจึงมีคนประกอบอาชีพหมอดูจำนวนมาก

1.4 ความเชื่อด้านไสยศาสตร์ หมายถึงความเชื่อเกี่ยวกับพลังอำนาจลึกลับที่วิทยาศาสตร์ไม่อาจพิสูจน์ได้ ซึ่งอำนาจลึกลับนั้นอาจส่งผลดีหรือไม่ดีต่อบุคคลได้ เช่น เวทมนตร์คาถา เครื่องรางของขลัง ยาสั่ง เป็นต้น ผลการวิจัยพบว่าชาวกัมพูชาและชาวลาวมีความเชื่อเกี่ยวกับคุณไสยมนตร์ดำ ดังตัวอย่าง (7) ต่อไปนี้

(7) ผมเคยได้ยินบางอย่างจากเพื่อนชาวลาวเกี่ยวกับอั้งต๊ะป๊อว่า เมืองนี้เป็นเมืองที่ขึ้นชื่อมากเรื่องคุณไสยมนตร์ดำ อาจเป็นเพราะมีพื้นที่ติดต่อกับเขมรซึ่งเป็นเจ้าพ่อและต้นตำรับเรื่องพรรคนี้อยู่แล้ว เพื่อนผมเตือนแบบไม่รู้จริงจังหรือเล่นๆ ว่า ถ้ามาเมืองนี้ ระวังอย่าให้เปลวไฟโดนเข้าก็แล้วกัน (Wongratakamon, 2011)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้เขียนแสดงให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ของชาวลาวที่เมืองอั้งต๊ะป๊อซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศลาวและมีพื้นที่ติดกับประเทศกัมพูชา เพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการกล่าวอ้างแหล่งที่มาของข้อมูลซึ่งเป็นชาวลาวเองรวมถึงการเตือนให้ระมัดระวังการถูกคุณไสยหากไปที่เมืองนี้ อีกทั้งยังมีการเชื่อมโยงไปถึงชาวกัมพูชาซึ่งตามความเห็นของผู้เขียนชาวกัมพูชาเป็น “เจ้าพ่อ” และ “ต้นตำรับ” เรื่องคุณไสยมนตร์ดำ ซึ่งเป็นทัศนะของผู้เขียนที่อาจไม่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือแตกต่างไปจากอัตลักษณ์ที่ชาวกัมพูชามองตนเอง ตัวอย่างนี้ผู้ส่งสารมีมุมมองที่ไม่ดีต่อความเชื่อเรื่องคุณไสยมนตร์ดำเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลร้าย จึงมีการเตือนให้ผู้รับสารระมัดระวังซึ่งอาจส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความกลัวและมีทัศนคติแง่ลบต่อชาวต่างชาตินำไปสู่ความไม่ไว้วางใจ เมื่อติดต่อสื่อสารกันอาจก่อให้เกิดปัญหาได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย ผลการวิจัยพบ 3 กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์ กลวิธีการขยายความ และกลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย

กลวิธีหลัก	กลวิธีย่อย
1. กลวิธีทางศัพท์	1) การเลือกใช้ศัพท์ 2) การอ้างถึง
2. กลวิธีการขยายความ	1) การขยายความด้วยคำ 2) การขยายความด้วยวลี 3) การขยายความด้วยอนุพจน์
3. กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม	1) การปฏิเสธ 2) การกลบเกลื่อน 3) การใช้วัจนกรรม 4) การใช้อุปลักษณ์ 5) การใช้เรื่องเล่า 6) การใช้สหพ

จากตารางที่ 5 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทยพบ 3 กลวิธีหลัก 11 กลวิธีย่อย มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กลวิธีทางศัพท์ ผลการวิจัยพบการใช้กลวิธีทางศัพท์เพื่อแสดงอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ 2 กลวิธีย่อย ได้แก่ การเลือกใช้ศัพท์ และการอ้างถึง มีตัวอย่างดังนี้

2.1.1 การเลือกใช้ศัพท์ การเลือกใช้ศัพท์คือการเลือกใช้คำศัพท์เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ เช่น การใช้คำศัพท์อ้างถึงหรือกล่าวถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นชาวต่างชาติ การเรียกชื่อชาวต่างชาติ ผลการวิเคราะห์พบว่าการเลือกใช้ศัพท์เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ **การใช้ศัพท์เรียกชาวต่างชาติ** เช่น จ้าย โพน มยินต์ ธวิน พี่ตุ้ย น้องอู๋-ลาลา อุ ดรมหารีร์ นายมุซา ฮีตัม รองนายกรัฐมนตรีมาเลเซีย ท่าน เขา พวกเขา ผู้เฒ่า เลขาธิการสภายูเอ็นดูแห่งมาเลเซีย ท่านพันเอกที่ประสานงานด้านท่องเที่ยว เป็นต้น และ **การใช้ศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อของชาวต่างชาติ** เช่น การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อทางพระพุทธศาสนา (พระสงฆ์ เณร พระภิกษุสามเณร บิณฑบาต บวช วัด) การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อในเรื่องผี (เจ้าที่เจ้าทาง ผีบรรพบุรุษ ของเซ่นไหว้ ศาล หมอผี) การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ (คำทำนาย ตำราทำนายทายทัก หมอดูดวงเสี่ยงทาย) การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ (การเสกตะปูเข้าท้อง มนต์ดำ รกแมงแห่งเครื่องราง) เป็นต้น

2.1.2 การอ้างถึง เป็นการเชื่อมโยงความด้วยการใช้คำหรือวลีเพื่ออ้างถึงคำ วลี หรือข้อความที่อยู่ข้างหน้า (Panupong et al. 2012) ผลการวิเคราะห์พบว่าการอ้างถึงเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติในสื่อมวลชนไทย ได้แก่ **การขำนามวลี** คือ การขำนามวลีเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อ เช่น ข้อความว่า “บริเวณเจดีย์ที่สำคัญทุกแห่งจะมีรูปปั้น “โบโบยี” นัตผู้พิทักษ์เจดีย์ตั้งอยู่ที่ใดที่หนึ่ง ที่เจดีย์ชเวดากองก็มีรูปปั้นนัตองค์นี้ตั้งอยู่ในตู้กระจกเคียงคู่กับ “ตะจามิง” หรือพระอินทร์ซึ่งถือว่าเป็นหัวหน้านัตทั้งปวง คำว่านัตหมายถึงวิญญาณศักดิ์สิทธิ์คล้ายกับเจ้าพ่อ เจ้าแม่ หรือเทพารักษ์ของไทยเรา ในพม่ามีนัต 37 ตนที่ผู้คนพากันนับถือ” (Burusphat, 2006) เป็นการเน้นย้ำความเชื่อเกี่ยวกับ “นัต” ของชาวพม่า **การใช้บุรุษสรรพนาม** เป็นการใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 2 และ 3 เรียกชาวต่างชาติ เช่น “รอบๆ วัดพนมมีที่ทำการไปรษณีย์ กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการคลัง หลังกระทรวงการคลังมีห้องสมุดแห่งชาติ แต่ที่เตะตาสุดๆ คือ มีหมอดูดวงด้วยไฟเต็มไปหมด พวกเขาอยู่ได้ร่มไม้ ในสวนสาธารณะด้านหน้าของทางขึ้นพระอุโบสถ” (La-or, 2003) โดยการใช้คำสรรพนาม “พวกเขา” อ้างถึงหมอดูดวงชะตาชาวกัมพูชา และ **การใช้คำบอกกำหนดชี้เฉพาะ** เป็นการใช้คำบอกกำหนดชี้เฉพาะตามหลังและอยู่ติดกับคำนามหรือคำลักษณนาม กลวิธี

ที่ผู้ส่งสารมักใช้ระบุหรือเจาะจงสิ่งที่กล่าวมาแล้วเพื่อยืนยันอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ เช่น “ประเพณีเช่นผีบรรพบุรุษ หรือที่คนกัมพูชาเรียกว่า บอนปรอจุมเบน และชาวไทยเชื้อสายเขมร เรียกว่า ประเพณีแซนโดนตาแคเป็น เป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดมาแต่โบราณ จัดขึ้นในช่วงแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ถึงขึ้น 1 ค่ำ เดือน 10 ประเพณีนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับสารทไทย แตกต่างกันเล็กน้อยที่รายละเอียดในพิธี” (Chanadisai, and Tochayangkun, 2013) โดย “ประเพณีนี้” อ้างถึงประเพณีเช่นผีบรรพบุรุษ

2.2 กลวิธีการขยายความ คือการใช้ถ้อยคำที่เป็นส่วนขยาย ผลการวิเคราะห์พบการขยายความ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ 3 ลักษณะ ได้แก่ การขยายความด้วยคำ การขยายความด้วยวลี และการขยายความด้วยอนุพากย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การขยายความด้วยคำ เป็นการใช้คำคุณศัพท์ (adjective) หรือคำวิเศษณ์ (adverb) เพื่อขยายคำนามหรือคำกริยาให้มีความหมายเด่นชัด เกิดภาพหรือความคิดบางอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผลการวิเคราะห์พบว่าการขยายความด้วยคำเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติมีทั้งการใช้คำคุณศัพท์ขยายคำนาม เช่น (มัสยิด) เก่าแก่ (วิญญาณ) ศักดิ์สิทธิ์ (ผู้แสวงบุญ) ชาวเวียดนาม ฯลฯ และ การใช้คำวิเศษณ์ขยายคำกริยา เช่น (ตาย) ร้าย (มีความเคร่งครัด) มาก (อัมปลงคล) ร้าย ฯลฯ

2.2.2 การขยายความด้วยวลี เป็นการใช้กลุ่มคำหรือวลีเพื่อขยายคำหรือกลุ่มคำให้มีความหมายเด่นชัด เกิดภาพหรือความคิดบางอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผลการวิเคราะห์พบว่าการขยายความด้วยวลีเพื่อนำเสนอ อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติมีทั้งการใช้บุพบทวลี เช่น (สี่เหล็อง) ของผู้ห่มคลุม ผ้ากาสาพัสตร์ (ที่พึ่งทางใจ) ตามความเชื่อพื้นบ้าน (รูปปูนปั้นสีสด) ของเทพเจ้าต่างๆ ตามคติความเชื่อในศาสนา (การเล่นของหรือคุณไสย) จากทางใต้ และการใช้วิเศษณ์วลี เช่น (ผี) ธรรมดาสามัญ (ศาสนาคริสต์) นิกายโรมันคาทอลิก (วัด) แบบมหายาน (ศาสนาฮินดู) แบบบาหลี่

2.2.3 การขยายความด้วยอนุพากย์ เป็นการใช้คุณานุประโยคหรือวิเศษณานุประโยค เพื่อขยายคำหรือกลุ่มคำให้มีความหมายเด่นชัด เกิดภาพหรือความคิดบางอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผลการวิเคราะห์พบว่าการขยายความด้วยอนุพากย์เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติมีทั้งการใช้คุณานุประโยค เช่น (น้ำศักดิ์สิทธิ์) ที่ใช้ล้างบาปและรักษาโรคร้ายไข้เจ็บ (นัต 37 ตน) อันเป็นวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ (ชาวบาหลี่) ผู้นับถือศาสนาฮินดู และวิเศษณานุประโยค เช่น (จุดตะเกียงสว่างไสวไปทั่วบ้านเรือนและตามท้องถนน) เพื่อเป็นการบูชาพระลักษมี (เดินทางไปวัด) เพื่อสวดมนต์ (ไม่รู้สึกละเลย) ว่าอยู่ในประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก

2.3 กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม เป็นกลวิธีที่ต้องอาศัยบริบทภายนอกตัวบท จึงเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้ ความคิด และข้อมูลทางสถานการณ์ และด้านสังคมวัฒนธรรมประกอบการวิเคราะห์ รวมถึงต้องอาศัยองค์ความรู้ทางภาษาศาสตร์ ด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์และความรู้ด้านวาทกรรมด้วย (Angkapanichkit, 2014) ผลการวิเคราะห์พบการใช้กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรมเพื่อแสดงอัตลักษณ์ความเชื่อของชาวต่างชาติ 6 กลวิธี ดังนี้

2.3.1 การปฏิเสธ เป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอข้อมูลในเชิงปฏิเสธ บอกปิด ไม่ยอมรับ หรือแย้งกับความคิด เหตุการณ์ หรือข้อมูลที่มีมาก่อนหน้า เช่นข้อความที่กล่าวว่า “นัตไม่ใช่ผีธรรมดาสามัญ” (Charoenying, 2001) ข้อความดังกล่าวเป็นการปฏิเสธความเชื่อเรื่องผี (นัต) ของชาวพม่าซึ่งเป็นความเชื่อที่มีอยู่แล้วในสังคม ดังนั้น การปฏิเสธจึงเป็นการสร้างความเชื่อใหม่ไปพร้อมๆ กันด้วย กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารปฏิเสธว่านัตไม่ใช่ผีธรรมดาทั่วไปก็เป็นการสร้างความเชื่อใหม่ว่านัตเป็นผีศักดิ์สิทธิ์หรือมีอธิฤทธิ์บางประการ โดยความเชื่อใหม่นี้แม้ไม่ปรากฏรูปภาษา แต่ผู้รับสารก็สามารถตีความได้

2.3.2 การกลบเกลื่อน เป็นการใช้รูปภาพเพื่อแสดงระยะห่างของผู้เขียนที่ไม่ต้องการจะนำตัวเองเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตัวบทหรือของความคิดที่แฝงอยู่หรือสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้า ผลักตัวเองออกไปและทำเหมือนกับว่าสิ่งที่กล่าวถึงนั้นเป็นสิ่งที่มาจากที่อื่นหรือเป็นตัวบทนอก (external) ที่มีใช้เป็นข้อมูลหรือตัวบทของผู้นำเสนอเอง จากการวิเคราะห์หัตถ์ลักษณ์ด้านความเชื่อ พบว่าผู้ส่งสารใช้การกลบเกลื่อนเพื่อแสดงความไม่แน่ใจเช่นข้อความที่กล่าวว่า “ผมเคยได้ยินบางอย่างจากเพื่อนชาวลาวเกี่ยวกับอดีตตะป้อว่า เมืองนี้เป็นเมืองที่ขึ้นชื่อมากเรื่องคุณไสยมนตร์ดำ อาจเป็นเพราะมีพื้นที่ติดต่อกับเขมรซึ่งเป็นเจ้าพ่อและต้นตำรับเรื่องพรรคนี้อยู่แล้ว” (Wongratakamon, 2011) ข้อความดังกล่าวแสดงความไม่แน่ใจของผู้ส่งสารด้วยการใช้คำช่วยกริยา “อาจ” และการใช้คำอ้างถึงที่ไม่เจาะจง “บางอย่าง”

2.3.3 การใช้วัจนกรรม เป็นการใช้ถ้อยคำที่บ่งเจตนาหรือแสดงการกระทำบางอย่าง เช่น ขอร้อง เชิญชวน เตือน สั่ง โดยการพิจารณาจากถ้อยคำที่สื่อสารออกมาเหล่านั้น ผลการวิเคราะห์หัตถ์ลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ พบการใช้วัจนกรรมใน 2 รูปแบบ ได้แก่ **การใช้วัจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว** เป็นการใช้ วัจนกรรมที่ผู้ส่งสารมีเจตนาบอกกล่าวในสิ่งที่เชื่อว่าเป็นความจริงให้ผู้รับสารทราบ เช่นข้อความที่กล่าวว่า “ต้องยอมรับอยู่อย่างครับว่า ชาวพม่าค่อนข้างจะเคร่งครัดและแตกฉานในพุทธศาสนามีใช้น้อยสังเกตได้จากการถวญญูเข้าวัดและการกราบพระ ซึ่งเขากราบอย่างอ่อนช้อยมาก” (Zoom, 1993) ผู้ส่งสารบอกเล่าเรื่องราวที่พบเห็นให้ผู้รับสารทราบ และ **การใช้วัจนกรรมกลุ่มชี้แนะ** เป็นการใช้วัจนกรรมที่แสดงถึงความพยายามของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับสารจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในอนาคต เช่น การสั่ง การขอร้อง การอนุญาต การแนะนำ ดังในข้อความที่กล่าวว่า “ควร แต่งกายมิดชิด เวลาเข้าชมมัลลียดและศาสนสถาน ไม่ควร ใส่เสื้อกล้าม เสื้อแขนกุด กางเกงขาสั้น รองเท้าแตะ สตรี ควร สวมกระโปรงยาวคลุมเข่า” (Chanadisai and Tochayangkun, 2013) ผู้ส่งสารแนะนำผู้รับสารให้ระมัดระวังเรื่องการแต่งกายหากไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนา โดยการใช้ถ้อยคำที่สื่อเจตนาแนะนำ คือ “ควร” และ “ไม่ควร” การใช้วัจนกรรมของผู้ส่งสารเป็นการใช้ถ้อยคำที่บ่งเจตนาหรือแสดงการกระทำบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับหัตถ์ลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจทัศนคติของผู้ส่งสารมากขึ้นโดยการตีความเจตนาของผู้ส่งสารจากถ้อยคำที่บ่งเจตนาหรือแสดงการกระทำที่ปรากฏในวัจนกรรมประเภทต่างๆ

2.3.4 การใช้อุปลักษณ์ คือ การใช้ความเปรียบที่ผู้ส่งสารใช้สื่อสารเพื่อให้เกิดจินตภาพบางอย่างและเพื่อให้เกิดพลังในการสื่อความหมายไปยังผู้รับสารในลักษณะที่พรรณนาให้ผู้รับสารมองเห็นภาพและเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการกล่าวถึงด้วยการเปรียบเทียบและทำให้การสื่อแทนความคิดของผู้ส่งสารมีสีสันมากขึ้น ผลการศึกษาพบการใช้อุปลักษณ์ 2 ประเภท คือ **การใช้อุปลักษณ์เชิงภาพพจน์** เป็นการใช้ภาษาเพื่อแสดงการเปรียบเทียบในลักษณะที่นำเอาสิ่งที่ต่างกัน 2 สิ่งหรือมากกว่าแต่มีคุณสมบัติบางประการร่วมกันหรือคล้ายคลึงกันมาเปรียบเทียบกันในลักษณะการเปรียบเทียบโดยใช้คำเชื่อม เป็น และรวมไปถึงการใช้ความเปรียบแบบอุปมาที่เป็นการเปรียบเหมือนด้วย เช่น “สำหรับชาวเวียดนาม บรรพบุรุษเป็นเสมือนเทพประจำตระกูล ถ้าไม่เคารพบูชา จะไม่มีความสุขความเจริญ” (Chanvitan, 2011) และ **การใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์** เป็นการใช้ภาษาของผู้ส่งสารเพื่อสื่อถึงสิ่งหนึ่งด้วยการใช้ถ้อยคำที่อยู่ในแวดวงของอีกความคิดหนึ่งมาสื่อหรืออธิบายถึงสิ่งนั้น โดยที่ถ้อยคำเหล่านั้นสื่อให้เห็นว่ามีคุณสมบัติหรือความคิดบางอย่างร่วมกันทำให้เกิดมโนทัศน์ว่าทั้งสองสิ่งนั้นมีลักษณะอย่างเดียวกัน เช่น “พระพุทธศาสนา คือ ต้นไม้ใหญ่” โดยใช้ถ้อยคำที่แสดงคุณสมบัติของต้นไม้ใหญ่ ได้แก่ “ฝั่งรากลึก” “หยั่งราก” ซึ่งแฝงความหมายให้เห็นว่าพระพุทธศาสนาเจริญงอกงามและมั่นคงเช่นเดียวกับต้นไม้ใหญ่ การใช้อุปลักษณ์ในสื่อมวลชนไทยดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็น

มุมมองหรือความคิดของผู้ส่งสารชาวไทยในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติผ่านการใช้ภาษาในเชิงเปรียบเทียบ

2.3.5 การใช้เรื่องเล่า เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการบอกเล่าแบบเรียงตามลำดับเวลา ผู้ส่งสารใช้เรื่องเล่าเพื่อแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์ว่าใครเป็นผู้กระทำ กระทำอะไร มีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เมื่อไร และเกิดขึ้นได้อย่างไร ดังนั้นจึงมักพบหน่วยเชื่อมโยงบอกเวลาและแสดงความต่อเนื่องของเหตุการณ์ตามลำดับก่อนหลัง จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ พบว่าผู้ส่งสารมักใช้การเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้รับสารเห็นที่มาของอัตลักษณ์ ดังเช่นข้อความที่กล่าวว่า “เมื่อออกจากทุ่งไหหิน จ่ายเล่าเรื่องผีๆ ให้ฟังว่า คนลาวกับการขอเลข ขอหวยก็พอๆ กับคนอีสานทางไทย ที่ทุ่งไหหินก็เคยมีชาวบ้านพร้อมหมอผีไปขอเลข ปรากฏว่าผีออกมาอีหลี ผีบอก ว่าถ้าเจ้าทุกชีให้ไปอยู่กับข้อย เท่านั้นแหละทุกคนก็แตกกระเจิงไปคนละทาง แล้วหมอผีที่ไปด้วยก็บอกกับชาวบ้านว่า ผีที่รักษาและเผ่าทุ่งไหหินเป็นผีผู้หลักผู้ใหญ่ทรงอำนาจ และคนแถบนี้เชื่อว่าในบรรดาผีเหล่านั้น เป็นผีขุนเจืองซึ่งเป็นผีที่ใหญ่ที่สุดในโลก เขายังเล่าประสบการณ์ตรงที่ได้เจอผีทุ่งไหหินว่า คือนั้นไปหากบแถบทุ่งไหหินกับเพื่อน ประมาณตี 1 เขารู้สึกปวดหนักเลยปลีกวิเวกไปนั่งปลดทุกขอยู่เพียงลำพัง จากนั้นก็เห็นคนผมยวถึบจักรยานผ่านไป เมื่อเสร็จธุระจึงกลับมาถามเพื่อน ทุกคนบอกว่าไม่เห็นอะไรเลย พวกเขามองหน้ากันไม่มีคำพูดใดใด ต่างคนต่างวิ่งโกยน้ำกลับบ้านกันทันที” (Janda, 2009) จากข้อความดังกล่าวคำว่า “เมื่อ” “แล้ว” “คือนั้น” และ “จากนั้น” เป็นหน่วยเชื่อมโยงบอกเวลาที่แสดงการลำดับเรื่องราวหรือเนื้อหาสาระที่เป็นคำอธิบายซึ่งเล่าเรื่องมาเป็นลำดับ ดังนั้น การใช้เรื่องเล่าเช่นนี้ของผู้ส่งสารจึงเป็นกลวิธีที่ต้องการให้ผู้รับสารเห็นว่าประสบการณ์หรือเหตุการณ์ในอดีตมีผลต่ออัตลักษณ์หรืออัตลักษณ์นั้นมีที่มา เรื่องเล่ายังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในคำอธิบายหรือคำบรรยายของผู้ส่งสารด้วย

2.3.6 การใช้สหพท เป็นลักษณะของตัวบทที่สื่อให้รู้ว่ามีความคิดอื่นหรือตัวบทอื่นที่มีอยู่ก่อนแล้วปรากฏอยู่ด้วย ข้อความหรือตัวบทที่กำลังวิเคราะห์ ได้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบสนอง ตอบโต้ หรือ ปฏิสัมพันธ์กับตัวบทหรือวาทกรรมที่มีอยู่ก่อนแล้วเหล่านั้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือหลายลักษณะในตัวบทเดียวกัน โดยอาจมีรูปภาพแสดงขอบเขตของความคิดหรือตัวบทอื่นแทรกอยู่อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ พบว่าผู้ส่งสารใช้สหพทใน 2 รูปแบบ คือ **1) ปรากฏในเครื่องหมายอัญประกาศ** เช่นข้อความที่กล่าวว่า “สังฆราชบิณฑ์ ประมุขสงฆ์ศาสนาคริสต์ ซึ่งเพิ่งกลับจากประชุมพระสังฆราชที่กรุงโรม ได้เรียกร้องชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก “จงปวารณาตัวของท่านเป็นผู้รับใช้พระเจ้า และร่วมมือกับประชาชนเหล่านั้นในการสรรค์สร้างชีวิตใหม่”” (“Vietnamese celebrate Christmas at Ho Chi Minh City”, 1977) และ **2) อ้างอิงที่มา** เช่นข้อความที่กล่าวว่า “อาจารย์วิรัช นิยมธรรม ผู้อำนวยการโครงการศูนย์พม่าศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร อรรถาธิบายว่า “นัต” ตามคติของชาวพม่า หมายถึง ผู้ทรงฤทธิ์ เป็นได้ทั้งเทพยดาและวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ แต่ไม่รวมถึงพระพุทธเจ้า พระอรหันต์ ตลอดจนพระราชาหรือราชตระกูล” (Charoenying, 2001) มีข้อความเกิดขึ้นมาก่อนแล้วผู้ส่งสารนำมากล่าวซ้ำอีกครั้งหนึ่งเพื่อย้ำอัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติ

กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย ทั้ง 3 กลวิธีหลักดังกล่าวข้างต้น เป็นเครื่องมือทางภาษาที่สำคัญของผู้ส่งสารเพราะทำให้การนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติมีความหลากหลายและน่าสนใจ

องค์ความรู้ใหม่

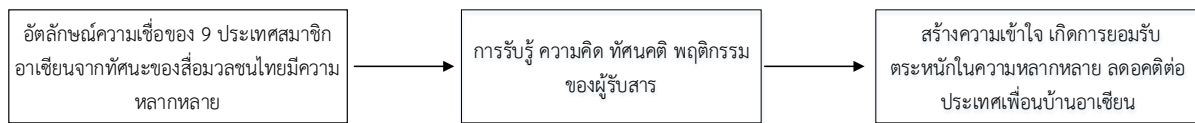


Figure 1: The New body Knowledge

จากภาพที่ 1 สรุปองค์ความรู้ได้ว่า อัตลักษณ์ความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนจากทัศนะของสื่อมวลชนไทยมี 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ด้านศาสนา ด้านสังคมและประเพณี ด้านโหราศาสตร์ และด้านไสยศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายทางความเชื่อทั้งที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมและอัตลักษณ์เฉพาะ โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการนำเสนออัตลักษณ์ความเชื่อที่หลากหลายของชาวต่างชาติผ่านการใช้กลวิธีทางภาษาต่างๆ ไปยังผู้รับสารจำนวนมากเพื่อให้ผู้รับสารเห็นความเหมือนและความต่างทางความเชื่อของ 9 ประเทศอาเซียน สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจอัตลักษณ์ความเชื่อของชาวต่างชาติที่สื่อมวลชนนำเสนอ ทำให้ตระหนักถึงความแตกต่างหลากหลายซึ่งจะช่วยลดอคติต่อประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทำให้เกิดการยอมรับและสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันในประชาคมอาเซียนได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยเฉพาะมุมมองในแง่ลบของสื่อมวลชนที่มีต่อความเชื่อบางอย่าง เช่น ความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ ผู้ส่งสารใส่ข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นซึ่งแสดงให้เห็นถึงความน่ากลัวและอันตราย ใช้ถ้อยคำที่แสดงการเตือนให้ระมัดระวัง ทั้งนี้อาจเพราะไสยศาสตร์เป็นความเชื่อที่ส่งผลร้ายต่อผู้อื่น อัตลักษณ์ความเชื่อของ 9 ประเทศอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยเป็นทัศนะของผู้ส่งสารชาวไทยซึ่งอาจจะแตกต่างจากอัตลักษณ์ที่ชาวต่างชาตินั้นมองตนเอง หรืออาจจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้รับสารจึงจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณในการรับสารด้วยเพื่อลดอคติที่มีต่อเพื่อนบ้าน และหากผู้ส่งสารปรับการนำเสนอด้วยมุมมองที่เป็นกลางหรือแง่บวกน่าจะช่วยลดความหวาดระแวงระหว่างกันได้ ดังนั้นการปรับลดอคติและเพิ่มทัศนคติที่ดีต่อประเทศอาเซียนผ่านสื่อมวลชนจะช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยมีความหลากหลาย อาทิ ความเชื่อด้านศาสนา ความเชื่อด้านสังคมและประเพณี ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อด้านไสยศาสตร์ ทั้งนี้เป็นเพราะประชากรมีความแตกต่างกัน ความเชื่อจึงมีความหลากหลายตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของลักขณา ศกุนะสิงห์ (Sakunasingha, 2013) ที่กล่าวว่าความเชื่อของแต่ละคน ของแต่ละท้องถิ่น แม้อยู่ในประเทศเดียวกันก็อาจไม่เหมือนกันหมดทุกอย่าง อาจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลายสิ่งหลายอย่างประกอบกัน อาทิ ความรู้ ความเข้าใจ การอบรมปลูกฝัง การถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ประสบการณ์ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเราจะถือว่าความเชื่อของคนใด ของถิ่นใด เป็นความคิดเป็นความเชื่อที่ผิด หรือเป็นเรื่องไม่ถูกต้อง หรือล้าสมัยป่าเถื่อนนั้นไม่ได้ อนึ่งความเชื่อเป็นเรื่องที่เปลี่ยนยาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ และความพึงใจที่ถูกถ่ายทอดกันมานานด้วย กล่าวคือเมื่อผู้ใดมีความเชื่อในสิ่งใดเรื่องใดก็มักจะปักใจเชื่อและฝังใจในสิ่งนั้นเรื่องนั้น ไม่ยอมเปลี่ยนแปลงง่ายๆ ต่อเมื่อได้รับความรู้ใหม่ๆ ที่ได้ประโยชน์จริงๆ หรือได้ประสบการณ์ต่างๆ ด้วยตนเอง หรือมี

เหตุผลอื่นๆ ดีกว่า น่าเชื่อถือมากกว่ามาลบล้าง ความเชื่อเดิมก็จะค่อยๆ จางหายไป เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อภิลักษณ์ เกษมผลกุล และสินีกันต์ แก้วกันหา (Kasempholkoon and Keawgunha, 2020) ที่ทำให้เห็นถึงความหลากหลายของความเชื่อและความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามความเป็นจริงในสังคม การเปิดพื้นที่ให้คนต่างวัฒนธรรมได้มีพื้นที่ในสังคมอย่างเท่าเทียมกันจะเป็นหนทางที่นำไปสู่การยอมรับที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสันติของคนในสังคม ความรู้ทางสังคมเรื่องเสรีภาพทางความเชื่อเป็นมุมมองที่เป็นกลาง ซึ่งสามารถทำให้กลุ่มคนที่มีความรู้ต่างกันเข้าใจกันได้มากขึ้น ดังนั้นการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อที่หลากหลายของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย ทำให้ผู้รับสารเห็นความเหมือนและความแตกต่างหลากหลาย รวมถึงการผสมผสานกันทางความเชื่อซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของสังคมพหุวัฒนธรรม หากผู้คนเข้าใจในเรื่องความเชื่อที่แตกต่างกัน จนเกิดการยอมรับในความแตกต่าง สิ่งนี้จะทำให้ทุกคนในสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทยที่พบเป็นจำนวนมาก ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์ โดยเฉพาะการใช้ศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะในการสื่อสารเรื่องราวต่างๆ คำศัพท์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ในการสื่อสาร ส่วนกลวิธีการขยายความที่พบทั้งการขยายความด้วยคำ วลี และอนุพจน์ ทำให้เห็นลักษณะของความเชื่อและยังทำให้ผู้รับสารเข้าใจความเชื่อของชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น การขยายความเหล่านี้เป็นลักษณะหนึ่งของภาษาไทย ซึ่งวิจิตร ญาณพงศ์ และคณะ (Panupong et al. 2012) ได้กล่าวว่า วากยสัมพันธ์ทำให้คำซึ่งเป็นหน่วยพื้นฐานในการสื่อความหมายสามารถใช้สื่อความรู้ความคิดของมนุษย์ได้สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยต่างๆ ในระดับวากยสัมพันธ์มีหลายมิติ ซึ่งความสัมพันธ์แนวระนาบประการหนึ่งคือ ความสัมพันธ์แบบส่วนหลัก-ส่วนขยาย คือ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบ 2 ส่วน ที่มีฐานะแตกต่างกันในหน่วยเดียวกัน ส่วนประกอบหนึ่งทำหน้าที่เป็น ส่วนหลัก ซึ่งเป็นส่วนที่จำเป็นต้องปรากฏเสมอ ส่วนประกอบอีกส่วนหนึ่งทำหน้าที่เป็น ส่วนขยาย เสริมให้รู้รายละเอียดของหน่วยหลัก ดังนั้นกลวิธีการขยายความจึงเป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับความเชื่อได้ชัดเจนขึ้นและยังทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวความเชื่อมากยิ่งขึ้นด้วย

สรุป

อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยมีความหลากหลายไปตามมุมมองของผู้ส่งสารชาวไทย กลวิธีทางภาษาที่ผู้ส่งสารใช้ในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อเหล่านั้นจึงมีความหลากหลายตามไปด้วย อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยมีความหลากหลาย จัดได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ความเชื่อด้านศาสนา ความเชื่อด้านสังคมและประเพณี ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อด้านไสยศาสตร์ โดยความเชื่อด้านศาสนาพบทั้ง 9 ประเทศ แต่ละประเทศมีการนับถือศาสนาที่หลากหลาย ได้แก่ พระพุทธศาสนา ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู การนับถือผีหรือวิญญาณ ลัทธิต่างๆ เป็นต้น ความเชื่อด้านสังคมและประเพณีพบ 8 ประเทศ (ยกเว้นบรูไน) ส่วนใหญ่เป็นความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นมงคลหรือไม่เป็นมงคล ความเชื่อด้านโหราศาสตร์พบ 5 ประเทศ คือ กัมพูชา พม่า ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์ เป็นความเชื่อในเรื่องการทำนายดวงชะตา การทำนายความฝัน การดูฤกษ์ยาม และการเสี่ยงทาย และความเชื่อด้านไสยศาสตร์พบ 2 ประเทศ คือ กัมพูชาและลาว เป็นความเชื่อเกี่ยวกับคุณไสยมนตร์ดำ เวทมนตร์คาถา เครื่องรางของขลัง ยาสั่ง เป็นต้น

กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทย พบ 3 กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์ กลวิธีการขยายความ และกลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม โดยกลวิธีทางศัพท์พบ 2 กลวิธีย่อย ได้แก่ การเลือกใช้ศัพท์ (การใช้ศัพท์เรียกชาวต่างชาติ และการใช้ศัพท์ที่แสดงถึงความเชื่อของชาวต่างชาติ) และการอ้างถึง (การอ้างนามวลี การใช้บุรุษสรรพนาม และการใช้คำบอกกำหนดชี้เฉพาะ) กลวิธีการขยายความ พบการขยายความด้วยคำ วลี และอนุพากย์ ส่วนกลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม พบ 6 กลวิธีย่อย ได้แก่ การปฏิเสธ การกลบเกลื่อน การใช้วัจนกรรม การใช้อุปลักษณ์ การใช้เรื่องเล่า และการใช้สัทพจน์ กลวิธีทางภาษาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อของ 9 ประเทศอาเซียนและสะท้อนมุมมองที่มีต่อความเชื่อเหล่านั้นซึ่งทำให้เห็นถึงความหลากหลายทางความเชื่อที่มีในประชาคมอาเซียน

การนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนผ่านสื่อมวลชนไทยจากมุมมองที่หลากหลายด้วยการใช้กลวิธีทางภาษารูปแบบต่างๆ ทำให้ผู้รับสารตระหนักถึงความแตกต่างหลากหลายทั้งในเรื่องความเชื่อของ 9 ประเทศสมาชิกอาเซียนและมุมมองของสื่อมวลชนไทยที่มีต่อความเชื่อเหล่านั้น และการรับสารจากสื่อมวลชนด้วยมุมมองที่เป็นกลางด้วยความเข้าใจอันเกิดจากการพิจารณาข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นอย่างรอบคอบจะทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในเรื่องความเชื่อและมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยลดอคติต่อประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนและเกิดการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายอันจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม นำไปสู่การสร้างความร่วมมือระหว่างกันด้วยความเข้าใจกันอย่างแท้จริงเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขในภูมิภาคอาเซียน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาให้แก่สื่อมวลชนในการนำเสนออัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวต่างชาติเพื่อให้เกิดความเข้าใจในความแตกต่างท่ามกลางความหลากหลาย

1.2 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางการร่วมมือในด้านต่างๆ กับชาวอาเซียน เช่น การใช้ช่องทางสื่อสารทางวัฒนธรรมความเชื่อเพื่อทำความเข้าใจ การดูแลพิธีกรรมต่างๆ ด้วยความเคารพในเสรีภาพทางความคิดเพื่อการอยู่ร่วมกันในประชาคมอาเซียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาความเชื่อในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ ซึ่งอาจทำให้เห็นความหลากหลายทางความเชื่อมากยิ่งขึ้น

2.2 ศึกษาความเชื่อของชาติอื่นๆ ที่อยู่นอกสมาคมอาเซียนแต่มีความสัมพันธ์กับประเทศไทยในด้านต่างๆ เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น อินเดีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฯลฯ

2.3 ศึกษาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างระหว่างความเชื่อของ 9 ประเทศอาเซียนกับความเชื่อของชาวไทย

References

- Akira, A. (2012). *We are ASEAN: Cambodia*. Bangkok: Amarin Comics.
- Angkapanichkit, J. (2014). *Discourse Analysis*. Bangkok: Thammasat University.
- Burusphat, K. (2006). *Mingalaba, Hello Myanmar*. Bangkok: Matichon.

- Chanadisai, T., & Tochayangkun, P. (2013). *ASEAN: Do-Don't*. (2nd ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Chantrawatanakul, S.D. (2010). *Mass Media and Society*. (4th ed.). Pathum Thani: Bangkok University.
- Chanvitan, P. (2011, June 3-9). Belief Tradition (Vietnam). *Matichon Weekly*, pp. 72-73.
- Charoenying, P. (2001, October 16). Stalking Nat, Myanmar. *Matichon*, p. 12.
- Hornby, A.S., & Wehmeier, S. (2000). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. (6th ed.). Oxford: Oxford University.
- Janda, R. (2009). *Jam Pa Khao Lao Hom (North Laos)*. Bangkok: Milky Way.
- Kamdee, D. (2002). *Theology*. (2nd ed.). Bangkok: Kasetsart University.
- Kamto, P. (2012). *We are ASEAN: Philippines*. Bangkok: Amarin Comics.
- Kasempholkoon, A., & Keawgunha, S. (2020). Formats and Functions of Belief in the Coronavirus Disease Pandemic: Multicultural Studies in Thai Society. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 28(3), 260-286.
- La-or, S. (2003). *Watch Khmer, Patrol Cambodia*. Bangkok: Nation Books.
- Nimmanhaemin, P. et al. (2012). *Norms in Thai Language, Volume 4: Thai Language Use Culture*. (2nd ed.). Bangkok: Thai Language Institute, Bureau of Academic Affairs and Educational Standards.
- Pannapat. (2012). *We are ASEAN: Malaysia*. Bangkok: Amarin Comics.
- Panupong, V. et al. (2012). *Norms in Thai Language, Volume 3: Kind of Words; Phrase; Sentence and Discourse*. (2nd ed.). Bangkok: Thai Language Institute, Bureau of Academic Affairs and Educational Standards.
- Pitsuwan, S. (2012). *ASEAN: Know, Definitely Have an Advantage*. (4th ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology (Public Organization). (2004). *Identity Discourse*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology (Public Organization).
- Sakunasingha, L. (2013). *Beliefs and Traditions: Birth, Marriage, Death*. Bangkok: Proud Press (2002).
- Vietnamese Celebrate Christmas at Ho Chi Minh City. (1977, December 27). *Thairath*, p. 2.
- Wongratakamon, S. (2011). *Xin Chao Saigon: Sa-Bai-Dee at Pakse*. Bangkok: Praew Publishing.
- Yuan Dispels Lunar Eclipse Like Khmer. (1995, October 9). *Siamrath*, p. 2.
- Zoom. (1993, July 25). Wai Shwedagon. *Thairath*, p. 5.