



กรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ที่นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาในหนังสือพิมพ์รัสเซีย: กรณีศึกษา “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda”

ปริตต์ อรุณโอสฐ์ *

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย

A Type of Mindsets on “THAI” Constructed through Linguistic Strategies in Russian Newspapers: A Case Study of “Izvestia” and “Komsomolskaya Pravda”

Parit Aroonoast *

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University, Thailand

Article Info

Research Article

Article History:

Received 29 February 2020

Revised 30 July 2020

Accepted 8 September 2020

คำสำคัญ

ไทย

กลวิธีทางภาษา

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

หนังสือพิมพ์รัสเซีย

Keywords:

THAI

Linguistic Strategies

Critical Discourse Analysis

Russian newspapers

* Corresponding author

E-mail address:

hutilism@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์กรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทยในหนังสือพิมพ์รัสเซีย “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” โดยการใช้ทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยมี 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาตัวบทในรูปของกรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทยที่ถูกนำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ 2) เพื่อศึกษาวิถึปฏิบัติทางวาทกรรมหรือกระบวนการผลิตการบริโภคตัวบทของหนังสือพิมพ์จากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ 3) เพื่อศึกษาวิถึปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับไทย ผลการศึกษาพบว่า ตัวบทในหนังสือพิมพ์จากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์นำเสนอ 5 กรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทย คือ “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” “ไทยมีปัญหาทางสังคม” “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” “ไทยมีวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” กรอบความคิดต่าง ๆ ถูกนำเสนอโดยการใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ได้แก่ การใช้คำศัพท์ต่าง ๆ คำยืมในภาษาไทย อุปลักษณ์ทัศนภาวะ มุลบท การอ้างเหตุผล เป็นต้น หนังสือพิมพ์รัสเซีย “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการเผยแพร่ผ่านสิ่งตีพิมพ์และสิ่งพิมพ์ออนไลน์ เน้นการนำเสนอข่าวด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมทั้งในและต่างประเทศ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ชาวรัสเซียวัยทำงานที่มีรายได้มั่นคงซึ่งผู้อ่านกลุ่มใหญ่จะมีอายุ 45 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกรอบความคิดเกี่ยวกับไทยข้างต้นคือ นโยบายการท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรมของไทย การเข้ามาท่องเที่ยวของคนรัสเซียในไทย การเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมไทยไปรัสเซีย และปัญหาทางสังคมและการเมืองในไทย

Abstract

This research is a critical analysis of mindsets on “THAI” in Russian newspapers, including “Izvestia” and “Komsomolskaya Pravda”. Critical Discourse Analysis (CDA) was used as an approach to study in this research. The objectives of the research are threefold: 1) to examine texts in term of mindsets on “THAI” as constructed through linguistic strategies; 2) to examine discourse practices, i.e., text production and consumption of mentioned newspapers; and 3) to examine socio-cultural practices that affect mindsets on “THAI”. The results show that texts in the following newspapers offer some mindsets on “THAI”. There were five types of mindsets found: “There were political conflicts in Thailand,” “There were social problems in Thailand,” “There were risks for Russians travelling in Thailand,” “Thai culture is unique,” and “Thai culture can be represented as value products.” These mindsets were identified through linguistic strategies such as lexical usage, loanwords from Thai, metaphor, modality, presupposition, reference, and reasoning. “Izvestia” and “Komsomolskaya Pravda” are daily newspapers which are published in both the online and print versions and in which local and international news of politics, economy and society are represented. Target audiences for these newspapers are Russian stable-working-class people aged 45 and older. The influences that affect these types of mindsets on “THAI” are the tourism and culture policy of Thailand, Thailand travel for Russians, Thai cultural movement in Russia and social and political problems in Thailand.

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงมีบทบาทและอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ และค่านิยมของผู้อ่าน สื่อสิ่งพิมพ์สามารถสร้างวาทกรรมต่าง ๆ อาทิ วาทกรรมทางการเมืองซึ่งอยู่ของบนพื้นฐานของการมีผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่อาจเสียประโยชน์ สื่อสิ่งพิมพ์รัสเซียเช่นเดียวกับสื่อชาติอื่นๆ ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารรวมทั้งยังมีการสร้างวาทกรรมในแต่ละยุคแต่ละสมัย หากพิจารณาจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา อาทิ ในยุคสหภาพโซเวียตสื่อถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง มีการใช้วาทกรรมทางการเมืองที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อให้รัฐเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่อยู่ตรงข้ามหรือผู้ที่คัดค้านรัฐเป็นผู้ที่เสียประโยชน์ อย่างไรก็ตามสื่อรัสเซียในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้นและในบางครั้งวาทกรรมได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อผู้ที่ได้รับประโยชน์ซึ่งอาจมิใช่รัฐเสมอไป

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทยและวัฒนธรรมของชาวไทยในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซียยุคปัจจุบันได้รับการกล่าวถึงมาอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากความพยายามของภาครัฐไทยและรัสเซียในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมิได้มีอุปสรรคด้านอุดมการณ์ทางการเมืองมากนักขวางอย่างที่เกิดขึ้นในยุคของสหภาพโซเวียต มีการผลักดันและพัฒนาความสัมพันธ์ในระดับพลเรือนของทั้งสองชาติมากขึ้น ชาวรัสเซียให้ความสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมไทยในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นสิ่งที่ชาวรัสเซียสามารถพบเจอและจับต้องได้แม้ว่าจะอยู่ในประเทศรัสเซียก็ตาม เช่น การบริการแบบไทย อาหารไทย การนวดแผนไทย การเปิดคอร์สอนมวยไทย เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซียอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี

ในปัจจุบันนี้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับไทยในหนังสือพิมพ์กระแสหลักของรัสเซียยังมิได้มีการศึกษาในงานวิจัยใดในไทย นอกจากนี้การนำเสนอมุมมองของรัสเซียในรูปแบบต่างๆ ที่มีต่อประเทศไทยหรือต่อคนไทยพบว่ามีค่อนข้างจำกัดในงานทางวิชาการของไทย ซึ่งผู้วิจัยมองว่าเป็นสิ่งที่สามารถสร้างอุปสรรคต่อการรับรู้ถึงมุมมองทางความคิด ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของสื่อรัสเซียหรือชาวรัสเซียที่มีต่อไทยอันจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างรัสเซียและไทยในมิติทางวัฒนธรรมในลำดับถัดมาอย่างมีนัยยะสำคัญ

ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ผ่านกลวิธีทางภาษาต่างๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์กระแสหลักของรัสเซียจากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” โดยใช้หลักการของการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ดังนั้นงานวิจัยจึงเป็นการศึกษาไม่เพียงตัวบทที่ปรากฏในสื่อแต่ยังรวมถึงวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมและวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวบทอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 ศึกษาวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมซึ่งเป็นกระบวนการผลิต การกระจาย และการบริโภคตัวบทของหนังสือพิมพ์รัสเซีย “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda”

1.2.2 ศึกษากรอบความคิดหลักเกี่ยวกับ “ไทย” ผ่านการวิเคราะห์ตัวบทที่มีการใช้กลวิธีทางภาษาในรูปแบบต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รัสเซียจากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ข้างต้น

1.2.3 ศึกษาวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบความคิดหลักเกี่ยวกับ “ไทย”

1.3 สมมุติฐานของการศึกษา

1.3.1 กรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทยในหนังสือพิมพ์รัสเซียสะท้อนถึงปัญหาทางสังคมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

1.3.2 กรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทยในหนังสือพิมพ์รัสเซียมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมไทยที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับชาวรัสเซียได้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1.4.1 ทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต การกระจาย และการบริโภคตัวบทของหนังสือพิมพ์รัสเซีย “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda”

1.4.2 ทำให้ทราบถึงกรอบความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับไทยผ่านกลวิธีทางภาษาต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ของรัสเซีย

1.4.3 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบความคิดหลักเกี่ยวกับไทยในหนังสือพิมพ์ของรัสเซีย

1.4.4 ทำให้มีแนวทางในการพัฒนาและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้กับชาวรัสเซียและพัฒนาความสัมพันธ์ในมิติวัฒนธรรมต่อไป

2. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและความสำคัญของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความหมายของคำว่า “กรอบความคิด”

“กรอบความคิด” เกี่ยวข้องกับคำว่า “กรอบคิดยึดติด” หรือ “mindset” ในภาษาอังกฤษมีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ชุดความคิด” ซึ่งในพจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัยของราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำจำกัดความดังต่อไปนี้ “กรอบแนวทางของชุดความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหลัก ความคาดหวังซึ่งบ่งชี้พฤติกรรมหรือท่าทีเชิงมโนทัศน์ของบุคคลให้ยอมรับหรือตอบโต้เหตุการณ์ที่เผชิญหน้าตามความคิดความเชื่อที่บุคคลยึดติดและเกี่ยวพันกับ

ประสบการณ์ที่ผ่านมาจนยากที่จะเปลี่ยนแปลง” (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2558) ในการวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษากรอบความคิดหรือชุดความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์กระแสหลักของรัสเซียเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ของไทย

2.1.2 ความหมายของคำว่า “วาทกรรม”

วาทกรรม หรือ discourse ในภาษาอังกฤษเป็นคำที่ใช้ในการสังคมศาสตร์และภาษาศาสตร์ ในทางภาษาศาสตร์คำดังกล่าวหมายถึงการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนรวมถึงกิจกรรมที่สื่อความหมายในรูปแบบอื่นๆ เช่น แผนภูมิ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และอวัจนภาษา สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างชุดความคิดที่ส่งผลกระทบต่อกรกระทำและวิถีปฏิบัติของคนในสังคมได้ (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561, น. 19; ฌ็องพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 6-7; Fairclough, 1995b, p. 17) งานวิจัยดังกล่าวให้ความสำคัญกับมุมมองของการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์เพื่อศึกษาถึงกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซีย

2.1.3 ความหมายของคำว่า “ไทย”

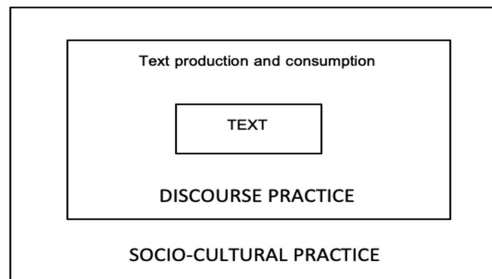
คำว่า “ไทย” ในการวิจัยครั้งนี้สื่อความถึงสิ่งใดก็ตามที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับไทย ในหลากหลายบริบท อาทิ คุณลักษณะของไทย สถานที่ของไทย คนไทย ทั้งนี้คำว่า “คนไทย” อยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าไทยมิใช่เชื้อชาติใดเชื้อชาติหนึ่งเนื่องจากผู้วิจัยเห็นด้วยกับคำกล่าวของ สุจิตต์ วงษ์เทศ ที่ว่า “คำว่าไทยมิใช่ชื่อเชื้อชาติเพราะเชื้อชาติบริสุทธิ์ไม่มีจริงในโลกและไม่ใช่อชชนชาติมาแต่แรก เพิ่งมาสมมุติเรียกขึ้นภายหลังในช่วงใดช่วงหนึ่งของประวัติศาสตร์” (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2548, น. 18) คนไทยในบริบทนี้หมายถึง ผู้ที่มีสำนึกทางประวัติศาสตร์ชาติร่วมกัน พูดภาษาไทย มีวิถีชีวิต ทักษะต่อโลก อุดมการณ์ต่างๆ รวมถึงมีผลประโยชน์ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมภายใต้ขอบเขตของรัฐไทย

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

ในงานวิจัยนี้มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในมุมมองของ Fairclough (1995a) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ทฤษฎีข้างต้นกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมและสังคมโดยภาษาที่มีความสำคัญในฐานะเป็นวาทกรรมที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของโครงสร้างทางสังคม (Social structure) ผู้กระทำทางสังคมจะใช้ทรัพยากรทางภาษา “ในกระบวนการปฏิสังสรรค์ (Interaction) ทำการปะทะ ประสาน (Articulation) เพื่อผลิตสร้าง (Production) ปฏิบัติการทางสังคมขึ้นมาใหม่” (สามชาย ศรีสันต์, 2557, น. 71) การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ทำให้สามารถเห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันในการปฏิบัติการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเพศ สีมวล เชื้อชาติ หรือสิ่งต่างๆ ที่แฝงมากับการใช้วาทกรรม (Fairclough, 2001)

ในกรอบแนวคิดของการศึกษาวาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามทฤษฎีของ Fairclough สามารถแบ่งได้เป็น 3 มิติหลักๆ กล่าวคือ ตัวบท (Text) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural Practice) ดังที่ปรากฏในแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดทั้งสามมิติของ Fairclough



Fairclough (1995a, p. 59)

มิติที่ 1 หรือตัวบท (Text) จัดเป็นองค์ประกอบย่อยที่เล็กที่สุดของวาทกรรมซึ่งประกอบด้วย วจนภาษา (คำ คำศัพท์ อนุประโยค ประโยค) และสิ่งที่สามารถสื่อความหมายได้ในรูปแบบต่างๆ อาทิ ภาพ ตำแหน่งของข้อความ มิติที่ 2 คือ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice หรือ discursive practice) หมายถึงวิธีของตัวบท (Text) ในการผลิต (Production) การแพร่กระจาย (Distribution) และการบริโภค (Consumption) เพื่อให้สามารถรับรู้ถึงความรู้และความคิด (Ideology) ที่ถูกผลิตซ้ำหรือถือนำมาปรับปรุงสร้างรูปใหม่ และมิติที่ 3 คือวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) ซึ่งหมายถึงระเบียบแบบแผนทางสังคมที่ก่อรูปขึ้นหรือสถานการณ์ที่แวดล้อมด้วยวาทกรรมต่างๆ (Fairclough, 1992; สามชาย ศรีสันต์, 2557; ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556)

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาในมิติที่ 1 หรือตัวบท (Text) โดยการวิเคราะห์หลักวิธีทางภาษาในการสื่อถึงกรอบความคิดหรือชุดความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อสิ่งพิมพ์รายสัปดาห์กระแสรัก มีการนำเสนอผลการศึกษาในมิติที่ 2 กล่าวคือวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมเพื่อทราบถึงการผลิตและการแพร่กระจายตัวบทเกี่ยวกับไทย และมีการนำเสนอมิติที่ 3 คือวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) โดยมีเป้าหมายในการศึกษาถึงสถานการณ์หรือปัจจัยทางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับชุดความคิดข้างต้น

3. ข้อมูลและวิธีการวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษารัสเซียแห่งชาติ (Russian National Corpus) ในหมวดย่อยคลังข้อมูลภาษารัสเซียด้านสื่อสิ่งพิมพ์ แม้ว่าในคลังข้อมูลดังกล่าวจะประกอบด้วยข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ในหลากหลายบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ของรัสเซีย ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเพียงหนังสือพิมพ์ Izvestia และ Komsomolskaya Pravda ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อสังคมรัสเซียในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมคำว่า “ไทย” ซึ่งทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ในทางไวยากรณ์ของประโยคในภาษารัสเซียจาก 200 ข่าวที่ปรากฏในสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวข้างต้น ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2005 ถึง ค.ศ. 2014 เพื่อใช้ในการศึกษากลวิธีทางภาษาและการวิเคราะห์กรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในหนังสือพิมพ์รัสเซีย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์จากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการเข้าถึงข้อมูลด้านการผลิตและกระจายตัวบท มีการรวบรวมข้อมูลด้านนโยบายของรัฐไทยหรือสถิติต่างๆ ที่มีผลต่อการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับไทย

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 วิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตและกระจายตัวบทของสิ่งพิมพ์จากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์

3.2.2 วิเคราะห์ตัวบท (Text) ผ่านการศึกษากลวิธีทางภาษาในการสื่อถึงกรอบความคิดหรือชุดความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซีย

3.2.3 วิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อกรอบความคิดเกี่ยวกับไทย

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซีย

เนื่องจากผู้วิจัยทำการศึกษารอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ผ่านหนังสือพิมพ์ “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมจึงอยู่บนพื้นฐานของสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองข้างต้น

หนังสือพิมพ์ “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในยุคสมัยปัจจุบัน กล่าวคือ จากสถิติการจัดอันดับความนิยมของสื่อสิ่งพิมพ์ในหมู่คนรัสเซียช่วงปี 2010-2015 พบว่าหนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda และ Izvestia ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสองของแต่ละหมวด ในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2010 หนังสือพิมพ์ทั้งสอง

บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมและได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่ม 5 หนังสือพิมพ์แรกของชาวรัสเซีย (Ex Libris, 2019)

ข้อความในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซีย “Izvestia” เป็นตัวบทที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงแรกโดยนักปฏิวัติและกลุ่มการเมืองสังคมนิยมเมนเชวิค² (Mensheviks) ของรัสเซียในช่วงการปฏิวัติรัสเซีย โดยก่อตั้งมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1917 ภายใต้ชื่อ “Izvestia of the Petrograd Soviet of Workers Deputies” ก่อนที่ภายหลังจากเหตุการณ์ปฏิวัติเดือนตุลาคมสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะอยู่ภายใต้การควบคุมของกลุ่มบอลเชวิค³ (Bolsheviks) แกนนำหลักของรัฐบาลกลางแห่งสหภาพโซเวียตในเวลาต่อมา (RIA Novosti, 2012) อาจกล่าวได้ว่า “Izvestia” เป็นหนังสือพิมพ์ภายใต้การควบคุมของรัฐที่อยู่ชาวโซเวียตมาตลอดช่วงเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์และผู้เขียนหลายท่านผู้ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศก็ได้มีโอกาสดำเนินงานกับสื่อสิ่งพิมพ์นี้ด้วย เช่น มักซิม กอร์กี้⁴ (Maxim Gorky) วลาดีมีร์ มายาคอฟสกี⁵ (Vladimir Mayakovsky) เป็นต้น ภายหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียตในปี ค.ศ. 1992 สื่อสิ่งพิมพ์มีการใช้ชื่อ “Izvestia” มาจนถึงปัจจุบัน (Enciklopediya «vsemirnaya istoriya», n.d.)

ในปัจจุบัน “Izvestia” ในฐานะเป็นสื่ออิสระจัดเป็นหนังสือพิมพ์ทางการเมือง สังคม และธุรกิจชั้นนำของประเทศรัสเซีย หัวข้อหลักในการนำเสนอตัวบทเป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ บทวิเคราะห์และความเห็นต่าง ๆ ประเด็นทางธุรกิจและเศรษฐกิจ ตลอดจนประเด็นด้านวัฒนธรรมและกีฬาอันเป็นที่มาของการผลิตตัวบทเกี่ยวกับไทยในงานวิจัยนี้ นอกจากนี้

² เมนเชวิค (Mensheviks) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีแนวคิดทางการเมืองแบบสังคมนิยมในแนวสายกลางที่ได้แยกตัวมาจากพรรคแรงงานสังคมนิยมประชาธิปไตยรัสเซีย (Russian Social Democratic Labour Party) ภายหลังจากการเห็นต่างในแนวทางและรูปแบบของการปฏิวัติกับกลุ่มบอลเชวิค เมนเชวิคมีผู้นำหลักคือ ยูริ มาร์ตอฟ (Julius Martov) คำว่า “เมนเชวิค” แปลว่า “ส่วนน้อย” ซึ่งมีที่มาจากการมีผู้สนับสนุนในอุดมการณ์ของตนน้อยกว่ากลุ่มบอลเชวิค

³ บอลเชวิค (Bolsheviks) เป็นกลุ่มบุคคลภายใต้การนำของวลาดีมีร์ เลนิน (Vladimir Lenin) ที่มีอุดมการณ์และแนวความคิดแบบสังคมนิยมแบบสุดขั้ว โดยเน้นการยึดหลักเผด็จการจากพรรคการเมืองเดียวเพื่อเป้าหมายสูงสุดในการปฏิวัติโลก คำว่า “บอลเชวิค” แปลว่า “ส่วนมาก” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีผู้สนับสนุนมากกว่ากลุ่มเมนเชวิค ในเวลาต่อมากลุ่มบุคคลดังกล่าวได้กลายเป็นสมาชิกของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพโซเวียต

⁴ มักซิม กอร์กี้ (Maxim Gorky) เป็นนักประพันธ์ผู้มีชื่อเสียงชาวโซเวียตในผลงานประพันธ์ตามแนวทางสังคมนิยมสังคมนิยม (Socialist realism) หนึ่งในผลงานชิ้นสำคัญของผู้ประพันธ์ดังกล่าวคือ “แม่” (Mother) “มหาวิทยาลัยของฉัน” (My Universities) “วัยเยาว์ของข้าพเจ้า” (My Childhood)

⁵ วลาดีมีร์ มายาคอฟสกี (Vladimir Mayakovsky) เป็นหนึ่งในนักกวีชาวโซเวียตที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในช่วงศตวรรษที่ 20 นอกจากนี้ยังเป็นนักเขียนบทละคร ศิลปิน นักแสดง และบรรณาธิการผู้ซึ่งสนับสนุนในอุดมการณ์ของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพโซเวียต

“Izvestia” เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการเผยแพร่ 5 วันต่อสัปดาห์ (ยกเว้นเสาร์และอาทิตย์) และมีการวางจำหน่ายในประเทศรัสเซีย (ยอดขาย 146,362 ฉบับ) ประเทศในกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) (ยอดขาย 28,000 ฉบับ) และในยุโรป (RIA Novosti, 2012) มีการเผยแพร่ในรูปแบบเว็บไซต์ <https://iz.ru> ทำให้ผู้ที่สามารถเข้าถึงตัวบทได้อยู่ในวงกว้าง อย่างไรก็ตามก็ตีกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ผลิตตัวบทนี้ คือ ชาวรัสเซียวัยทำงานที่มีรายได้มั่นคงและเป็นผู้มีความเคลื่อนไหวในประเด็นสังคมต่างๆ มีสัดส่วนผู้อ่านเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อยกลุ่มผู้อ่านกลุ่มใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 55 ขึ้นไปและรองลงมา 35-54 ปี (Informekspress, n.d.)

ข้อความในสื่อสิ่งพิมพ์ “Komsomolskaya Pravda” เป็นตัวบทที่ถูกสร้างขึ้นโดยการอนุมัติของเลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพโซเวียตในฐานะเป็นหนังสือพิมพ์เยาวชนแห่งโซเวียต เพื่อองค์กรทางการเมืองที่เรียกว่า Komsomol หรือคณะกรรมการเยาวชนคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพเลนินทั้งปวง⁶ (All-Union Leninist Young Communist League) โดยก่อตั้งมาในสมัยสหภาพโซเวียตตั้งแต่ปี ค.ศ. 1925 ในอดีตมักมีรูปแบบการนำเสนอการเข้าร่วมระบบนารวมของเยาวชนคอมมิวนิสต์ มีการโฆษณาชวนเชื่อกีฬาภายในประเทศ และนำเสนอเรื่องราวในช่วงสงครามครั้งสำคัญ อาทิ สงครามโลกครั้งที่สอง นับตั้งแต่ก่อตั้งมีนักเขียนและกวีที่มีชื่อเสียงชาวโซเวียตทำงานหลายท่านรวมทั้งวลาดิมีร์ มายาคอฟสกี (Vladimir Mayakovsky) และในสมัยสหภาพโซเวียตได้รับรางวัลจากรัฐบาลกลางแห่งสหภาพโซเวียตมากมาย (RIA Novosti, 2010) อาจกล่าวได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ “Komsomolskaya Pravda” ถือเป็นหนึ่งในหนังสือพิมพ์ที่เก่าแก่และเป็นที่นิยมที่อยู่คู่ประวัติศาสตร์สหภาพโซเวียต

ในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงใช้ชื่อ “Komsomolskaya Pravda” โดยภายหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียต สื่อได้เปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการจากหนังสือพิมพ์ของรัฐเป็นหนังสือพิมพ์อิสระและอยู่ภายใต้การรวมหุ้นของบริษัทต่างๆ (Joint-stock company) หัวข้อหลักในการนำเสนอตัวบทมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านการเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ กีฬา และวิถีชีวิตทั่วไป นอกจากนี้ในการแพร่กระจายตัวบท “Komsomolskaya Pravda” มีสื่อท้องถิ่นของนครครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ในประเทศรัสเซียมากกว่า 40 เมือง รวมทั้งในประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS) ยุโรป ตะวันตก อเมริกา และอิสราเอล หนังสือพิมพ์ถูกจำหน่าย 6 ครั้งต่อสัปดาห์ยกเว้นวันอาทิตย์ (RIA Novosti, 2010) และมียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ (Komsomolskaya

⁶ คณะกรรมการเยาวชนคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพเลนินทั้งปวง (All-Union Leninist Young Communist League) หรือเป็นที่รู้จักในชื่อ Komsomol เป็นองค์กรเยาวชนภายใต้การกำกับของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพโซเวียตที่ก่อตั้งในช่วงปี ค.ศ. 1918 องค์กรดังกล่าวเปรียบเสมือนพรรคคอมมิวนิสต์สำรองที่มีสมาชิกเป็นเยาวชนอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยเยาวชนจากกลุ่มการเมืองดังกล่าวจะได้รับคัดเลือกเพื่อเข้าเป็นสมาชิกพรรคคอมมิวนิสต์แห่งสหภาพโซเวียตในเวลาถัดมา

Pravda, 2009) สื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารทางเว็บไซต์ www.kp.ru เช่นกัน ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายหลักในการผลิตตัวบท คือ ผู้อ่านเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ สัดส่วนของอายุผู้เข้าถึงตัวบทอยู่ระหว่าง 16-65 ปีและกลุ่มใหญ่ของผู้อ่านอยู่ระหว่าง 45-54 ปี (Reklamnoe agentstvo, n.d.)

4.2 การวิเคราะห์ตัวบทในประเด็นกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ผ่านกลวิธีทางภาษา

จากกาวิเคราะห์ตัวบทในประโยคของข่าว “Izvestia” และ “Komsomolskaya Pravda” ที่ปรากฏคำคุณศัพท์ “ไทย” ผู้วิจัยพบ 5 กรอบความคิดหลักที่สำคัญเกี่ยวกับไทยในสื่อรัสเซียข้างต้น กล่าวคือ “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” “ไทยมีปัญหาทางสังคม” “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” “ไทยมีวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” กรอบความคิดข้างต้นถูกสร้างขึ้นมาผ่านการใช้กลวิธีทางภาษาต่างๆ อาทิ การใช้คำศัพท์ คำอุปมาอุปไมย คำแสดงทัศนภาวะ มุลบท การอ้างถึง เป็นต้น โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

4.2.1 กรอบความคิด “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง”

กรอบความคิด “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” เป็นกรอบความคิดที่ต้องการสื่อความถึงสถานการณ์ของความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นในไทยผ่านมุมมองของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ จากการวิเคราะห์ตัวบทผู้วิจัยพบว่าสังคมไทยประสบปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองโดยมีการนำเสนอตัวบทผ่านทางกลวิธีทางภาษาโดยใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความขัดแย้งทางการเมืองดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความขัดแย้งทางการเมือง

- (1) *«Сам экс-премьер проживает в Эмиратах и Черногории и оттуда руководит своими сторонниками в Таиланде. Конфликт между сторонниками и противниками Чинавата вызвал беспрецедентное размежевание в тайском обществе, которое продолжается уже более шести лет»*

(Комсомольская правда, 05.08.2011)

“ตัวอดีตนายกรัฐมนตรีเองอาศัยอยู่ที่สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์และมอนเตเนโกร และคอยชี้แนะผู้สนับสนุนของตนในประเทศไทยจากที่นั่น ความขัดแย้งระหว่างผู้สนับสนุนและผู้คัดค้านตระกูลชินวัตรได้สร้างการแบ่งแยกในสังคมไทยอย่างไม่เคยมีมาก่อน (ความขัดแย้ง) ซึ่งยังคงดำเนินต่อเนื่องมานานกว่า 6 ปี”

(หนังสือพิมพ์ Komsomol-skaya Pravda, 05.08.2011)

ในหนังสือพิมพ์รัสเซียมีการใช้คำศัพท์ที่น่าเสนาถถึงความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งสะท้อนถึงความแตกแยกในสังคมในไทยดังจะเห็นได้จากตัวอย่าง (1) ที่พบการใช้คำศัพท์ต่างๆ อาทิ คำว่า ความขัดแย้ง ผู้สนับสนุน ผู้คัดค้าน นอกจากนี้ผู้วิจัยพบการใช้มูลบทผ่านกลุ่มคำที่ว่า การแบ่งแยกอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความขัดแย้งแบบแบ่งฝ่ายในสังคมไทยในอดีตไม่ได้ร้ายแรงเท่าเหตุการณ์การแบ่งฝ่ายระหว่างผู้สนับสนุนและผู้คัดค้านตระกูลชินวัตร การนำเสนอประโยคในตัวอย่าง (1) เป็นสิ่งที่สามารถสนับสนุนกรอบความคิดหลักในประเด็นที่ว่าไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง

(2) *«Тайский вариант Pussy Riot оказался жестче российского»*

(Известия, 02.10.2013)

กลุ่ม Pussy Riot ไทยมีความแข็งแกร่งกว่ากลุ่ม Pussy Riot รัสเซีย

(หนังสือพิมพ์ Izvestia, 02.10.2013)

ในตัวอย่าง (2) ตัวบทนำเสนอประเด็นความเห็นต่างทางการเมืองไทยผ่านการเปรียบเทียบการใช้คำนิยามกลุ่มทางการเมืองที่เกิดขึ้นในรัสเซีย กล่าวคือ มีการใช้กลุ่มคำว่า *Тайский вариант (Pussy Riot)* หรือ กลุ่ม Pussy Riot ไทย ทั้งนี้เพื่อการเข้าใจเนื้อหาของประโยค จำเป็นต้องมีความเข้าใจในนิยามของกลุ่ม Pussy Riot ที่ปรากฏในวัฒนธรรมทางการเมืองของชาวรัสเซียเป็นลำดับแรก อาจกล่าวได้ว่ากลุ่ม Pussy Riot คือ กลุ่มแนวคิดสตรีนิยมและนักเคลื่อนไหวดนตรีหญิงแนวพังค์ร็อกที่มีจุดเริ่มต้นจากเมืองมอสโกของประเทศรัสเซียในช่วง ค.ศ. 2011 และมีความพยายามในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่ต่อต้านประธานาธิบดี วลาดิมีร์ ปูติน ของรัสเซีย ดังนั้นกลุ่ม Pussy Riot ไทยจึงมีความเกี่ยวข้องกับการเป็นนักเคลื่อนไหวทางการเมืองในไทยที่มีแนวความคิดเชิงต่อต้านรัฐบาลในสมัยนั้น

นอกจากนี้ในตัวยังมีการใช้คำศัพท์ *แซ่กร้าวกว่า* สะท้อนมิติหนึ่งของความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทยผ่านเหตุการณ์การประท้วงหรือกลุ่มชุมนุมทางการเมืองที่มีความรุนแรงมากกว่ากลุ่มชุมนุมทางการเมืองในรัสเซียซึ่งอาจสร้างความเสียหายในด้านเศรษฐกิจหรือด้านสังคมในเวลาถัดมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4.2.2 กรอบความคิด “ไทยมีปัญหาทางสังคม”

กรอบความคิด “ไทยมีปัญหาทางสังคม” เป็นกรอบความคิดที่ต้องการสื่อความถึงสถานการณ์ของปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นในไทยผ่านมุมมองของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์จากการวิเคราะห์ด้วยทวิวิสัยพบว่าสังคมไทยประสบปัญหาความขัดแย้งทาง สังคมต่าง ๆ โดยมี การนำเสนอด้วยบทผ่านทางกลวิธีทางภาษาดังต่อไปนี้ การใช้คำยืมภาษาไทย การใช้คำอุปลักษณ์ การใช้คำทัศนภาวะ เป็นต้น

4.2.2.1 การใช้คำยืมภาษาไทย

คำยืม คือ การนำคำที่ยืมมาจากภาษาผู้ให้เพื่อเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของภาษาผู้รับซึ่งโดยทั่วไปเป็นศัพท์เฉพาะทาง คำยืมเป็นปรากฏการณ์ทางภาษารูปแบบหนึ่งของการเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติที่ภาษาผู้รับอาจยังไม่มีคำนั้นๆ ปรากฏอยู่ ในบางครั้งการใช้คำยืมอาจกล่าวถึง การนำเสนอถึงประเด็นเฉพาะด้านหรือประเด็นปัญหาต่าง ๆ ของภาษาหรือวัฒนธรรมผู้ให้เป็นหลัก

- (3) «Что такое тайская яма? В Таиланде – по рассказам и местных, и наших – появился не так давно дешевый и очень сильный наркотик яма.»

(Комсомольская правда, 10.03.2007)

“ยาม่าไทยคืออะไร ตามคำบอกเล่าทั้งจากคนท้องถิ่น (คนไทย) และจากพวกเรา (คนรัสเซีย) ยาม่าที่เป็นสารเสพติดออกฤทธิ์รุนแรงและราคาถูกเพิ่งปรากฏขึ้นในเมืองไทยได้ไม่นานมานี้”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda, 10.03.2007)

จากตัวอย่าง (3) หนังสือพิมพ์รัสเซียเลือกใช้คำว่า *яма* (อ่านว่า ยาามา) ซึ่งเป็นการเขียนทับศัพท์เพื่อระบุถึงยาม่าของไทย การใช้คำยืมในตัวยบหดงกล่าวสามารถอนุมานได้ว่า ในภาษารัสเซียยังไม่ปรากฏคำศัพท์คำว่า *ยาม่า* ก่อนหน้านี้ นอกจากนี้มีการใช้คำว่า *ที่ราคาถูก* ในการขยายคำว่า *ยาม่า* ทำให้อาจมีการเข้าถึงสารเสพติดดังกล่าวในหมู่นักคนไทยได้มาก ประเด็นปัญหาด้านยาเสพติดในเมืองไทยมีผลต่อการเกิดปัญหาทางสังคมไทยในหลาย ๆ รูปแบบใน

เวลาถัดมา ดังนั้นประโยคข้างต้นจึงเป็นสิ่งที่สนับสนุนถึงกรอบความคิดที่ว่า “ไทยมีปัญหาด้านสังคม”

4.2.2.2 การใช้คำอุปลักษณ์

คำอุปลักษณ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้กลวิธีทางภาษาโดยการเปรียบเทียบความเข้าใจของสิ่งๆ หนึ่งเป็นอีกสิ่งๆ หนึ่ง และไม่ใช้รูปแบบของการเปรียบเทียบด้วยตรงดั่งการใช้คำอุปมา ในตัวบทผู้วิจัยพบการใช้คำอุปลักษณ์ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับกรอบความคิดที่ว่าไทยมีปัญหาด้านสังคม

- (4) *«И затем вынужден снова и снова покупать тайское чудо. Фактически под видом лекарств распространялся наркотик».*

(Комсомольская правда, 06.12.2005)

“หลังจากนั้นก็ถูกบังคับให้ซื้อสิ่งวิเศษ (สารเสพติด) ของไทย
ครั้งแล้วครั้งเล่า อันที่จริงแล้วยาเสพติดแพร่หลายในรูปของยา”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda, 06.12.2005)

จากตัวอย่าง (4) มีการใช้คำว่า *чудо* ซึ่งมีความหมายว่า สิ่งวิเศษ มหัศจรรย์ หรือสิ่งที่น่าหลงใหล อย่างไรก็ตามการศึกษาจากบริบทของตัวบทคำนี้ไม่ได้มีหมายถึง สิ่งวิเศษของไทย แต่เป็นการเปรียบเทียบในเชิงอุปลักษณ์ของสิ่งวิเศษกับยาเสพติด กล่าวถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการเสพยาเสพติดที่ทำให้ผู้เสพมีความร่าเริง เคลิ้ม รู้สึกผ่อนคลาย สบายตัวราวกับว่าสารเสพติดเป็นสิ่งวิเศษ ดังนั้นสิ่งวิเศษของไทยจึงหมายถึงยาเสพติดของไทย นอกจากนี้ในประโยคมีการใช้คำกริยา *แพร่หลาย* ซึ่งเป็นภาคแสดงของยาเสพติด สะท้อนให้เห็นว่ายาเสพติดกระจายเป็นวงกว้างอยู่ในสังคมคนไทยและถือเป็นปัญหาในระดับมหภาคของสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4.2.2.3 การใช้คำทัศนภาวะ

คำทัศนภาวะ หมายถึง คำบอกความเห็น อาทิ คำว่า น่าจะ ควรจะ เห็นจะ ต้อง ย่อม (นวรธรรณ พันธ์เมธา, 2549) หรือเป็นคำที่ผู้พูดใช้แสดงทัศนะหรือความคิดเห็นของตนตามความหมายของชาติตั้งข้อความต่อไปนี้ “Modality is a cover term for devices which allow speakers to express varying degrees of commitment to, or belief in, a proposition” (Saeed, 2009, p. 138)

- (5) *«Пример: в вечнозеленом Таиланде есть давняя традиция – пол менять. Поговаривают, один из сыновей в каждой уважающей себя тайской семье обязан стать дочерью и кормить стареющих родителей, зарабатывая своим новым телом»*

(Комсомольская правда, 08.09.2011)

“ตัวอย่างเช่น หนึ่งในธรรมเนียมที่มีมานานในประเทศไทยที่เป็นดินแดนเขี้ยวตลอดทั้งป็นั้น คือ การแปลงเพศ กล่าวกันว่าลูกชายหนึ่งคนในทุกครอบครัวคนไทยที่เคารพตนเองจะต้องแปลงเพศเป็นลูกสาวและเลี้ยงดูพ่อแม่ที่แก่ชรา ทำงานหารายได้จากร่างกายที่ได้จากการแปลงเพศมาใหม่”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda, 08.09. 2011)

การใช้คำทัศนภาวะสามารถพบได้จากตัวอย่าง (5) กล่าวคือมีการใช้คำว่า *обязан* หรือคำว่า ต้อง เพื่อใช้แสดงทัศนด้านความจำเป็นหรือสิ่งที่ต้องทำในการแปลงเพศจากเพศชายเป็นเพศหญิงของเด็กชายไทยในแต่ละครอบครัว โดยเป้าหมายของการกระทำข้างต้นคือการทำงานขายบริการทางเพศและนำเงินดังกล่าวมาเลี้ยงดูพ่อแม่ของตน มีการใช้คำว่า *ธรรมเนียมที่มีมานาน* ซึ่งหมายถึงสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาโดยเป็นสิ่งที่ตอกย้ำถึงปัญหาทางสังคมไทยที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมข้างต้นในประเด็นด้านความยากจน ดังนั้นประโยคข้างต้นจึงสนับสนุนกรอบความคิดของปัญหาทางสังคมของไทยในมุมมองของหนังสือพิมพ์รัสเซีย

4.2.3 กรอบความคิด “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย”

กรอบความคิด “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” เชื่อมโยงกับประเด็นปัญหาด้านอาชญากรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในไทยและผู้ที่ได้รับผลเสียจากเรื่องดังกล่าวคือชาวรัสเซีย สืบเนื่องจากการนำเสนอในหนังสือพิมพ์กระแสหลักจากสองบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับข่าวการประสมภยในรูปแบบต่างๆ ของชาวรัสเซียในระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้ในดับทที่มีการใช้กลวิธีทางภาษาหลายประการ อาทิ การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงการสูญเสีย การอ้างสาเหตุ และการใช้มูลบท ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.3.1 การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงการสูญเสีย

- (6) «Среди других происшествий: в ноябре затонул паром с россиянами на борту – погиб 12-летний мальчик. А в марте 2013 года двое уроженцев Ростова оказались в тайской тюрьме по обвинению в незаконном содержании обезьян без лицензии. – Необходимо помнить, что любое путешествие представляет повышенную опасность. И хотя беды происходят повсеместно, в любой стране массового направления, какой является и Таиланд, риски повышаются, - отмечает вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий Барзыкин»

(Комсомольская правда, 12.03.2014)

“ในบรรดาเหตุการณ์อื่น ๆ ที่เกิดขึ้น อาทิในเดือนพฤศจิกายน เกิดเหตุเรือเฟอร์รี่ที่มี(นักท่องเที่ยว) ชาวรัสเซียอยู่ลุ่ม และเด็กวัย 12 ปีเสียชีวิต ส่วนในเดือนมีนาคมของปี ค.ศ. 2013 ชาวเมือง รอสตอฟ (ของรัสเซีย) 2 คนจำคุกไทยในข้อหาครอบครองลิง โดยไม่มีใบอนุญาต ควรระลึกไว้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวไปที่ใด ก็ตามมักมีโอกาสได้รับอันตรายหรือความเสี่ยงสูง และแม้ว่าไซครายจะสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกที่แต่ในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการเดินทางของผู้คนมากมายรวมถึงในประเทศไทยก็มักมีความเสี่ยงที่สูงกว่า ยูริ บาร์ซียกิน รองประธานสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติรัสเซียกล่าว”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda, 12.03.2014)

จากตัวอย่าง (6) พบการใช้คำที่แสดงการสูญเสียหรือผลลบที่ชาวรัสเซียประสบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยดังนี้ (เรือ)ลุ่ม เสียชีวิต อันตราย ความเสี่ยง ถูกไทย ซึ่งจากย่อหน้าข้างต้นมีการยกตัวอย่างสองเหตุการณ์ที่คนรัสเซียประสบภัยไม่ว่าจะเกิดจากอุบัติเหตุและเกิดจากความไม่รู้ในวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ในย่อหน้าข้างต้นพบการให้ความเห็นของหน่วยงานรัฐของรัสเซียว่า ไทยเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงสูงกว่าประเทศสำหรับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวน้อยกว่า ดังนั้นตัวบทข้างต้นเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงกรอบความคิดที่ว่าไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย

- (7) *«На тайском острове Пхукет в ДТП попали российские туристы. Стрела строительного крана сорвала крышу микроавтобуса, в котором ехали наши отпускники. Как сообщает местное издание Phuket Wan, авария случилась неподалеку от популярнейшего пляжа Карон утром во вторник, 18 декабря»*

(Комсомольская правда, 18.12.2012)

“นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียประสบอุบัติเหตุบนท้องถนนบนเกาะภูเก็ตของไทย โดยแขนบูมของเครนก่อสร้างล้มทับหลังคารถมินิแวนที่มีนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนั่งอยู่จากการรายงานของสื่อท้องถิ่น Phuket Wan ในตอนเช้าวันอังคารของวันที่ 18 ธันวาคม อุบัติเหตุเกิดขึ้นไม่ไกลจากหาดกะรนซึ่งเป็นชายหาดที่ได้รับความนิยมสูงสุด”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Prav da, 18.12.2012)

จากตัวอย่าง (7) มีการใช้คำศัพท์ว่า อุบัติเหตุบนท้องถนน แขนบูมของเครนก่อสร้างล้มทับ ซึ่งเป็นการนำเสนอประเด็นด้านอุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียประสบบนเกาะภูเก็ต ซึ่งเป็นสถานที่ที่ชาวรัสเซียนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเมื่อมายังประเทศไทย ตัวอย่างข้างต้นจึงเป็นสิ่งที่ยืนยันกรอบความคิดที่เกี่ยวกับความเสี่ยงที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในไทยประสบ

4.2.3.2 การอ้างสาเหตุ

- (8) *«Ростовчанка Екатерина Денисович – о том, как оказалась в тайской тюрьме после прогулки по пляжу с обезьянками. В Таиланде 14 марта на острове Ко-Кхай-Нок (провинция Пханг-Нга) были задержаны 31-летний Андрей Белов и 22-летняя Екатерина Денисович, прибывшие из Ростова. Их обвинили в содержании обезьян без лицензии»*

(Известия, 21.03.2013)

“หญิงชาวเมืองรอสตอฟซื้อเยคาทีรีนา เดนิโซวิชถูกจำคุกไทย
หลังจากที่เดินเล่นบนชายหาดกับฝูงลิง โดยในวันที่ 14 มีนาคม
อันเดรย์ เบียโลฟวัย 31 ปี และ เยคาเทอลีนา เดนิโซวิชวัย 22 ปี
ผู้ซึ่งเดินทางมาจากเมืองรอสตอฟถูกจับกุมที่ประเทศไทยบนเกาะ
ไข่นอก (จังหวัดพังงา) พวกเขามีความผิดในข้อหาครอบครองลิง
โดยไม่มีใบอนุญาต”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia, 21.03.2013)

ในตัวอย่าง (8) มีการใช้รูปประโยคเพื่ออ้างสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียติดคุกไทย ด้วยการใช้อนุประโยค หลังจากที่ได้เดินเล่นบนชายหาดกับฝูงลิง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ถูกจับกุมเพราะเดินเล่นกับฝูงลิงด้วยข้อหาการครอบครองลิงโดยไม่มีใบอนุญาต ดังนั้นการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยโดยเฉพาะในกรณีที่ไม่ได้ศึกษาหรือเข้าใจถึงกฎระเบียบในไทยอาจนำมาซึ่งความเสี่ยงของคนรัสเซียจากการถูกดำเนินคดีทางกฎหมายในรูปแบบต่างๆ ได้

4.2.3.3 การใช้มูลบท

มูลบทเป็นรูปแบบหนึ่งของกลวิธีในการใช้ภาษาเพื่อระบุถึงสภาพใดสภาพหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นอยู่ก่อนแล้ว

(9) «До сих пор непонятно, как **тело погибшего мальчика** доставят на родину. Консульство РФ ведет переговоры с **тайской стороной** и туристической компанией»

(Комсомольская правда, 07.11.2013)

“จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ยังคงไม่สามารถเข้าใจได้ว่าจะส่งร่างของเด็ก
(ชาวรัสเซีย) ที่เสียชีวิตกลับบ้านเกิดของตนได้อย่างไร ทางกงสุล
แห่งสหพันธรัฐรัสเซียกำลังทำการเจรจากับทางฝ่ายไทยและ
บริษัทด้านการท่องเที่ยวอยู่”

(หนังสือพิมพ์ Komsomol skaya Pravda, 07.11.2013)

ตัวอย่าง (9) นำเสนอประเด็นการเจรจาระหว่างรัฐฝ่ายไทยและฝ่ายรัสเซีย มีการใช้มูลบทในประโยค ส่งร่างของเด็ก(ชาวรัสเซีย)ที่เสียชีวิตกลับบ้านเกิดของตน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าก่อนหน้านั้นมีเด็กชาวรัสเซียที่มีชีวิตอยู่และได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย การนำเสนอมูลบทดังกล่าวเป็นการตอกย้ำถึงกรอบความคิดด้านผลเสียหรือความเสี่ยงที่ชาวรัสเซียอาจได้รับในการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทย

- (10) «Одним из участников похищения российских туристов в Таиланде, по мнению родных молодой пары, может быть бывший офицер Тихоокеанского флота Андрей Забелин, разыскиваемый в России с 2007 года. Алексей Слабинский и Яна Стрижеус, похищенные 7 марта на тайском острове Пхукет, знали этого человека и считали его другом»

(Известия, 24.03.2014)

“หนึ่งในผู้ร่วมลักพาตัวนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในประเทศไทย ตามความเห็นของญาติคู่หนุ่มสาวอาจจะเป็นอดีตทหารเรือภาคพื้นแปซิฟิกนามว่า อันเดรย์ ซาเบลีน ผู้ซึ่งเป็นที่ต้องการตัวในรัสเซีย ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 โดยอเล็กเซย์ สลาบินสกี และ ยานา สตรีเชอูส ผู้ถูกลักพาตัวไปในวันที่ 7 มีนาคม บนเกาะภูเก็ตของไทยรู้จักคนดังกล่าวและนับเขาเป็นเพื่อน”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia, 30.08.2008)

ในตัวอย่าง (10) กล่าวถึงความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจากการถูกโจรกรรมบนเกาะภูเก็ตของไทย ผู้วิจัยพบการใช้มูลบทผ่านกลุ่มคำ ผู้ซึ่งเป็นที่ต้องการตัวในรัสเซีย เพื่อใช้ในการขยายคำนาม อันเดรย์ ซาเบลีน ทำให้สามารถทราบได้ว่าชาวรัสเซียคนดังกล่าวเคยก่อเหตุโจรกรรมในประเทศรัสเซียและตอนนี้ได้หลบหนีเข้ามาอยู่ในประเทศไทย ความเสี่ยงของการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยของชาวรัสเซียจึงอาจเกิดขึ้นจากปัญหาทางอาชญากรรมที่มีคนรัสเซียเป็นผู้กระทำในดินแดนของประเทศไทยได้

4.2.4 กรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์”

กรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” เป็นประเด็นที่ได้รับการนำเสนอในหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับ โดยตัวบทกล่าวถึงอัตลักษณ์ ลักษณะที่โดดเด่น หรือวัฒนธรรมไทยที่ชาวรัสเซียมีความประทับใจหรือชื่นชอบ ทั้งนี้เพื่อนำเสนอประเด็นดังกล่าวสื่อรัสเซียเลือกใช้กลวิธีทางภาษาในรูปแบบต่างๆ อาทิ การใช้คำยืม การใช้คำอุปลักษณ์ การใช้คำศัพท์ที่มีการแสดงวัฒนธรรมเฉพาะ การอ้างถึง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

4.2.4.1 การใช้คำยืม

- (11) *«А в заключение фестиваля юные боксеры продемонстрировали еще и спортивный вид тайского бокса **Муай Боран**, чем окончательно покорили собравшихся»*

(Комсомольская правда, 27.02.2008)

“ส่วนในช่วงท้ายของเทศกาลนักมวยเยาวชนได้นำเสนอกีฬา มวยไทยอีกชนิดที่เรียกว่ามวยโบราณซึ่งได้สร้างความสนใจให้กับผู้ชมในท้ายที่สุด”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda 27.02.2008)

จากตัวอย่าง (11) มีการกล่าวถึงประเภทของมวยไทยโดยการเขียนทับศัพท์คำว่า *Муай Боран* (อ่านว่า มูไอ โบราน) หรือมวยโบราณ หนึ่งในคำยืมที่หนังสือพิมพ์รัสเซียเลือกใช้แทนการแปลเป็นภาษาของตน นอกจากนี้ในตัวอย่างนี้การใช้กลุ่มคำที่ว่า *สร้างความสนใจให้กับผู้ชม* สะท้อนให้เห็นถึงกีฬาประจำชาติไทยในบริบทของการแสดงที่สามารถเรียกความสนใจของชาวรัสเซียเป็นจำนวนมากได้ มวยไทยจัดเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมแห่งชาติที่ได้รับการสั่งสมมานานตั้งแต่บรรพบุรุษ การใช้คำยืมในบริบทข้างต้นถือเป็นกลวิธีทางภาษาที่เน้นถึงการสร้างลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมการเล่นกีฬาของไทยและสนับสนุนกรอบความคิดที่ว่าไทยมีวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์

- (12) *«И это естественно, потому что он – старший тренер национальной сборной федерации по **Муай Тай** – Александр Золотарев»*

(Комсомольская правда, 24.12.2008)

“และแน่นอนว่าเป็นเพราะว่าเขา คือ อเล็กซานเดอร์ โวลิตา เรียฟ โค้ชอาวุโสของสหพันธ์แห่งชาติมวยไทย”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda 24.12.2008)

ในตัวอย่าง (12) มีการใช้คำยืมคำว่า *Myai Tai* (อ่านว่า มุไอ ไท) หรือมวยไทยซึ่งเป็นชื่อเฉพาะขององค์กรด้านกีฬาในประเทศรัสเซีย ทำให้สามารถกล่าวได้ว่ากีฬาแห่งชาติมวยไทยจัดเป็นกีฬาที่มีความเป็นสากลและได้รับความนิยมในหมู่ชาวรัสเซียจนมีการจัดตั้งสหพันธ์แห่งชาติมวยไทยและมีการจัดตั้งโค้ชอาวุโสของสหพันธ์ดังกล่าว วัฒนธรรมด้านกีฬาแห่งชาติที่เป็นเอกลักษณ์จึงสนับสนุนกรอบความคิดความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในสื่อรัสเซีย

4.2.4.2 การใช้คำอุปลักษณ์

(13) «Анимчатпон Вирасетакун, тайский маг и кудесник, чьи фильмы есть во всех списках лучших картин современности, в 2010-м выиграл «Золотую пальмовую ветвь» в Канне»

(Известия, 18.02.2014)

“อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล นักมายากลและผู้มีเวทมนตร์คาถา (ผู้กำกับ) ชาวไทยผู้เป็นเจ้าของภาพยนตร์ที่อยู่ในรายชื่อภาพยนตร์ที่ดีที่สุดในยุคสมัยใหม่ชนะรางวัลปาล์มทองคำที่เมืองคานส์ในปี ค.ศ. 2010”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia 18.02.2014)

การใช้คำอุปลักษณ์บางครั้งช่วยให้เห็นถึงการสนับสนุนกรอบความคิดเกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย จากตัวอย่าง (13) มีการใช้คำอุปลักษณ์เกี่ยวกับอาชีพผู้กำกับไทยที่กำกับภาพยนตร์สยองขวัญไทยและสามารถคว้ารางวัลชนะเลิศด้านภาพยนตร์ที่ดีที่สุดในเมืองคานส์ได้ โดยสื่อรัสเซียใช้คำว่า *mag и кудесник* หรือ นักมายากล ผู้มีเวทมนตร์คาถา ในการกล่าวถึงอาชีพผู้กำกับภาพยนตร์สยองขวัญที่มีความสามารถในการกำกับราวกับเป็นนักเวทมนตร์คาถา การใช้คำอุปลักษณ์ข้างต้นและเนื้อความในประโยคทำให้สามารถเห็นถึงวัฒนธรรมของคนไทยด้านความเชื่อในสิ่งลี้ลับและความเกี่ยวข้องระหว่างผีกับวิถีชีวิตของคนไทย ที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลเรื่องดังกล่าว ถือเป็นการสะท้อนกรอบความคิดวัฒนธรรมแห่งชาติด้านหนึ่งที่ดีเป็นเอกลักษณ์สำหรับไทย

4.2.4.3 การใช้คำศัพท์ที่แสดงถึงวัฒนธรรมเฉพาะของการใช้ภาษาไทย

- (14) «С членами королевской семьи Таиланда принято говорить на особом – придворном – языке, который несколько отличается от обычного тайского»

(Комсомольская правда, 06.07.2007)

“ถือเป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติในการสื่อสารกับพระบรมวงศานุวงศ์ด้วย ภาษาเฉพาะ หรือภาษาที่ใช้คำราชาศัพท์ ซึ่งแตกต่างจากภาษาไทย ปกติไม่มาก”

(หนังสือพิมพ์ Komso molskaya Pravda, 06.07.2007)

จากตัวอย่าง (14) มีการใช้คำศัพท์ที่นำเสนอวัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย คือ กลุ่มคำที่ว่า *на придворном языке* หรือ ด้วยภาษาในราชสำนัก ภาษาที่ใช้คำราชาศัพท์ ซึ่งมีความแตกต่างจากภาษาไทยปกติ นอกจากนี้มีการใช้คำทัศนภาวะว่า สิ่งที่พึงปฏิบัติ หรือสิ่งที่ต้องทำหรือยึดถือเพื่อเป็นการกำหนดรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลทั่วไปกับพระบรมวงศานุวงศ์ ตัวบทดังกล่าวสะท้อนถึงกรอบความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรมการใช้ภาษาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของไทย

- (15) «Любопытно, что тайское слово, которым называют этих ящериц, имеет и второй, уничижительный, смысл – для обозначения неприятных, отвратительных персон»

(Комсомоль ская правда, 24.05.2013)

“เป็นที่น่าสนใจว่าคำในภาษาไทยที่ใช้เรียกสัตว์จำพวกกิ้งก่า เหล่านี้มีความหมายที่สองหรือความหมายในเชิงดูถูกซึ่งหมายถึง คนไม่พึงประสงค์ คนน่ารังเกียจ”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda, 24.05.2013)

ในตัวอย่าง (15) มีการนำเสนอความหมายของคำที่เกี่ยวกับสัตว์เลื้อยคลานในภาษาไทย ที่เป็นลักษณะเฉพาะผ่านการใช้คำศัพท์ จำพวกกิ้งก่าเหล่านี้ ซึ่งสามารถใช้เรียกคนที่ไม่พึงประสงค์ได้ แม้ว่าการเรียกสัตว์แทนคนในความหมายเชิงลบจะมีในหลายภาษาและหลายวัฒนธรรม แต่ในแต่ละภาษาก็มีการใช้คำเปรียบเทียบกับระหว่างคนกับสัตว์ในรูปแบบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ

กับความนึกคิดของชาตินั้นๆ การนำเสนอด้วยท่วงกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการใช้ภาษาของคนไทยซึ่งอาจแตกต่างจากคนรัสเซีย

4.2.4.4 การอ้างถึง

- (16) *«Мусульманский праздник весны Навруз-байрам уже прошел, и только что – посредством обязательного обливания водой – отметили тайский Новый год. Приближается православная Пасха»*

(Известия, 24.12.2007)

“เทศกาลเฉลิมฉลอง Nowruz⁷ ของชาวมุสลิมในช่วงฤดูใบไม้ผลิได้ผ่านไป แล้ว และเพิ่งมีการเฉลิมฉลองวันปีใหม่ของไทยด้วยการเล่นสาดน้ำอย่างเป็นที่แน่ชัด ในขณะที่วันอีสเตอร์ของคริสตอโรดิกซ์ก็ใกล้เข้ามาแล้ว”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia, 24.12.2007)

จากตัวอย่าง (16) มีการอ้างถึงเทศกาลที่สำคัญต่างๆ ในช่วงฤดูใบไม้ผลิของรัสเซีย หรือในช่วงระหว่างมีนาคมถึงพฤษภาคม วันปีใหม่ของไทยได้รับการกล่าวถึงในสื่อของรัสเซีย และนำเสนอรูปแบบของการเฉลิมฉลองผ่านการใช้คำศัพท์ การเล่นสาดน้ำ ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมการเฉลิมฉลองของชาวไทยที่มีลักษณะเฉพาะ ทำให้เห็นถึงกรอบความคิดในด้านวัฒนธรรมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์

4.2.5 กรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้”

กรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” เป็นรูปแบบของการนำวัฒนธรรมไทยที่เปรียบดั่งสินค้าที่มีมูลค่าและสามารถสร้างรายได้ให้กับนักธุรกิจหรือนักการตลาดทั้งจากประเทศไทยและประเทศรัสเซียอันมีที่มาจากความนิยมหรือความประทับใจในวัฒนธรรมไทยในหมู่นักธุรกิจ ภายใต้กรอบความคิดดังกล่าวมีการใช้กลวิธีทาง

⁷ เทศกาล Nowruz เป็นเทศกาลวันปีใหม่ของชาวอิหร่านหรือชาวเปอร์เซียที่มีการเฉลิมฉลองไปทั่วโลก ในบรรดากลุ่มที่มีรากเหง้าและกลุ่มที่ไม่มีรากเหง้าจากอิหร่าน ถือเป็นวันหยุดประจำชาติในหลายๆ ประเทศ อาทิ อัฟกานิสถาน จอร์เจีย อิรัก คาซัคสถาน คีร์กีซสถาน ช่วงเวลาของการเฉลิมฉลองเทศกาลดังกล่าวตรงกับช่วงเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิ

ภาษาที่หลากหลาย อาทิ การอ้างความเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง การใช้คำอุปลักษณะ และการใช้คำศัพท์ในรูปแบบต่างๆ โดยตัวอย่างของการใช้ตัวบทมีดังต่อไปนี้

4.2.5.1 การอ้างความเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง

- (17) *«Это тайский бренд, и благодаря популярности Таиланда среди российских туристов он довольно узнаваем у населения России, и спа-бизнес Dusit в России может быть вполне успешен – уже сейчас в той же Москве работает большое число салонов тайского спа, - уверен Дэвид Дженкинс, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle»*

(Известия, 18.03.2014)

“นี่คือแบรนด์ของไทย และเนื่องมาจากความนิยมในประเทศไทยของเหล่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย แบรินต์นี้จะกลายเป็นที่รู้จักในบรรดาผู้คนในประเทศรัสเซีย ธุรกิจสปาของดุสิตสามารถประสบความสำเร็จได้ ร้านสปาไทยหลายแห่งเริ่มเปิดให้บริการแล้วในเมืองมอสโกแห่งนี้ - เดวิด เจนคินส์ หัวหน้าฝ่ายธุรกิจโรงแรมของบริษัท Jones Lang LaSalle แสดงความมั่นใจ”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia, 18. 03.2014)

ในตัวอย่าง (17) มีการอ้างความเห็นของเดวิด เจนคินส์ หัวหน้าฝ่ายธุรกิจโรงแรมของบริษัทแห่งหนึ่งเกี่ยวกับแนวโน้มของความสำเร็จในการทำธุรกิจสปาในประเทศรัสเซีย โดยเฉพาะในมอสโกที่มีการเปิดให้บริการร้านสปาหลายแห่ง จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้อุปประโยคว่าเนื่องมาจากความนิยมในประเทศไทยของเหล่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ซึ่งเนื้อความดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้สปาไทยเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ในประเทศรัสเซียได้ ดังนั้นคำว่า สปาไทย จึงถือเป็นวิถีวิวัฒนาการแบบไทยที่มีลักษณะเป็นสินค้าไทยที่มีมูลค่าและสร้างรายได้ซึ่งสอดคล้องกับกรอบความคิดหลักในหัวข้อที่ 4.2.5

- (18) *«Мнение специалиста: «Если вы увлекаетесь буддизмом, восточной философией и хотите узнать какие-то премудрости тайского массажа, такие курсы будут вам полезны»»*

(Известия, 18.05.2014)

“ความเห็นผู้เชี่ยวชาญ: “หากท่านมีความหลงใหลในพระพุทธศาสนา
ปรัชญาตะวันออก และต้องการที่จะทราบถึงภูมิปัญญานวดแผนไทย
คอร์สเรียนเหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่าน”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia 18.05.2014)

ตัวอย่าง (18) กล่าวถึงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยมีเป้าหมายในการชวนเชิญคนรัสเซียสมัครเข้าเรียนในคอร์สการนวดแผนไทยที่ถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของไทยที่ได้รับการส่งเสริมยาวนาน มีการใช้คำศัพท์ว่า จะเป็นประโยชน์สำหรับท่าน ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์คอร์สเรียน ตัวอย่างดังกล่าวนำเสนอวัฒนธรรมการนวดแผนไทยในฐานะเป็นสินค้าในรูปแบบของหลักสูตรหรือคอร์สเรียนที่ให้ความรู้กับผู้สนใจและอีกทั้งยังเป็นตัวสนับสนุนกรอบความคิดที่ว่าไทยมีวัฒนธรรมที่เป็นสินค้าที่สามารถสร้างมูลค่าได้

4.2.5.2 การใช้คำอุปลักษณ์

(19) *«Отправьте жену на часок в Таиланд.
Пусть пока не в настоящий – просто на
сеанс тайского массажа. Такую услугу
теперь предлагают многие московские
салоны красоты»*

(Известия, 18.05.2014)

“ส่งภรรยาไปอยู่ประเทศไทยสักหนึ่งชั่วโมงสิ ไม่ต้องเดินทางไป
จริง ๆ เพียงแค่เข้าไปอยู่ในห้วงเวลาของการนวดแผนไทย
บริการดังกล่าวนำเสนอโดยร้านเสริมสวยของมอสโกในหลายๆ แห่ง”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia 18.05.2014)

จากตัวอย่าง (19) มีการใช้คำอุปลักษณ์ในรูปแบบของการการแสดงความรู้สึกหรือการรับรู้ กล่าวคือ ช่วงเวลาที่ได้รับการนวดแผนไทยคือช่วงเวลาที่เราได้ถึงการได้เดินทางมาพักผ่อนที่ประเทศไทย ลักษณะของการเชื่อมโยงเหตุการณ์สองเหตุการณ์นำมาใช้ในการโฆษณาการให้บริการนวดแผนไทยที่เปิดบริการในรัสเซียซึ่งผู้ที่ได้ใช้บริการจะสามารถสัมผัสและรู้สึกได้ว่าได้เดินทางพักผ่อนที่ไทยในระยะเวลาสั้น ๆ ในตัวบทข้างต้นสะท้อนกรอบความคิดเกี่ยวกับการนวดแผนไทยที่ถือเป็นวัฒนธรรมในรูปแบบของสินค้าและมีมูลค่า

4.2.5.3 การใช้คำศัพท์ในการประชาสัมพันธ์

- (20) «Конечно, очень сложно все начинать и развивать с нуля. Но я надеюсь, что со временем тайский бокс станет популярным и в Воронежской области. Мы сможем не только выезжать на соревнования, но и у себя принимать спортсменов из других регион-ов. ЗНАЙ! Где записаться в секцию тайского бокса – ул. Дружин-ников, 8 (институт менеджмента, маркетинга и финансов). Телефон для справок: **8-920-218-36-00**»

(Комсомольская правда, 20.12. 2010)

"แน่นอนว่าเป็นสิ่งที่ยากลำบากในการเริ่มต้นและพัฒนาอะไรขึ้นมาจากศูนย์ แต่ผมหวังว่ามวยไทยจะกลายเป็นกีฬาที่ได้รับค่านิยมขึ้นในจังหวัดวอโรเนซ พวกเราไม่เพียงออกไปร่วมแข่งขัน (กีฬาดังกล่าว) แต่ยังรับสมัครเหล่านักกีฬาจากเมืองอื่น ๆ คุณควรรู้ว่า (โปรดทราบว่า) ศูนย์มวยไทยสมัครได้ที่ไหน ถนนดรูชินนิคอฟ 8 (สถาบันด้านการบริหาร การตลาด และการเงิน) สอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ **8-920-218-36-00**"

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda 20.12.2010)

ในตัวอย่าง (20) มีการเลือกใช้คำศัพท์ที่เป็นการประชาสัมพันธ์ศูนย์มวยไทยที่อยู่ในจังหวัดวอโรเนซของประเทศรัสเซีย อาทิ รับสมัครเหล่านักกีฬา โปรดทราบว่า สมัครได้ที่ไหน รวมถึงการระบุที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์เพื่อให้สามารถติดต่อเข้าไปสมัครเรียนได้ เนื่องจากความนิยมในกีฬามวยไทยซึ่งถือเป็นกีฬาประจำชาติไทยในหมู่ชาวรัสเซียทำให้การจัดตั้งศูนย์มวยไทยตลอดจนมีเวทีในการแข่งขันตามที่ตั้งต่าง ๆ ในรัสเซีย กีฬามวยไทยดังที่ปรากฏในตัวบทเป็นตัวอย่างหนึ่งที่อยู่ภายใต้กรอบความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านกีฬาแห่งชาติไทยในฐานะที่เป็นสินค้าสร้างมูลค่าในรูปของศูนย์ฝึกอบรมมวยไทย

- (21) «Два зала, на 30 – 40 человек и 50 человек. Японская, китайская и тайская кухни. Свое спиртное и закуска по договоренности с администратором. Предварительный заказ зала: за три – четыре недели»

(Комсомольская правда, 30.08.2008)

“ห้องรับประทานอาหาร 2 ห้อง สำหรับ 30-40 ท่าน และสำหรับ 50 ท่าน ครัวอาหารญี่ปุ่น จีน ไทย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และของว่างสามารถตกลงกับเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลได้ สามารถจองห้องรับประทานอาหารล่วงหน้าสามถึงสี่อาทิตย์”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda 30.08.2008)

ในตัวอย่าง (21) มีการใช้คำศัพท์ จองห้องรับประทานอาหารล่วงหน้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการอาหารเอเชียต่าง ๆ รวมถึงอาหารไทย ด้วยสะท้อนถึงอาหารไทยที่ถือเป็นหนึ่งในอาหารสำคัญที่นำมาบริการในการเฉลิมฉลองงานสำคัญ ๆ ตามเมืองต่าง ๆ ในรัสเซียซึ่งรวมถึงเมืองซามาราของรัสเซียอันเป็นที่มาของตัวอย่างข้างต้น นอกจากนี้อาหารไทยยังถือวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งที่สามารถนำเสนอในรูปของสินค้าที่สร้างมูลค่าได้

4.2.5.4 การใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความรู้สึกดีเมื่อใช้สินค้า

(22) «Постояльцев будут привлекать сна и тайской кухни – в этом основные козыри компании из Таиланда»

(Известия, 18.05.2014)

“สปาและอาหารไทยซึ่งจัดเป็นไม้เด็ดหลักของบริษัทจากประเทศไทย จะทำให้แขก(ต่างชาติ) ประทับใจ”

(หนังสือพิมพ์ Izvestia 18.05.2014)

จากตัวอย่าง (22) พบการใช้คำศัพท์ในรูปกริยาว่า ทำให้รู้สึกประทับใจ ซึ่งเป็นภาคแสดงของคำว่า สปาและอาหารไทย ทำให้สัมผัสได้ถึงความรู้สึกดีหากได้รับการบริการสปาและอาหารของไทย นอกจากนี้ยังมีการใช้คำว่า козыри ซึ่งตามความหมายหลักคือ ไพ่ใบสำคัญในเกมไพ่ แต่ในบริบทข้างต้นคำดังกล่าวถูกใช้ในความหมายแฝงที่หมายถึง ไม้เด็ด หรือ ไม้ตาย การที่สปาและอาหารไทยเป็นไม้เด็ดของบริษัทจากประเทศไทยเป็นการตอกย้ำถึงความสำคัญของสปาและอาหารไทยซึ่งเป็นวัฒนธรรมไทยรูปแบบหนึ่งที่อยู่ในรูปของสินค้าและสร้างรายได้ให้กับบริษัทของไทย

- (23) «Не только увлекательное, но и зрелищное занятие. А те, кто предпочитает покой и неторопливость, могут наслаждаться настоящей японской чайной церемонией или тайским массажем»

(Комсомольская правда, 20.12.2010)

“บทเรียนไม่เพียงน่าสนใจแต่ยังน่าตื่นตันทึ่งช่วยติดตาม ส่วนสำหรับ คนที่ชอบความสงบและชีวิตที่ไม่เร่งรีบมากกว่าก็สามารถเพลิดเพลินไปกับพิธีชาญี่ปุ่นหรือนวดแผนไทยได้”

(หนังสือพิมพ์ Komsomolskaya Pravda 20.12.2010)

ในตัวอย่าง (23) มีการเลือกใช้คำว่า *ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ทำให้เกิดความยินดี* ควบคู่กับคำนาม *การนวดแผนไทย* ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกดีจากการใช้บริการ โดย ตัวย่อที่เสนอจุดขายหลักของการนวดแผนไทยคือคำว่า *ความสงบ ชีวิตที่ไม่เร่งรีบ* ดังนั้น วัฒนธรรมการนวดแผนไทยจึงจัดเป็นสินค้าที่สามารถสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้ใช้บริการ ชาวรัสเซียและสร้างรายได้ให้กับเจ้าของธุรกิจ

4.3 วิเคราะห์ปฏิบัติการทางสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย”

ในส่วนนี้ผู้วิจัยเน้นศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกรอบความคิดหลักเกี่ยวกับ “ไทย” ทั้ง 5 กรอบความคิด คือ “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” “ไทยมีปัญหาทางสังคม” “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” “ไทยมีวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” ร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม โดยจะ เน้นถึงอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการกำหนดกรอบความคิดทั้งสิ้นซึ่ง สามารถแบ่งประเด็นศึกษาได้ดังต่อไปนี้ คือ นโยบายการท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรม ของไทย การเข้ามาท่องเที่ยวของชนรัสเซียในไทย การเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมไทยไปยังรัสเซีย ปัญหาทางสังคมและการเมืองในไทย

4.3.1 นโยบายการท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรมของไทย

นโยบายการท่องเที่ยวและการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในเวลาถัดมา โดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีการผลักดันแนวนโยบายหรือยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย พร้อมกับการนำเสนอวัฒนธรรมของไทยให้กับชาวต่างชาติ ทั้งนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 (เป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกับช่วงเวลาในสื่อสิ่งพิมพ์ของรัสเซียที่ผู้วิจัย หยิบยกขึ้นมา) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวหลายประการ และ

ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” มากที่สุดคือยุทธศาสตร์ด้าน “การสร้างเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว” โดยเน้นเผยแพร่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อาทิ เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในทุกช่องทาง มีการสร้างจิตสำนึกและค่านิยมความเป็นไทย ซึ่งรวมถึงการสร้างธรรมาภิบาลที่ดี เป็นต้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554, น. 35) นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติมีการกล่าวถึงจุดแข็งของไทยในด้านการดึงดูดการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ อาทิ มวยไทย สปาไทย อีกทั้งมีการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาเป็นสินค้าในการท่องเที่ยว

ในขณะที่หนึ่งในนโยบายการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยมุ่งเน้นให้ความสำคัญคือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยด้วยการสร้างแบรนด์ประเทศให้แข็งแกร่งและแตกต่างจากคู่แข่ง ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของไทยด้วยเอกลักษณ์ของ “ความเป็นไทย” สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น (สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย, 2553) นอกจากนี้คณะรัฐมนตรีในอดีตมีการนำเสนอความเป็นไทยผ่านการกำหนดสัญลักษณ์ประจำชาติไทย (Nation identity) เพื่อเป้าหมายในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยในระดับนานาชาติ อาทิ 1) สัตว์ประจำชาติไทย คือ “ช้างไทย” 2) ดอกไม้ประจำชาติ คือ “ดอกราชพฤษก์” 3) สถาปัตยกรรมประจำชาติ คือ “ศาลาไทย” (สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี, 2544) นโยบายต่างๆ ข้างต้นของภาครัฐมีความสอดคล้องกับการสร้างกรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” และ “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” ในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซียอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4.3.2 การเข้ามาท่องเที่ยวของคนรัสเซียในไทย

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อรัสเซียคือความสัมพันธ์ระหว่างไทยและรัสเซียในภาคประชาสังคมผ่านมิติด้านการท่องเที่ยวที่ทำให้ชาวรัสเซียมีโอกาสได้พบปะกับคนไทยและวัฒนธรรมไทย จะเห็นได้ว่าคนรัสเซียให้ความสำคัญกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี โดยจากการสำรวจข้อมูลจากสำนักงานฝ่ายสถิติของภาครัฐในรัสเซียพบว่าตัวเลขนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 ถึง ค.ศ. 2018 มีอัตราเพิ่มขึ้นในแต่ละปี (Malkov, 2019, p. 174) การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของคนรัสเซียในไทยเป็นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างจากของชาติตน อีกทั้งยังมีโอกาสได้สัมผัสหรือเผชิญกับเหตุการณ์ที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ในไทยซึ่งจะเป็นที่มาของการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อรัสเซียในลำดับถัดมา

4.3.3 การเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมไทยไปยังรัสเซีย

นอกเหนือจากการท่องเที่ยวในไทยที่เปิดโอกาสให้คนรัสเซียได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและความเป็นไทยแล้วในช่วงที่ผ่านมาคนรัสเซียสามารถรับรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมของไทยได้จากประเทศรัสเซีย อาทิ การจัดงานวันวัฒนธรรมไทยที่มีการจัดแสดงกีฬามวยไทย ระบายพื้นเมืองสีภาค หรือดนตรีไทย (Rossiya - Kul'tura, 2005) การผลักดันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานมอสโกเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องราวทางวัฒนธรรมไทยในรัสเซีย การจัดตั้งสหพันธ์แห่งชาติมวยไทยในประเทศรัสเซียหรือศูนย์มวยไทยในภูมิภาคท้องถิ่นต่าง ๆ ในประเทศซึ่งส่งผลให้มีการจัดแข่งขันกีฬาดังกล่าวในระดับประเทศในเวลาถัดมา ในขณะที่นวดแผนไทยซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของคนไทยที่สืบทอดต่อกันมาจากรบรรพบุรุษได้กลายเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมในหมู่คนรัสเซียเช่นกัน ส่งผลให้มีการเปิดร้านนวดแผนไทยหรือร้านเสริมสวยที่มีการบริการนวดแผนไทยตามเมืองต่างๆ ในรัสเซีย เช่นเดียวกับอาหารไทยที่ปัจจุบันกลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจร้านอาหารหรือเป็นห้องอาหารในโรงแรม ส่งผลให้มีการนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหารไทยจากไทยไปยังรัสเซีย อาทิ น้ำมันมะพร้าว กะทิ เครื่องปรุงสำหรับทำต้มยำ (Bordukova, 2019)

ตัวอย่างที่กล่าวข้างต้นเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมไทยไปยังรัสเซียซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดกรอบความคิด “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” ในหนังสือพิมพ์รัสเซีย

4.3.4 ปัญหาทางสังคมและการเมืองในไทย

สถานการณ์ด้านปัญหาและอาชญากรรมในสังคมไทยเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของการรายงานของสื่อที่ไม่ใช่เพียงแค่สื่อภายในประเทศแต่ยังรวมถึงสื่อต่างประเทศซึ่งรวมถึงสื่อของรัสเซีย อาจกล่าวได้ว่าในช่วงปัจจุบันนี้ประเทศไทยเผชิญปัญหาทางสังคมและอาชญากรรมภายในประเทศเช่นเดียวกับในหลายๆ ประเทศ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับปัญหาความเลื่อมล้ำทางสังคมหรือปัญหาความยากจนอันเป็นสาเหตุของการเกิดอาชญากรรมในหลายๆ กรณี จากการศึกษาสถิติการรับแจ้งและจับกุมกลุ่มคดีอาญาในประเทศไทยช่วงระหว่าง พ.ศ. 2546-2555 พบว่าคดีอาญาหลายคดีมีตัวเลขทางสถิติเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะคดีอาญาในกลุ่มที่รัฐเป็นผู้เสียหาย ซึ่งรวมถึงคดียาเสพติด หากเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2546 กับ พ.ศ. 2555 พบว่ามีจำนวนการรับแจ้งและการจับกุมคดียาเสพติดเพิ่มขึ้นเกือบสามเท่า (ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2557) ในประเด็นปัญหาอาชญากรรมในไทยที่เกี่ยวข้องกับคนรัสเซียพบว่าชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยในหลายกรณีถูกทำร้ายเพื่อชิงทรัพย์ในจังหวัดพัทธยา (นลินทิพย์ ภักศศิริกุลการ, 2550) ซึ่งสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนี้ช่วงเวลาของการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อรัสเซียที่ผู้วิจัย

หยิบยกขึ้นมานั้นสอดคล้องกับช่วงเวลาของความขัดแย้งทางการเมืองไทยที่มีความสลับซับซ้อน อาทิเช่นกรณีกลุ่มเสื้อเหลืองและเสื้อแดง นำไปสู่ความแตกแยกในสังคมไทยรวมถึงความรุนแรงต่าง ๆ จากการชุมนุมทางการเมืองจนส่งผลให้เกิดการรัฐประหารขึ้นในเวลาถัดมา ความขัดแย้งทางการเมืองดังกล่าวไม่เพียงส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศหรือปัญหาทางสังคมด้านอื่นๆ แต่ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีระดับโลกอีกด้วย

จากประเด็นปัญหาทางสังคมและอาชญากรรมต่าง ๆ ในไทยดังที่นำเสนอมานั้นเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบความคิด “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” “ไทยมีปัญหาทางสังคม” และ “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” ของสื่อรัสเซีย

5. สรุปผลการวิจัย

อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในหนังสือพิมพ์กระแสหลักของรัสเซียที่ชื่อ Izvestia และ Komsomolskaya Pravda สามารถพบเห็นได้ไม่เพียงจากตัวบทในหนังสือพิมพ์ข้างต้นแต่ยังรวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ อันได้แก่ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมซึ่งเป็นช่องทางในการสร้างและผลิตตัวบทรวมถึงวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการสร้างตัวบทเกี่ยวกับไทย

หนังสือพิมพ์จากทั้งสองแหล่งข้างต้นเป็นหนึ่งในสื่อที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านชาวรัสเซีย ตัวบทถูกผลิตขึ้นเพื่อมีเป้าหมายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ หรือประเด็นเฉพาะทางสังคมทั้งในและนอกประเทศ หนังสือพิมพ์มีรูปแบบของการจัดพิมพ์รายวันและมีช่องทางในการจัดจำหน่ายตามร้านค้า ทั้งนี้ผู้อ่านยังสามารถเข้าถึงข้อมูลบนโลกออนไลน์ได้เช่นกัน กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์จากสื่อบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ชาวรัสเซียวัยทำงานที่มีรายได้มั่นคงและเป็นผู้มีความเคลื่อนไหวในประเด็นสังคมต่างๆ ซึ่งผู้อ่านกลุ่มใหญ่จะมีอายุ 45 ปีขึ้นไป

จากการศึกษาการใช้ภาษาของตัวบทในหนังสือพิมพ์ข้างต้นผู้วิจัยพบการใช้กรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” 5 กรอบความคิดใหญ่ คือ “ไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง” “ไทยมีปัญหาทางสังคม” “ไทยมีความเสี่ยงต่อการมาท่องเที่ยวของชาวรัสเซีย” “ไทยมีวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์” “ไทยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้” โดยกรอบความคิดข้างต้นถูกสร้างขึ้นจากการใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย เช่น การใช้คำอุปลักษณ์ ทศนภาวะ คำศัพท์ในรูปแบบต่างๆ คำยืมในภาษาไทย การอ้างเหตุผล การอ้างอิงบุคคลอื่น เป็นต้น

กรอบความคิดเกี่ยวกับไทยดังที่กล่าวข้างต้นมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดมาจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมไม่ว่าเป็นการผลักดันจากนโยบายต่างๆ ของภาครัฐไทยในการส่งเสริม

และสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทยและเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติซึ่งรวมถึงชาวรัสเซียในการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทย ปัจจัยด้านความนิยมของชาวรัสเซียในการท่องเที่ยวในไทย การนำวัฒนธรรมไทยไปจัดแสดงที่รัสเซีย หรือในภาคส่วนเอกชนที่มีการนำวัฒนธรรมไทยมาเปิดให้บริการกับชาวรัสเซียในรัสเซีย อาทิ การนวดแผนไทย อาหารไทย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการเกิดอาชญากรรมในเมืองไทยที่มีตัวเลขสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา หรือความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความรุนแรงในลำดับถัดมา

ดังนั้นสมมุติฐานในการวิจัยจึงสอดคล้องในคำตอบบางส่วนของผู้วิจัยที่พบในการศึกษาว่ากรอบความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” ในสื่อสิ่งพิมพ์รัสเซียสะท้อนถึงการเกิดปัญหาต่างๆ ในสังคมไทย ซึ่งถือเป็นการย้ำเตือนของสื่อเพื่อความระมัดระวังให้กับชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทย นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นวัฒนธรรมไทยที่สามารถนำไปสู่การสร้างความประทับใจให้กับชาวรัสเซียที่ได้สัมผัสได้

เอกสารอ้างอิง/References

- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙*. สืบค้นจาก http://www.wise.co.th/wise/References/Tourism_Industry/National_Tourism_Development_Plan_2555_2559_New.pdf
- จันทิมา อังคพณิกิจ. (2561). *การวิเคราะห์ข้อความ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2558). *กรอบคิดที่ดี*. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/article/355829>
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นลินทิพย์ ภัคศรีกุลการ. (2550). *นักท่องเที่ยวรัสเซีย: ตลาดท่องเที่ยวใหญ่อันดับ 2 ของพม่า*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/33510>
- นพวรรณ พันธุมธา. (2549). *ไวยากรณ์ไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย. (2553). *นโยบายของ ททท*. สืบค้นจาก <http://www.thaitourism.or.th/index.php?lay=show&ac=article&id=538746545>
- สามชาย ศรีสันต์. (2557). *วิธีวิเคราะห์วาทกรรมแนววิพากษ์ในการศึกษาการพัฒนา*. ปทุมธานี: วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์
- สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี. (2544). *การกำหนดสัญลักษณ์ประจำชาติไทย*. สืบค้นจาก http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_ser=99172258&key_word=&owner_dep=&meet_date_dd=2&meet_date_mm=10&meet_date_yyyy=2544&doc_id1=&doc_id2=&meet_date_dd2=&meet_date_mm2=&meet_date_yyyy2=
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2548). *คนไทยมาจากไหน?* กรุงเทพฯ: มติชน.
- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2557). *สถิติคดีอาญาในรอบ 10 ปี*. สืบค้นจาก <https://www.tcijthai.com/news/2014/06/watch/4440>
- Bordukova, V. (2019). *Tailand v Rossii: kak odna strana povliyala na biznes-industriyu drugoj* [Thailand in Russia: how one country affected the another business industry]. Retrieved January 10, 2020, from <https://incrussia.ru/understand/thai-style-in-ru/>
- Enciklopediya «vsemirnaya istoriya» [Encyclopedia of world history]. (n.d.). "Izvestia". Retrieved October 10, 2019, from <https://w.histrf.ru/articles/article/show/izvestiia>

- Ex Libris. (2019). *TPR – reyting SMI* [TPR (Title Popularity Ranking) - Media rankings]. Retrieved October 10, 2019, from <https://exlibris.ru/rejting/>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity press.
- Fairclough, N. (1995a). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London: Longman
- Fairclough, N. (1995b). *Media discourse*. London: Arnold.
- Fairclough, N. (2001). The dialectics of discourse. *Textus*, 14(2), 231-242.
- Informekspress. (n.d.). *Gazeta «Izvestiya»* [newspaper of “izvestia”]. Retrieved from <http://media.informexpress.ru/izvestiya/>
- Komsomolskaya Pravda. (2009). *Tirazh gazety «Komsomol'skaya pravda»* [Circulation of the newspaper “Komsomolskaya Pravda”]. Retrieved from <https://www.kp.ru/daily/24257/454484/>
- Malkov, P. V. (Ed.). (2019). *Rossiya v tsifrakh. 2019: Krat.stat.sb* [Russia by the numbers 2019: statistical digest]. Moscow: Rosstat.
- RIA Novosti. (2010). *"Komsomol'skaya pravda": istoriya i nyneshnij den' gazety* [“Komsomolskaya Pravda”: history and current day of the newspaper]. Retrieved from <https://ria.ru/20100524/236957896.html>
- RIA Novosti. (2012). *Osnovnye etapy razvitiya gazety "Izvestiya"* [Main stages of development of the newspaper “Izvestia”]. Retrieved from <https://ria.ru/20120313/592628788.html>
- Reklamnoe agentstvo. (n.d.). *Reklama v gazete: Komsomol'skaya pravda* [Advertising in the newspaper: komsomolskaya pravda]. Retrieved from <http://www.profadv.ru/reklama-v-presse1/natsionalnaia-presse/reklama-v-gazete-komsomolskaia-pravda/>
- Rossiya - Kul'tura. (2005). *V Rossii – Dni kul'tury Tailanda* [In Russia – the Days of culture of Thailand]. Retrieved from https://tvkultura.ru/article/show/article_id/56125/
- Russian National Corpus. (2003). *Tajskij* [Thai]. Retrieved from <http://www.ruscorpora.ru>
- Saeed, J. I. (2003). *Semantics* (2nd ed). Cornwall: Blackwell Publishing.